

# SENATO DELLA REPUBBLICA

XVIII LEGISLATURA

**Doc. XXVII**  
**n. 29**

## RELAZIONE

CONSUNTIVA, PREDISPOSTA DALLA FEDERAZIONE  
ITALIANA TENNIS, SULLE ATTIVITÀ ORGANIZZATIVE  
CONCERNENTI LE FINALI ATP TORINO 2021-2025

(Anno 2021)

*(Articolo 9, comma 2-bis, del decreto-legge 11 marzo 2020, n. 16, convertito, con  
modificazioni, dalla legge 8 maggio 2020, n. 31)*

**Presentata dal Capo del Dipartimento per lo sport  
(SCISCIOLI)**

\_\_\_\_\_

**Comunicata alla Presidenza il 7 aprile 2022**

\_\_\_\_\_

# Nitto ATP Finals 2021

## Relazione consuntiva

*di cui al comma 2bis dell'articolo 9 della Legge dell'8 maggio  
2020, n. 31*



## **INDICE**

1. PREMESSA
2. IL QUADRO NORMATIVO
3. LA GOVERNANCE
4. L'EDIZIONE 2021
  - a. IL FORMAT
  - b. I RISULTATI SPORTIVI
  - c. IL CALENDARIO DEGLI INCONTRI E DEI RISULTATI
5. GLI ALTRI RIULTATI RAGGIUNTI
6. GLI SPONSOR
7. LA SOSTENIBILITA' DELL'EVENTO
8. LE LOCATIONS
9. L'UTILIZZO DEI CONTRIBUTI PUBBLICI
10. CONCLUSIONI

## 1. PREMESSA

Le ATP Finals rappresentano il momento culminante della stagione tennistica mondiale maschile, con i migliori 8 giocatori di singolare e le migliori 8 coppie di doppio della classifica ATP che si sfidano in un torneo unico, istituito per la prima volta dall'ATP nel 1970. Torino è la quindicesima città in cui si è giocato il torneo. Dal 1970 al 1976 la sede cambiò ogni anno: nell'ordine Tokyo, Parigi, Barcellona, Boston, Melbourne, Stoccolma e Houston. Dal 1977 fino al 1989 i migliori giocatori del mondo si sono invece ritrovati al Madison Square Garden di New York. Da quel momento in poi il torneo ha girato tra Francoforte (1990-1995), Hannover (1996-1999), Lisbona, Sydney, Shanghai, Houston e Londra, dove è rimasto dal 2009 al 2020 prima di passare il testimone proprio a Torino, dove nel 2021 è stato organizzato dal 14 al 21 novembre.

L'8 agosto 2018 l'ATP Tour Inc. (di seguito "ATP"), l'ente internazionale che gestisce il circuito di tennis maschile professionistico noto come "ATP Tour", comunica l'apertura di una gara per l'assegnazione del Torneo per cinque anni a partire dal 2021 fino al 2025.

A seguito della procedura di gara la Federazione Italiana Tennis ha ricevuto dall'ATP Tour Inc. l'incarico di ospitare, organizzare e promuovere, nella città di Torino, le edizioni 2021, 2022, 2023, 2024 e 2025 della manifestazione sportiva internazionale oggi nota come Nitto ATP Finals.



## 2. IL QUADRO NORMATIVO

In data 11 aprile 2019, la FIT e l'ATP hanno definito i principali termini e condizioni per l'organizzazione dell'Evento per mezzo della sottoscrizione di uno "**Short Form Agreement**". Al fine di garantire la sottoscrizione di tale contratto e l'adempimento delle obbligazioni in esso contenute, avuto riguardo soprattutto agli impegni economico finanziari, il Governo italiano è intervenuto con i seguenti provvedimenti:

- a) **Decreti del Presidente del Consiglio dei Ministri del 7 marzo 2019 e del 17 aprile 2019**, con cui sono state destinate alla FIT risorse economiche per un ammontare complessivo di euro 78.000.000,00 (settantottomilioni/00) di cui (i) euro 18.000.000,00 (diciottomilioni/00) per l'anno 2021 e (ii) euro 15.000.000,00 (quindicimilioni/00) per ciascuno degli anni dal 2022 al 2025.

**b) Legge n. 31 dell'8 maggio 2020 di conversione, con modificazioni, del Decreto-legge n. 16 dell'11 marzo 2020, con cui:**

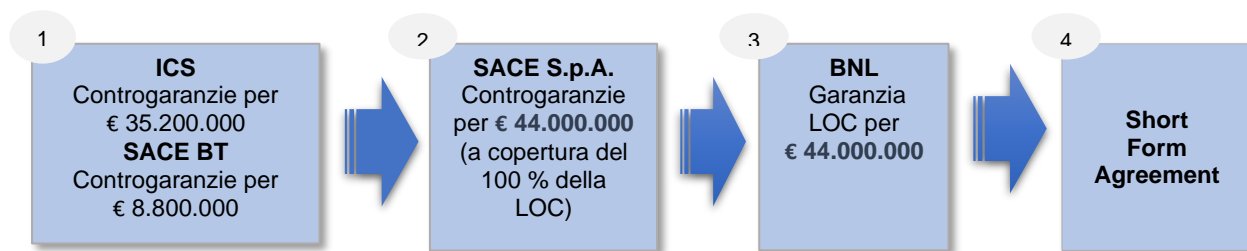
- è stata disposta l'istituzione di un "Comitato per le Finali A.T.P." (presieduto dal Sindaco della città di Torino, o da un suo delegato, e composto da un rappresentante del Presidente della Regione Piemonte, con funzioni di vicepresidente, da un rappresentante dell'Autorità di Governo e da un rappresentante della FIT) con funzioni di coordinamento e monitoraggio in ordine alla promozione della città e del territorio, favorendo anche lo sviluppo delle locali attività economiche, sociali e culturali.
- è stato ribadito che la Federazione Italiana Tennis cura ogni attività organizzativa ed esecutiva diretta allo svolgimento della manifestazione sportiva, anche stipulando un'apposita convenzione con «Sport e Salute S.p.A.» e con la possibilità di costituire una «Commissione Tecnica di Gestione» composta da cinque membri, designati uno dal Comune di Torino, uno dalla Regione Piemonte e tre dalla Federazione medesima.
- sono state assegnate infine alla Federazione Italiana Tennis, per l'anno 2020, risorse economiche per euro 3.000.000,00 (tremilioni/00) al fine di supportare le attività organizzative dell'Evento. A tali risorse si è provveduto a valere sulle risorse destinate alla Sport e Salute S.p.A. ai sensi dell'art. 1, comma 630, L. n. 145/2018.

Anche a livello periferico è stata importante la compartecipazione a sostegno degli impegni economico-finanziari in capo alla Federazione Italiana Tennis per l'organizzazione quinquennale della Manifestazione. Infatti:

- c) Con deliberazione n. 36 del 18 marzo 2019** il Consiglio Comunale della Città di Torino, su proposta della Giunta Comunale del 15 marzo 2019, ha approvato lo stanziamento di un importo di euro 1.500.000,00 (quindicimilioni/00) in relazione a ciascuno degli anni dal 2021 al 2025, per un ammontare complessivo di euro 7.500.000,00 (settemilionicinquecentomila/00).
- d) Con Legge Regionale n. 10 del 26 marzo 2019** (promulgata ex D.D.L. n. 336 approvato dal Consiglio regionale in data 25 marzo 2019) la Regione Piemonte ha stabilito un contributo pluriennale complessivo pari ad euro 7.500.000,00 (settemilionicinquecentomila/00) di cui euro 600.000,00 (seicentomila/00) per l'anno 2021 ed euro 1.725.000,00 (unmilionesettecentoventicinquemila) per ciascuno degli anni dal 2022 al 2025.

Per garantire l'efficacia dello Short Form Agreement è stato necessario presentare una garanzia bancaria nella forma di Stand-by Letter of Credit (SLOC) di euro 44.000.000,00 (quarantaquattromilioni/00), la cui emissione costerà complessivamente alla FIT, dal 2019 al 2025, euro 6.406.083 (seimilioni quattrocento sessantasei mila ottantatré/00)

In considerazione delle ristrette tempistiche richieste e delle richieste dell'ATP, circa l'istituto bancario di gradimento, è stato necessario costruire un sistema complesso di controgaranzie così articolato:



A fronte del rilascio della garanzia da parte di ICS e SACE BT, la FIT ha dovuto produrre i seguenti collaterali:

- 1) cessione dei crediti relativi ai contributi stanziati dal Governo, Comune di Torino, Regione Piemonte;

	2021	2022	2023	2024	2025	Totale
Governo - DPCM 17/04/2019	18.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	<b>78.000.000</b>
Comune di Torino - Delibera 36/2019	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	<b>7.500.000</b>
Regione Piemonte - Legge Reg. n.10/2019	600.000	1.725.000	1.725.000	1.725.000	1.725.000	<b>7.500.000</b>

- 2) cessione dei crediti derivanti dalla sponsorizzazione BNL per i Campionati Internazionali d'Italia di tennis per un importo totale pari a euro 13.500.000,00 (tredicimilionicinquecentomila/00);
- 3) cessione degli incassi derivanti dal ticketing e dal merchandising dell'Evento;
- 4) apertura di un c/c presso ICS, con ammontare vincolato a euro 3.000.000,00 (tremilioni/00).

Successivamente, in data 22 ottobre 2021, la FIT e la ATP hanno poi sottoscritto il "**Long Form Agreement**" contenente in maniera estesa le pattuizioni che erano state precedentemente oggetto dello "**Short Form Agreement**". Gli obblighi principali in capo alla FIT, derivanti dalla sottoscrizione del "**Long Form Agreement**", sono rappresentati:

- dal riconoscimento alla ATP del montepremi / *prize money* (per un valore complessivo di 75 milioni di dollari nei 5 anni) e della *Licence fee* (per un valore complessivo di 87,5 milioni di dollari nei 5 anni);
- dal rilascio di una fideiussione (Lettera di Credito) per euro 44.000.000,00 (quarantaquattromilioni/00) a favore della ATP, avente durata compresa tra la data di firma del contratto e la fine del torneo del 2025, a copertura di eventuali inadempimenti contrattuali;
- dall'ospitare la Manifestazione in conformità all' *ATP Official Rulebook* e agli impegni assunti nel *dossier* di candidatura;
- dall'essere l'unico soggetto responsabile di tutti i costi e le spese per l'organizzazione e gestione della Manifestazione.

### 3. LA GOVERNANCE

- a) La Federazione Italiana Tennis ha curato, anche grazie ad apposita convenzione sottoscritta con «Sport e Salute S.p.A.», ogni attività organizzativa ed esecutiva diretta allo svolgimento della manifestazione sportiva. A tale fine, è stata costituita presso la Federazione Italiana Tennis una «**Commissione Tecnica di Gestione**» composta da cinque membri, designati uno dal Comune di Torino, uno dalla Regione Piemonte e tre dalla Federazione medesima.
  
- b) L'ATP ha assunto tutte le decisioni relative alla gestione delle competizioni tennistiche che si sono svolte all'interno della manifestazione, comprese le decisioni riguardanti la gestione dei giocatori che vi partecipano, il controllo della qualità generale nonché la programmazione delle partite e delle sessioni. Ha ideato le caratteristiche visive generali (ivi comprese la produzione dello spettacolo e la selezione dei fornitori, dei brand e della produzione broadcast). Inoltre, ha seguito il marketing e la promozione internazionale, la gestione del sito internet e la direzione strategica della manifestazione.
  
- c) La FIT e l'ATP, attraverso la costituzione di un **Joint Committee**, previsto dal *Long Form Agreement*, hanno assicurato il coordinamento delle attività inerenti alla direzione della manifestazione. In particolare, tale organismo si è occupato principalmente di:
  - autorizzare i programmi e le strategie definite dalla FIT per la promozione e la vendita dei biglietti;
  - autorizzare gli aventi diritto agli accrediti nonché le decisioni in materia di broadcast;
  - controllare il livello qualitativo del torneo e proporre alla FIT le eventuali migliorie più opportune per garantire che l'Impianto si trovasse in condizioni eccellenti come previsto per l'organizzazione di eventi tennistici internazionali;
  - approvare tutti gli sponsor individuati dalla FIT al fine di garantire che gli stessi siano adeguati al livello e al prestigio della manifestazione;
  - autorizzare la presenza di pubblico durante gli allenamenti degli atleti;
  - collaborare con l'ATP per lo sviluppo di un' articolata campagna di marketing/promozionale;
  - ricoprire un ruolo consultivo relativamente al funzionamento quotidiano nei giorni di svolgimento della manifestazione.
  
- d) E' stato inoltre istituito, così come previsto al comma 1 dell'articolo 6 della Legge numero 31 dell'8 maggio 2020, un **Comitato per le ATP Finals** che svolge funzioni di coordinamento e monitoraggio in ordine alla promozione della città e del territorio, favorendo lo sviluppo delle locali attività economiche, sociali e culturali. Tale Comitato, presieduto dal Sindaco di Torino, ha come componenti un rappresentante del Presidente della Giunta Regionale del Piemonte con funzioni di vicepresidente, un rappresentante dell'Autorità di Governo competente in materia di sport individuato nella persona dell'Onorevole Simone Valente e un rappresentante della FIT.

## 4. L'EDIZIONE 2021

### a. Il Format

A designare gli otto partecipanti al prestigioso torneo è la classifica che si ottiene considerando i migliori 19 risultati ottenuti nel corso dell'anno solare. Nello specifico i 19 migliori risultati sono calcolati tenendo in considerazione le seguenti prove:

- i 4 tornei del Grande Slam
- gli 8 Atp Masters 1000 obbligatori ("mandatory"), cioè tutti tranne Monte-Carlo
- i migliori 7 risultati ottenuti in altri tornei (Masters 1000 Monte-Carlo, ATP Cup, ATP 500, ATP 250, ATP Challenger).

Gli incontri si giocano al meglio di tre set, con tie-break sul 6 pari in tutti i set. Gli otto singolaristi e le otto coppie giocano suddivisi in due gironi all'italiana: i primi due classificati si affrontano nelle semifinali incrociate che designano i finalisti.

Nel 2021 l'Evento si è disputato da domenica 14 novembre fino a domenica 21 novembre 2021, in particolare si sono svolte 2 sessioni di gioco al giorno (con due match ciascuna, 1 singolo e 1 doppio), fino al sabato successivo. La seconda domenica (ottavo giorno) è stata dedicata alle finali, con la sessione di chiusura che ha visto impegnate le coppie di doppio e l'incontro di singolare. In totale, quindi, sono state disputate 15 sessioni di gioco.

### b. I Risultati Sportivi

Gli atleti che hanno partecipato sono stati: Novak Djokovic, Daniil Medvedev, Stefanos Tsitsipas, Alexander Zverev, Andrey Rublev, l'italiano Matteo Berrettini, Hubert Hurkacz e Casper Ruud. Jannik Sinner nominato come prima riserva, è subentrato al posto dell'italiano Berrettini, ritiratosi per infortunio nel primo match del girone rosso contro Zverev. Anche Tsitsipas si è ritirato ed al suo posto è entrato l'inglese Cameron Norrie. Il vincitore è stato Alexander Zverev.





### c. Il Calendario degli incontri e i risultati

- **Singolo**

Il 24enne di Amburgo Alexander Zverev si è aggiudicato le Nitto ATP Finals di Torino, trionfando con un 6-4, 6-4 contro Daniil Medvedev. Il numero tre al mondo torna a vincere la competizione dopo il successo del 2018 a Londra.



- **Doppio**

La coppia francese costituita da Pierre-Hugues Herbert e Nicolas Mahut ha conquistato il titolo del doppio alle ATP Finals di Torino: si tratta del secondo trionfo negli ultimi tre anni. I francesi hanno battuto in finale Rajeev Ram e Joe Salisbury con il punteggio di 6-4, 7-6 in un'ora e 32' di gioco.



Per il duo transalpino si tratta del 20° successo in carriera, il terzo del 2021 in cui spicca anche il Roland Garros.

# FULL SCHEDULE

## GROUP STAGE

	14 / 11	15 / 11	16 / 11	17 / 11	18 / 11	19 / 11
<b>Day</b> Not before 14.00	<b>MEDVEDEV</b> d. <b>HURKACZ</b> 6-7(5) 6-3 6-4	<b>DJOKOVIC</b> d. <b>RUUD</b> 7-6(4) 6-2	<b>MEDVEDEV</b> d. <b>ZVEREV</b> 6-3 6-7(3) 7-6(6)	<b>DJOKOVIC</b> d. <b>RUBLEV</b> 6-3 6-2	<b>ZVEREV</b> d. <b>HURKACZ</b> 6-2 6-4	<b>RUUD</b> d. <b>RUBLEV</b> 2-6 7-5 7-6(5)
<b>Night</b> Not before 21.00	<b>ZVEREV</b> d. <b>BERRETTINI</b> 7-6(7) 1-0 ret.	<b>RUBLEV</b> d. <b>TSITSIPAS</b> 6-4 6-4	<b>SINNER<sup>Alt</sup></b> d. <b>HURKACZ</b> 6-2 6-2	<b>RUUD</b> d. <b>NORRIE<sup>Alt</sup></b> 1-6 6-3 6-4	<b>MEDVEDEV</b> d. <b>SINNER<sup>Alt</sup></b> 6-0 6-7(5) 7-6(8)	<b>DJOKOVIC</b> d. <b>NORRIE</b> 6-2 6-1

## FINAL STAGE

	20 / 11	21 / 11 17.00
<b>Night</b> Not before 21.00	<b>Novak DJOKOVIC</b>	<b>Alexander ZVEREV</b> 7-6(4) 4-6 6-3
<b>Day</b> Not before 14.00	<b>Alexander ZVEREV</b>	<b>Daniil MEDVEDEV</b> 6-4 6-4
	<b>Daniil MEDVEDEV</b>	<b>Alexander ZVEREV</b> 6-4 6-4
	<b>Casper RUUD</b>	<b>Daniil MEDVEDEV</b> 6-4 6-2

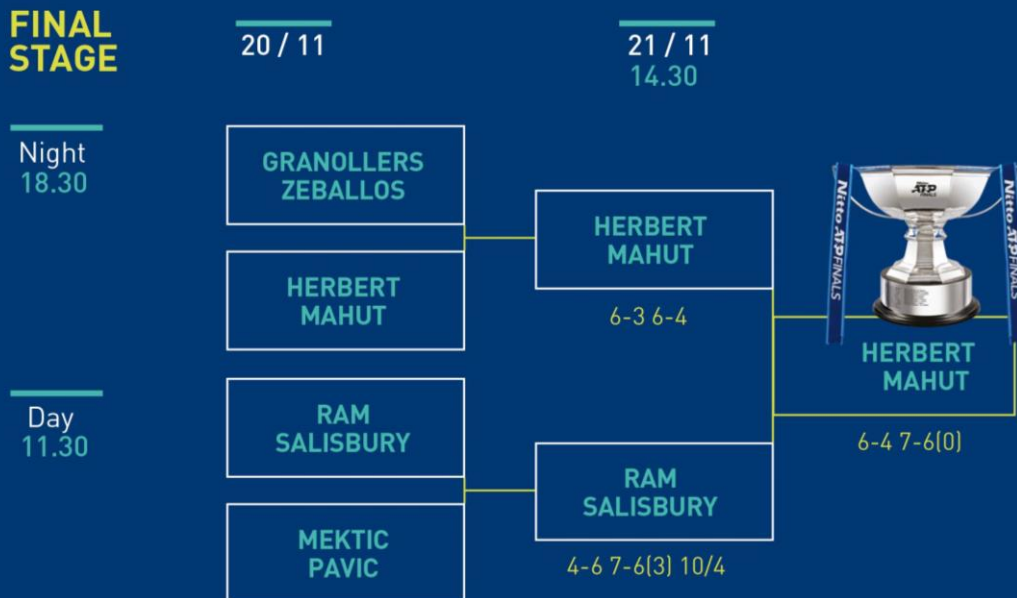


# FULL SCHEDULE

## GROUP STAGE

	14 / 11	15 / 11	16 / 11	17 / 11	18 / 11	19 / 11
<b>Day</b> 11.30	MEKTIC PAVIC d. KRAWIETZ TECAU 6-4 6-4	RAM SALISBURY d. MURRAY SOARES 6-1 7-6(5)	GRANOLLERS ZEBALLOS d. MEKTIC PAVIC 6-4 7-6(4)	CABAL FARAH d. MURRAY SOARES 6-2 6-4	KRAWIETZ TECAU d. GRANOLLERS ZEBALLOS 6-3 6-7(1) 10/6	RAM SALISBURY d. CABAL FARAH 7-5 2-6 11/9
<b>Night</b> 18.30	GRANOLLERS ZEBALLOS d. DODIG POLASEK 4-6 7-6(10) 10/6	HERBERT MAHUT d. CABAL FARAH 7-6(1) 6-4	DODIG POLASEK d. KRAWIETZ TECAU 7-6(2) 7-5	RAM SALISBURY d. HERBERT MAHUT 6-7(7) 6-0 13/11	MEKTIC PAVIC d. DODIG POLASEK 6-4 7-6(6)	HERBERT MAHUT d. MURRAY SOARES 6-3 7-6(5)

## FINAL STAGE



## 5. GLI ALTRI RISULTATI RAGGIUNTI

L'Evento, visibile in più di 200 paesi, è stato trasmesso in Italia integralmente da Sky Sport, mentre la Rai ha mostrato in diretta e in chiaro un match al giorno durante la fase eliminatoria, più un match di semifinale e la finale. Inoltre, il canale Supertennis ha mostrato in differita e in chiaro un match al giorno durante la fase eliminatoria, più un match di semifinale (*allegato 1*).

Contestualmente la società Nielsen è stata incaricata di effettuare un'indagine per misurare il livello di gradimento degli spettatori che abbiano assistito all'Evento (Customer Satisfaction) ed un'analisi qualitativa dei contenuti digitali (Digital Listening). (*allegato 2*).

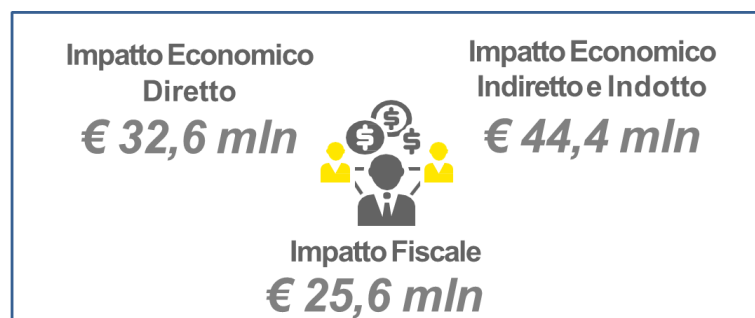


I risultati positivi dell'evento sono emersi dalla survey svolta su un cluster di più di 11.000 partecipanti alla prima edizione delle Nitto ATP Finals di Torino, suddivisi in 4 target (General Access, Sponsors Access, Corporate Hospitality e Incoming & Experience). Le principali aree indagate dall'analisi sono state:

- **Soddisfazione totale**, valutata positivamente per l'87% del General Target e per il 98% sia dello Sponsor Target sia del Corporate Target
- La **venue**, che ha registrato un livello di soddisfazione più che positivo, più del 90% dei partecipanti ha dichiarato almeno un «Buon» livello di soddisfazione.
- L'evento ha ricevuto un alto **livello di raccomandabilità**: 85% General Target, 97% Sponsor Target e 96% Corporate Target. Inoltre, l'intenzione di ritornare all'evento è 78% tra il General Target e circa il 90% tra i due "Premium Targets".

Infine, la EY, riprendendo uno studio commissionato dalla Federazione Italiana Tennis a fine 2018 per valutare le potenzialità dell'Evento, ha valutato le ricadute economiche dirette, indirette e fiscali generate dall'organizzazione dell'evento nel 2021 (*allegato 3*). Nel dettaglio lo studio ha valutato:

- a) Il **Valore Economico Diretto**, rappresentato dalla stima dell'impatto sul territorio direttamente generato dalle spese del soggetto incaricato dell'organizzazione, a cui si aggiunge l'impatto delle spese sostenute dai partecipanti all'evento in virtù della loro presenza nella città di Torino, con riferimento specifico ai consumi nel periodo di permanenza.
- b) Il **Valore Economico Indiretto**, derivante dall'impatto generato dai ricavi delle imprese del territorio. Se infatti la presenza di visitatori all'evento genera un aumento della domanda per le attività commerciali del territorio – es. ristoranti, alberghi, trasporti, shopping ed entertainment (queste le categorie principali) - questa domanda genererà a sua volta un aumento della domanda verso i fornitori di prodotti e servizi del territorio (imprese e istituzioni). Direttamente correlato all'effetto economico indiretto, bisogna valutare anche l'effetto indotto che rappresenta l'aumento nel potere d'acquisto dei residenti. È ragionevole assumere, infatti, che parte dei profitti generati dall'evento venga poi reinvestita sul territorio.
- c) Il **Valore Fiscale**, derivante dalla stima del maggior gettito raccolto dagli Enti Locali e dallo Stato, a seguito della realizzazione della manifestazione. Questa grandezza può essere scorporata in componenti fiscali dirette, cioè il maggior gettito generato dalle voci di spesa direttamente imputabili all'organizzazione dell'evento, e in componenti fiscali indirette, cioè il maggior gettito determinato dal cosiddetto valore economico indiretto ed "indotto".
- d) Il **Valore in termini di Attrattività e Competitività**, seppure non sempre misurabile in termini direttamente economici, derivante dagli incrementi della reputazione e delle competenze che si riversano sul territorio nel tempo (e.i. *carry over effect* sul PIL locale nel successivo biennio).



**Impatto Economico Totale**



## 6. GLI SPONSOR

Fermo restando il ruolo di promotori del Governo tramite il Dipartimento dello Sport, della Regione Piemonte e del Comune di Torino, nel 2021 sono stati presenti i seguenti sponsor:

- Title Partner: Nitto Denko Corporation
- Host Partner: Intesa Sanpaolo
- Platinum Partners: Lavazza, FedEx ed Emirates
- Gold Partners: Armani, Peugeot, Valmora
- Silver Partners: Dunlop, Iren, FPT, Asti docg,
- Silver Partners: Italgas, Xerjoff
- Bronze Partners: Rinascente, Torino Outlet Village



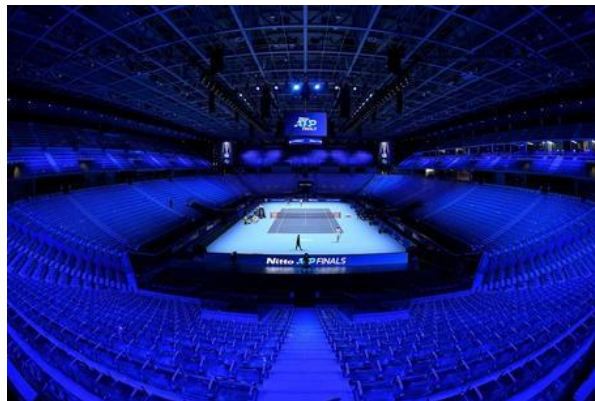
## 7. LA SOSTENIBILITA' DELL'EVENTO

- **Mobilità:** tifosi e staff dell'evento hanno beneficiato di trasporti pubblici gratuiti (GTT) e offerte speciali su scooter elettrici (Bird e FIT) per spostarsi da/verso la sede dell'evento, per favorire la micromobilità sostenibile. Inoltre, Peugeot, l'auto ufficiale dell'evento, ha fornito il servizio di trasporto ufficiale con auto ibride o full electric.
- **Riutilizzo materiali:** tutte le palle da tennis sono state riciclate, dando loro una seconda vita, grazie ad un programma di prodotti sostenibili, gestito da ReTurn - partner della Federazione Italiana Tennis. Inoltre, è stata sostituita la copertura in plastica dalle incordatrici con sacchetti a base di mais ed infine è stata realizzata una gestione virtuosa dei rifiuti derivanti dai gadget per tutti i giocatori e partner, comportandone una cospicua riduzione.

- **Riduzione dell'uso e consumo di carta** grazie al digitale. Tutte le comunicazioni, il programma ufficiale dell'evento e i biglietti sono stati resi disponibili in formato digitale.
- **Consumi energetici ATP Finals:** il Pala Alpitour di Torino è in linea con i requisiti previsti dalla certificazione URS per eventi sostenibili, perché utilizza energie rinnovabili grazie ad un impianto geotermico di nuova generazione, luci a led per ridurre la potenza energetica e gruppi frigoriferi altamente performanti.

## 8. LE LOCATIONS

La prima edizione italiana delle Nitto ATP Finals è stata sviluppata su un concetto di “venue estesa”, costituita dal Pala Alpitour sede delle competizioni, da alcune installazioni commerciali temporanee su piazzale Grande Torino e da altre strutture limitrofe come la sede dell'ACI in Via Filadelfia (sede del ristorante media & staff), i campi di pratica-allenamento presso il Circolo La Stampa di Torino, ed il Teatro dei Ragazzi e Giovani, struttura adiacente sede dell'ospitalità FIT-ATP. L'evento ha avuto anche una sua vetrina nel centro aulico cittadino, con l'allestimento del Fan Village delle Nitto ATP Finals, un villaggio commerciale per gli sponsor del torneo e di rappresentanza per la FIT e le Istituzioni locali in Piazza San Carlo, in pieno centro Città, nel suo “salotto” più bello.



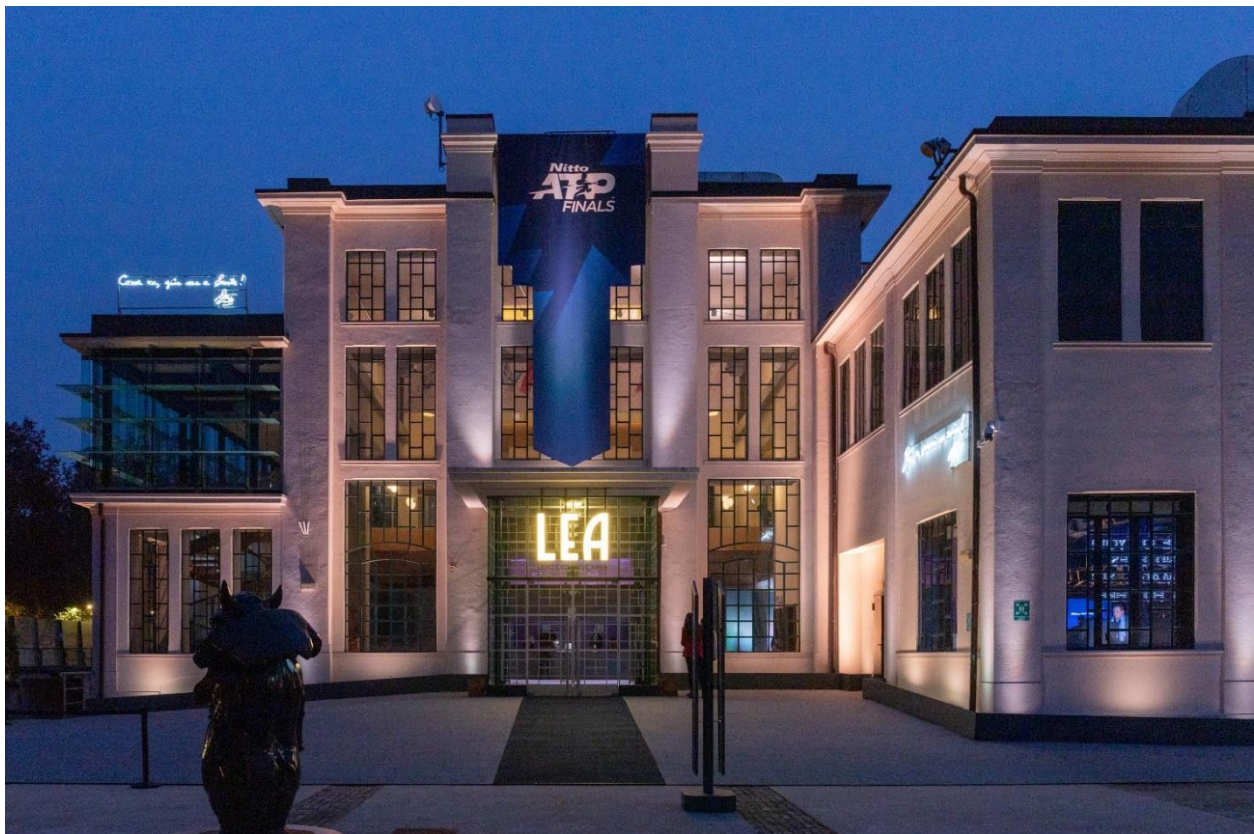
Entrando nel dettaglio della struttura che ha ospitato le competizioni ufficiali, il **Pala Alpitour**, oltre al campo di gara al centro dell'arena con una capacità di oltre 12'000 posti a sedere, è stato previsto un campo di riscaldamento-allenamento nel Foyer dell'ingresso principale (lato Nord-Sebastopoli). Al secondo piano interrato (quota -7.5m) sono stati allestiti con finiture e mobili ad elevato standard gli 11 spogliatoi per i singolaristi e i doppiisti che sono stati dotati di ogni comfort per ospitare i migliori giocatori professionisti al mondo, una palestra, un'area medica, uffici per la direzione del torneo, la sala stampa con oltre 65 posti, oltre ad altri locali di servizio. Nei due foyer, a Nord-Sebastopoli e a Sud-Filadelfia sono state realizzate delle strutture soppalcate per aumentare le superfici dedite ai servizi di ospitalità (sponsor e pacchetti corporate hospitality) per complessivi 1'100 mq. La capacità dei posti a sedere è stata incrementata anche grazie alla costruzione di tribune temporanee a bordo campo, con la realizzazione di posti-parterre ad alto valore aggiunto, ed il ripristino della “configurazione olimpica” delle tribune con posti disposti a 360 gradi. Il campo era circondato da oltre 120 metri lineari di pannelli video-LED a doppia faccia, oltre ad altre installazioni

per aggiuntivi 300 mq di superfici video-LED nella cavea; l'arena è stata oggetto anche di importanti lavorazioni per la costruzione di box temporanei per i commentatori TV (negli ordini superiori della tribuna a SUD-Filadelfia). Grande attenzione è stata anche dedicata alla "show production", con l'installazione di oltre 200 fari per l'illuminazione del campo, ulteriori 180 lampade ad illuminare l'arena/tribune, e 176 diffusori audio per il totale coinvolgimento dell'arena/spettatori. La potenza totale dell'impianto luci e audio è stata di oltre 1 megawatt.





Il **Teatro dei Ragazzi**, per via della sua posizione adiacente al palazzetto e per la particolarità degli ambienti, è stato ritenuto adatto come luogo per l'accoglienza di ospiti istituzionali della FIT e della ATP. Nelle aree concesse in uso sono stati effettuati una serie di interventi di allestimento temporaneo e sono state installate alcune opere d'arte grazie ad accordi con musei e fondazioni locali. Al piano terra, in corrispondenza del foyer del teatro, è stata realizzata la welcome area, nella sala piccola è stata allestita un'area lounge, mentre nel teatro grazie alla chiusura delle sedute ed allo scorrimento delle gradinate si è potuto ricavare un ambiente di circa 450 mq da utilizzare come sala ristorante con 200 posti a sedere; nella zona esterna alle spalle del teatro sono state allestite delle tendostrutture per le cucine del ristorante. Tre dei laboratori teatrali situati nel fabbricato adiacente all'edificio principale sono stati utilizzati per la collocazione di uffici FIT ed ATP e per l'ufficio accreditati.



L'adiacente **Circolo Sporting La Stampa**, affiliato FIT, ha fornito i due campi di allenamento in un rinnovato padiglione oggetto di importanti lavori di ristrutturazione. La FIT, ha fornito i due campi, ed allestito nell'edificio della Club House spazi ricreativi e di relax per i giocatori ed i loro accompagnatori.



In **Piazza San Carlo**, il Fan Village delle ATP Finals ha interessato poco più di 2'000 mq di superfici, sviluppati in due "comparti" di stand modulari ed è stato arricchito da un campo da mini-tennis per la promozione delle attività federali.

#### FAN VILLAGE

- Più di 45 mila presenze giornaliera quotidiana
- 5 mila partecipazione ai mini court
- 145 eventi organizzati con TURISMO TORINO E PROVINCIA
- 10 giorni di attività

Il villaggio, inaugurato il 10 Novembre, ha registrato un riscontro molto positivo delle presenze di visitatori, con picchi di oltre 45'000 presenze giornaliere. In un comparto erano concentrate le attività di promozione commerciale, con oltre 20 stand commerciali di dimensione variabile dai 15 ai 45 mq (con sviluppo modulare), mentre nell'altro è stato

realizzato uno studio televisivo per le dirette del broadcaster SuperTennis, una sala conferenza e spazi di rappresentanza delle Istituzioni locali.



## 9. L'UTILIZZO DEI CONTRIBUTI PUBBLICI

Come riportato in precedenza, il contributo del Governo, così come i contributi concessi dal Comune di Torino e dalla Regione Piemonte, sono stati oggetto di cessione al fine di garantire in primis gli impegni assunti nei confronti dell'ATP. In particolare, i suddetti contributi sono stati utilizzati per l'edizione 2021 a copertura della Licence Fee e del Prize Money stabiliti nel Long form Agreement.

A tal proposito si riporta di seguito il dettaglio delle spese coperte dalla Federazione con i 18 milioni di euro di contributi versati dal Governo:

TIPOLOGIA DI SPESA	IMPORTO USD	IMPORTO EUR	COPERTURA TRAMITE CONTRIBUTO DEL GOVERNO	IMPORTO NON COPERTO DA CONTR.
licence fee	\$ 17.500.000	€ 14.326.648	€ 14.326.648	€ -
prize money (1° rata)	\$ 3.625.000	€ 2.979.500	€ 2.979.500	€ -
prize money (2° rata)	\$ 3.625.000	€ 3.064.820	€ 693.852	€ 2.370.968
	<b>\$ 24.750.000</b>	<b>€ 20.370.968</b>	<b>€ 18.000.000</b>	<b>€ 2.370.968</b>

Complessivamente, considerando anche i contributi erogati dal Comune di Torino e dalla Regione Piemonte, emerge che la FIT è riuscita a coprire quasi integralmente la Licence Fee ed il Prize Money, rimanendo invece a carico dell'autofinanziamento del torneo la parte restante di queste due voci e tutti i costi di organizzazione:

TIPOLOGIA DI SPESA	IMPORTO USD	IMPORTO EUR	COPERTURA TRAMITE CONTRIBUTI			IMPORTO NON COPERTO DA CONTR.
			GOVERNO	REGIONE PIEMONTE	COMUNE DI TORINO	
licence fee	\$ 17.500.000	€ 14.326.648	€ 14.326.648			€ -
prize money (1° rata)	\$ 3.625.000	€ 2.979.500	€ 2.979.500			€ -
prize money (2° rata)	\$ 3.625.000	€ 3.064.820	€ 693.852	€ 600.000	€ 1.500.000	€ 270.968
	<b>\$ 24.750.000</b>	<b>€ 20.370.968</b>	<b>€ 18.000.000</b>	<b>€ 600.000</b>	<b>€ 1.500.000</b>	<b>€ 270.968</b>

Per quanto concerne, invece, i contributi ricevuti a novembre 2020 per il tramite di Sport e Salute, pari a 3 milioni di euro, stanziati nella Legge n. 31 dell'8 maggio 2020 di conversione, con modificazioni, del Decreto-legge n. 16 dell'11 marzo 2020 a copertura delle spese organizzative sostenute dalla Federazione nel 2019 e nel 2020, si riporta di seguito il dettaglio di utilizzo degli stessi:

TIPOLOGIA DI SPESA	IMPORTI
interessi su garanzie bancarie	€ 1.993.121
servizi di direzione, promozione e gestione commerciale	€ 770.870
spese notarili/registrazione contratti	€ 526.696
consulenze legali e amministrativo/fiscali	€ 213.627
acconto redazione master plan	€ 27.040
ticketing (sito e gestione)	€ 23.584
partecipazione gara	€ 67.314
	€ 3.622.253 (*)

(\*) non sono considerati i costi di struttura

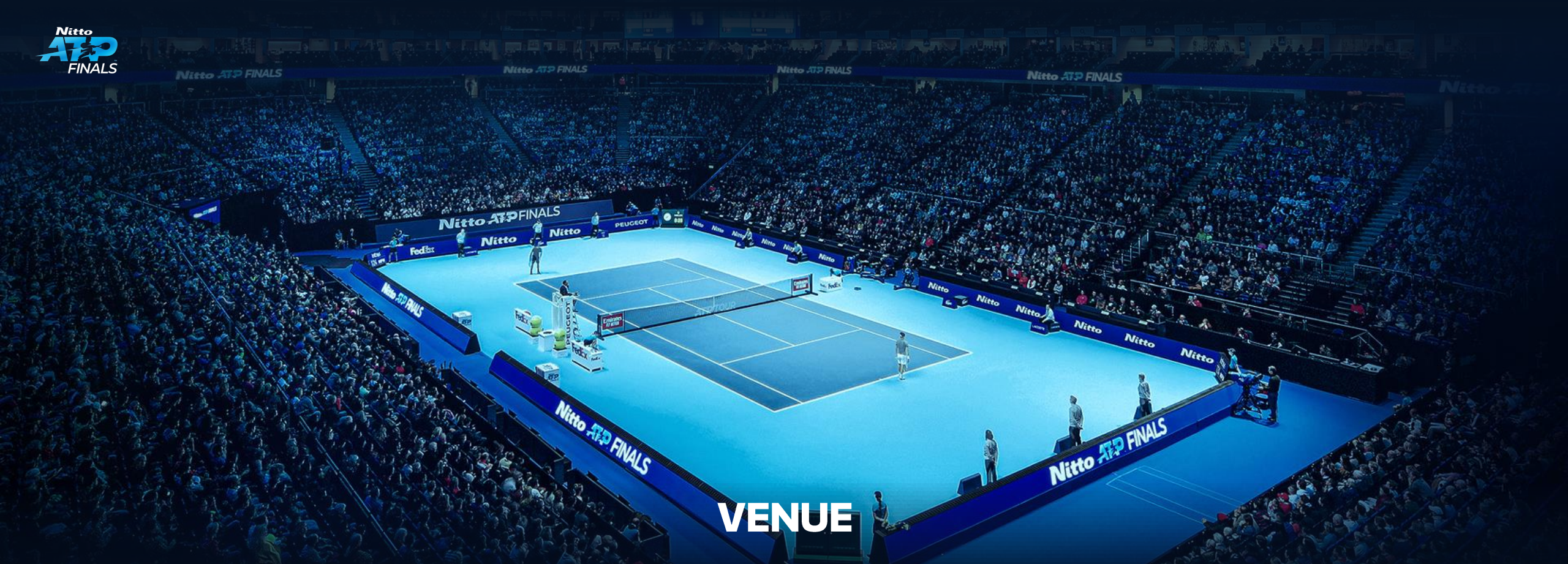
## 10. CONCLUSIONI

Le ATP Finals, per la loro importanza e risonanza (circa 100 mila biglietti venduti nel 2021 nonostante la capienza ridotta a causa delle norme anti-Covid), sono in grado di dare una importante accelerazione all'evoluzione di una città come Torino e una regione come il Piemonte. L'evento infatti rappresenta una vera e propria "cassa di risonanza per il territorio" e il made in Italy perché:

- **Crea visibilità**: permette la diffusione di un'immagine positiva a livello internazionale; attribuisce un marchio di fabbrica (made in Italy) sinonimo di dinamismo, di vitalità e di creatività; conferisce un'immagine di efficacia e di efficienza alla città organizzatrice; è un'occasione unica per promuovere l'accoglienza, la condivisione e lo scambio di esperienza tra i molteplici spettatori di paesi diversi.
- **Crea valore** perché mobilita e favorisce l'emergere dell'intelligenza collettiva con la condivisione di conoscenze ed esperienze; genera importanti ricadute economiche e sociali con impatti diretti per l'economia della città e del territorio circostante, anche dopo l'evento.
- È un **fattore di crescita e rilancio** contribuendo a migliorare l'immagine del territorio e a valorizzarne il patrimonio. Nel caso, per esempio, delle Olimpiadi invernali di Torino del 2006, l'evento è stato usato per conferire una nuova identità al territorio, connotandolo non più come un centro industriale ormai in declino, o comunque in crisi, ma come un polo culturale innovativo a forte valenza turistica.
- **Crea nuovi servizi** per la collettività poiché l'evento costituisce un'occasione per attrarre investimenti e per realizzare e/o completare infrastrutture e servizi a favore della collettività.

# Nitto ATP Finals 2021 IN NUMBERS





## VENUE

**>8 K sqm**

EXTENDED AREA  
INVOLVED IN THE  
EVENT

**>270 m**

LINEAR METERS  
OF ON COURTS'  
DIGIBOARDS

**1.3 K sqm**

NEW TERRACES  
BUILT FOR  
HOSPITALITY  
LOUNGES

**>1 K**

EMPLOYEES  
INVOLVED IN  
THE EVENT  
DAILY



## COMMERCIAL

**12 K**

NITTO  
MASKS  
DISTRIBUTED

**5.5 K**

ASTI DOCG  
BOTTLES  
SERVED

**>62 K**

LAVAZZA  
COFFEES  
SERVED

**>41 K**

VALMORA  
BOTTLES OF  
WATER  
SUPPLIED

**>3 K**

ITEMS  
OF EA7 CAPSULE  
COLLECTION  
SOLD

**5.5 K**

DUNLOP  
BALLS USED





**MATCH**

**186 Km/h**

**35 SHOTS**

**48H 4MINS**

**FASTEST  
GROUNDSTROKE  
(CASPER RUUD)**

**LONGEST RALLY  
(DJOKOVIC V  
ZVEREV, SF)**

**TOTAL HOURS  
ON COURT**



## TRAVEL & HOSPITALITY

**9,5 K**

**209**

**13**

**>18 K**

**4.5 K**

**3.8 K**

TOTAL CORPORATE  
HOSPITALITY  
TICKETS SOLD

TOTAL NUMBER OF  
CORPORATE HOSPITALITY  
BUYERS OF WHICH 146  
ARE NOT FROM THE  
PIEMONTE REGION

IN-VENUE  
HOSPITALITY  
RESTAURANTS  
& BARS AREAS

MEALS SERVED TO  
EVENT GUESTS

TOTAL TICKETS SOLD  
VIA TOUR OPERATOR  
PARTNER

EVENT STAFF &  
PLAYERS HOTEL  
ROOMNIGHTS  
GENERATED

# CUSTOMER PROFILE AND SATISFACTION

## OVERALL SATISFACTION\*

TOTAL AUDIENCE



PARTNER AND CORPORATE GUESTS



VENUE SATISFACTION



## INTENTION TO RETURN\*\*

90%

PARTNER AND  
CORPORATE TARGET

78%

GENERAL TARGET

Source: Nielsen 2021

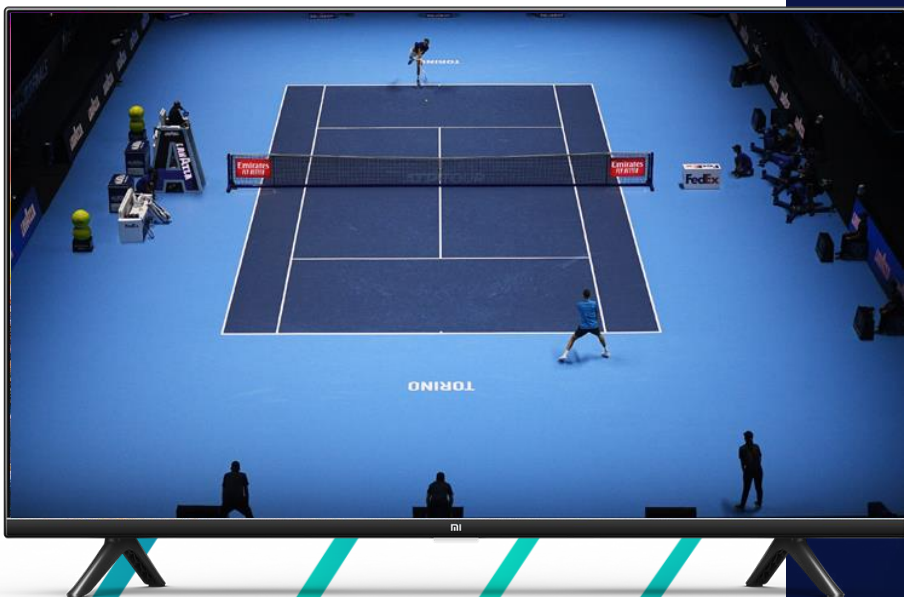
\*Q: Describe your overall level of satisfaction among excellent, very good, good, inadequate, poor

NB: % are related to Excellent, Very Good and Good answers only.

\*\*Q: Will you attend next year event if you get the chance? I will definitely, I will probably, I don't know, I probably won't, I definitely won't

NB: % are related to Definitely and Probably attend answers only.

# **MEDIA DATA**



## TV COVERAGE

**52**

BROADCASTERS

**200+**

COUNTRIES  
COVERED

**5,565 h**

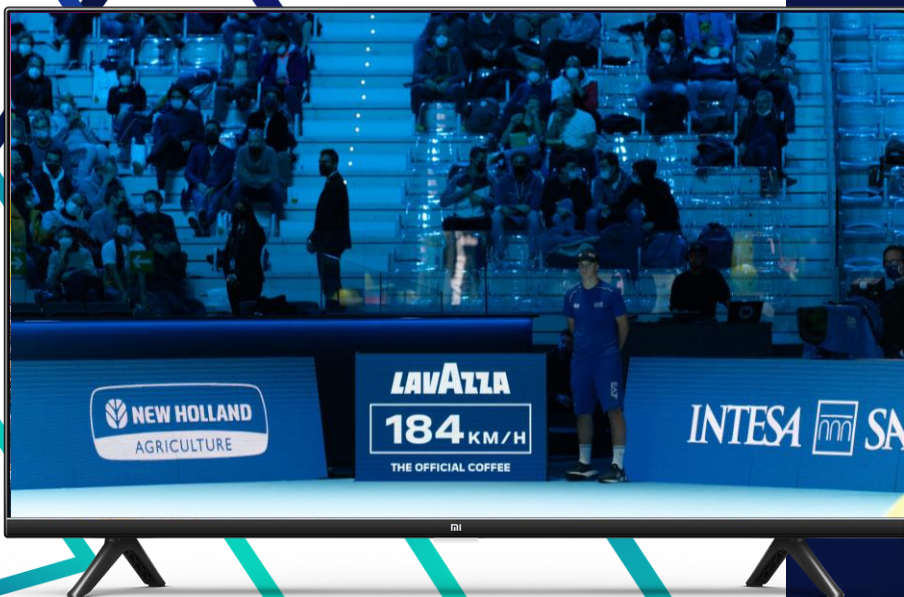
BROADCAST HOURS

**37,372,980**

DEDICATED TV  
AUDIENCE

**9,911,609**

DIGITAL TV  
AUDIENCE



## TV PARTNER EXPOSURE

**14,975 h**

LINEAR TV SPONSOR  
BRAND EXPOSURE\*

**411,663,705 \$**

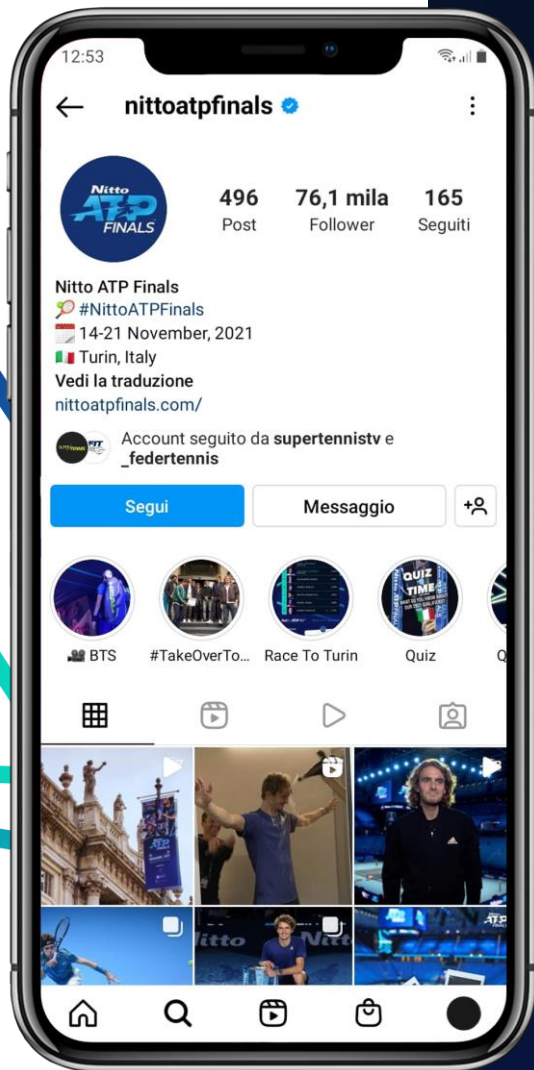
LINEAR TV NET  
SPONSORSHIP VALUE\*\*

**9,911,609 \$**

DIGITAL TV NET  
SPONSORSHIP VALUE\*\*

\*Linear TV Brand Exposure represents the cumulative average programme exposure generated by Live, Repeats/Delayed and Highlights programming.

\*\*The value achieved by a partner after the BIS Discount % has been applied to the Gross Advertising Value, which reflects a truer media value based on the fact that sports sponsorship is not 'true' advertising.



## DIGITAL EXPOSURE

6.5 M

ENGAGEMENTS

## SOCIAL EXPOSURE

241 M

POTENTIAL EARNED REACH

## PR & MEDIA COVERAGE

34 K

DIGITAL ARTICLES

168

PLAYERS POST-MATCH INTERVIEWS

> 62 HRS

PROMOTING THE EVENT

# PROMOTIONAL CAMPAIGN 2021





CITY  
DRESSING  
& LOCAL  
INITIATIVES

<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2.8 K</b>	<b>226</b>	<b>178</b>	<b>&gt; 31 K</b>	<b>500</b>
PERSONALISED TRAM LINES	MAXI ADV IN PIAZZA SAN CARLO	POSTER	SCREENS	FLAGS	ROTATION ON MAXILED AND LED STAZ.PORTA NUOVA/SUSA	PIEDIMONT TENNIS CLUBS DEDICATED PROMOTION

TV PROMO  
ROTATIONS

<b>&gt; 5K</b>
N° ROTATIONS ON: SKY   RAI   SUPERTENNIS

DIGITAL

			
BANNER	DEM	SOCIAL	WEB

PRINT PRESS  
PAGES

<b>54</b>
ON MAIN LOCAL AND NATIONAL NEWSPAPER

DIGITAL  
PRESS

<b>37</b>
DIGITAL PRESS RELEASES

<b>CAMPAIGN ECONOMIC VALUE</b>
<b>3.5 MLN</b>



## SUPERTENNIS – ADV ROTATION FROM 1 JAN TO 12 NOV

**1,792 ROTATIONS**

60 SEC VERSION

**1,639 ROTATIONS**

30 SEC VERSION

## ROAD TO TORINO

**32**

EPISODES LIVE FROM  
1 AGO TO 14 NOV

**137**

TOT ROTATIONS

## LIVE STUDIO SESSIONS DURING THESE EVENTS:

**5 NOV**

PRESS  
CONFERENCE

**11 NOV**

INNOVATION  
SUMMIT

**11 NOV**

GALA DINNER

**12 NOV**

FAN VILLAGE OPENING

**14-21 NOV**

LIVE FROM PALA  
ALPITOUR

**Nitto ATP Finals**  
**FAN VILLAGE**



# Nitto ATP Finals IN NUMBERS

## FAN VILLAGE

**>45 K**

**AVERAGE DAILY ATTENDANCE**

**5 K**

**ATTENDANCE ON MINI COURT**

**145**

**EVENTS ORGANIZED IN  
COOPERATION WITH TURISMO  
TORINO E PROVINCIA**

**10**

**DAYS OF ACTIVITY**

# **COLLATERALS PROJECTS**

# COLLATERALS PROJECTS

## TIMELINE



**Nitto ATP FINALS**  
14-21 November 2021



# **LOCAL INITIATIVES**



# TENNIS IN PIAZZA

"Tennis in piazza" is a project which took place, with the support of the City of Turin, in the most relevant squares of the city from July to September 2021.

The mission was to create a significant synergy between the Event and the entire City -from downtown to the suburbs- and its citizens, especially the younger ones: children were given tennis lessons by our federal coaches on the tennis court that was set up in the squares in occasion of this training project.

## CALENDAR

<b>JULY 24<sup>th</sup> 25<sup>th</sup></b>	<b>Piazza Castello</b>	<b>Sept 4<sup>th</sup> -5<sup>th</sup></b>	<b>P.zza d'Armi</b>
<b>JULY 31<sup>th</sup> -1 AUG</b>	<b>P.zza Giovanni Astengo</b>	<b>Sept 11<sup>th</sup> -12<sup>th</sup></b>	<b>C.so Cairoli</b>
<b>28<sup>th</sup> -29<sup>th</sup> AUG</b>	<b>P.zza Livio Bianco</b>	<b>Sept 18<sup>th</sup> - 19<sup>th</sup></b>	<b>P.zza San Carlo</b>

**30**

COACHES

**> 700**

KIDS INVOLVED

**>1.5**

VIEWERS



# MUSEO NAZIONALE DEL CINEMA X Nitto ATP Finals

From 12<sup>th</sup> to 21<sup>th</sup> of November, Mole Antonelliana, the landmark of the City, was lit in the evenings in occasion of the event. Tennis and cinema's historical moments were projected on the facades of its dome, in order to celebrate the event.



# TURISMO TORINO E PROVINCIA

Turismo Torino, the «official Local Tourism Agency» of the Nitto ATP Finals, ensured to the Italian Tennis Federation and ATP its support in promoting the event in relation to the excellence of the territory



# GRUPPO TORINESE TRASPORTI

GTT had been Official Transport Supplier of the Nitto ATP Finals. Thanks to the support of GTT, 16% of spectators arrived at the venue with public transportation, reducing the impact on the environment: in comparison to the standard during main city events, use of public transport increased of + 50 % during Nitto ATP Finals.



# SUSTAINABILITY COMMITMENT



## MOBILITY

## COMMUNICATIONS

## MATERIALS

REDUCTION IN PAPER WASTE

SECOND LIFE FOR MATERIALS USED DURING THE EVENT



28 K KM TRAVELLED  
WITH THE OFFICIAL  
TRANSPORTATION  
100% ELECTRIC CARS

OFFICAL PROGRAMM  
AVAILABLE DIGITALLY  
ONLY

77% OF ALL TICKETS  
WERE SENT AND  
CHECKED IN DIGITAL  
FORMAT

ALL TENNIS BALLS HAVE BEEN  
COLLECTED AND RECYCLED INTO  
SUSTAINABLE PRODUCTS

COMPOSTABLE PLATES AND  
CUTLERY

# SUSTAINABILITY COMMITMENT



## NITTO

INSTALLED GARBAGE SOLAR-POWERED CANS WITH A BUILT-IN SENSOR INSIDE TO DETECT GARBAGE AMOUNT, COMPRESS IT AND, ONCE FULL, NOTIFY TO THE COLLECTING COMPANY

## VALMORA

33CL BOTTLE MADE OF FULLY RECYCLED PLASTIC AND, AS A SINGLE-USE SIZE, IT REDUCES THE WASTE OF WATER

## LAVAZZA

PROVIDED ONLY PLASTIC FREE COFFEE CUPS

## IREN

IMPLEMENTED LOCAL PRESENCE OF IREN GO STATIONS WITHIN THE CITY

## PEUGEOT

OFFERED DEDICATED DISCOUNT TO NATPF TICKET-HOLDERS TO RENT ELECTRIC CARS DURING THE EVENT

## FEDEX

ALL THE LOCAL TRANSPORT WAS MANAGED WITH ELECTRIC SCOOTERS

## GTT

ZERO EMISSION PUBLIC TRANSPORTATION

**THANK YOU**





# Customer Satisfaction

2021 Edition



# Contents

## 1. APPROACH

## 2. EXECUTIVE SUMMARY

## 3. OVERALL RESULTS

## 4. RESULTS BY TARGET

- General Access + Incoming & Experience
- Sponsor Access
- Corporate Hospitality

## 5. TENNIS PRACTICE, MEDIA CONSUMPTION & BACKUP DATA



# Approach



# Approach and methodology

Nielsen Sports conducted the Customer Satisfaction Analysis of the participants at the 2021 Nitto Atp Finals.

The main satisfaction KPIs on the part of the live attendance at the event were collected through an online survey, conducted, after the event on Nitto ATP Finals ticketing database.

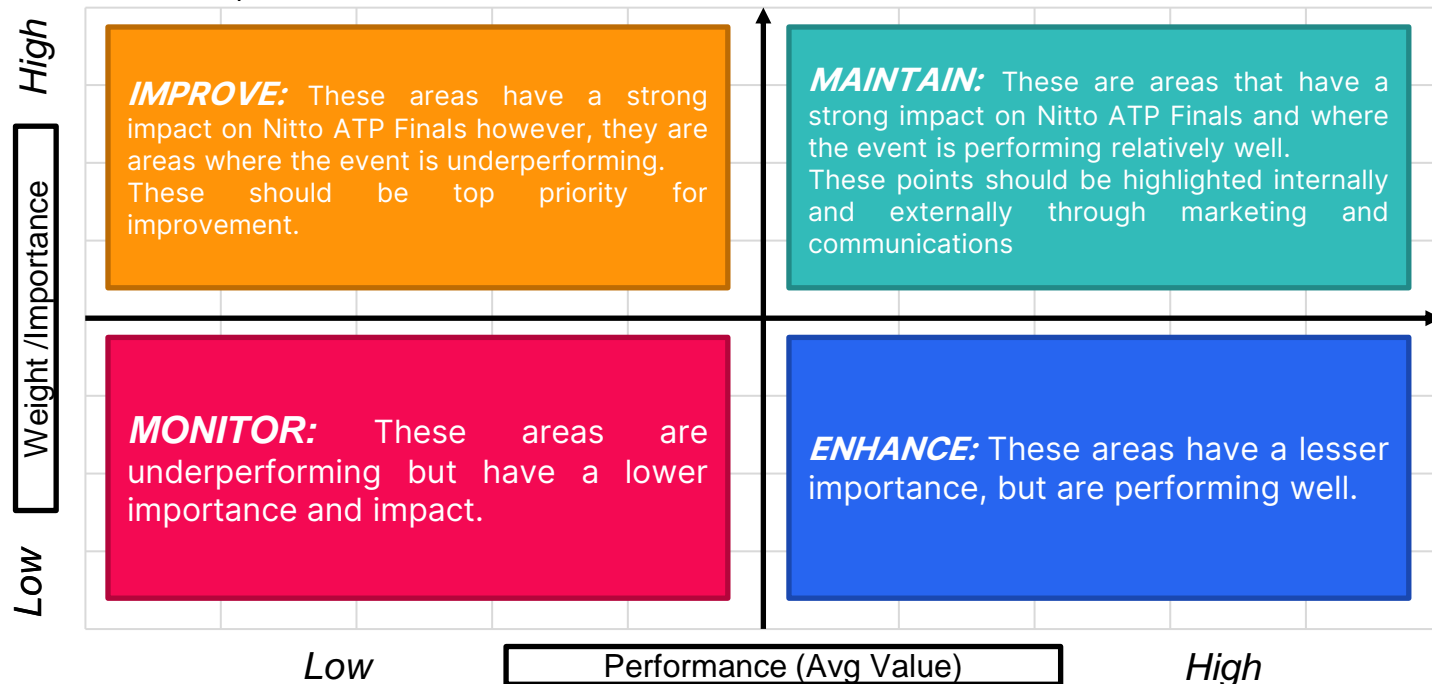
Survey followed this methodology:

<i>INVESTIGATION TECHNIQUE:</i>	CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)
<i>WAY OF SELECTION:</i>	Property Panel – Nitto ATP Finals Ticketing Database
<i>UNIVERSE:</i>	11.664 Total Respondents: <ul style="list-style-type: none"><li>• 9.451 General Access</li><li>• 1.126 Sponsor Access</li><li>• 925 Corporate Hospitality</li><li>• 162 Incoming &amp; Experience</li></ul>
<i>FIELDWORK:</i>	25th – 30th November 2021

# Satisfaction Drivers Matrix

For the Overall, Ticketing, Sponsor and Corporate Hospitality satisfaction levels, the individual components have been related to the overall value through a regression model.

This model makes it possible to understand how the weight/ performance of each item impacts on the overall satisfaction. Adding the items to the matrix below is possible to understand how performance impacts overall event satisfaction and, to prioritize areas for improvement.



# Executive Summary

# Key Facts – Overall Results

- The live attendance of first edition of Nitto ATP Finals (Torino 14th – 21th November 2021) has given a positive response both in terms of overall satisfaction and related KPIs.
- The **overall satisfaction is positive** (Excellent + Very Good + Good) for the 87% of the General Target and for the 98% for both the Sponsor Target and the Corporate Target.
- The **venue has reached very positive satisfaction level**, more than the 90% of the attendance has at least a «Good» level of satisfaction for it. **The weight/importance of the venue on the overall satisfaction is higher than other aspects** (Ticketing, Sponsor and Corporate Hospitality).
- Almost the 50% of the General Target gives a “Very Good” valuation to the venue **accessibility**, this level is higher to 65% for the “Premium Targets”.
- **The event received high level for of recommendation**: 85% General Target, 97% Sponsor Target and 96% Corporate Target (Definitely + Probably recommend). Furthermore, the **intention** to return to the event (Definitely + Probably attend) is 78% among the General Target and almost 90% among the two “Premium Targets”.

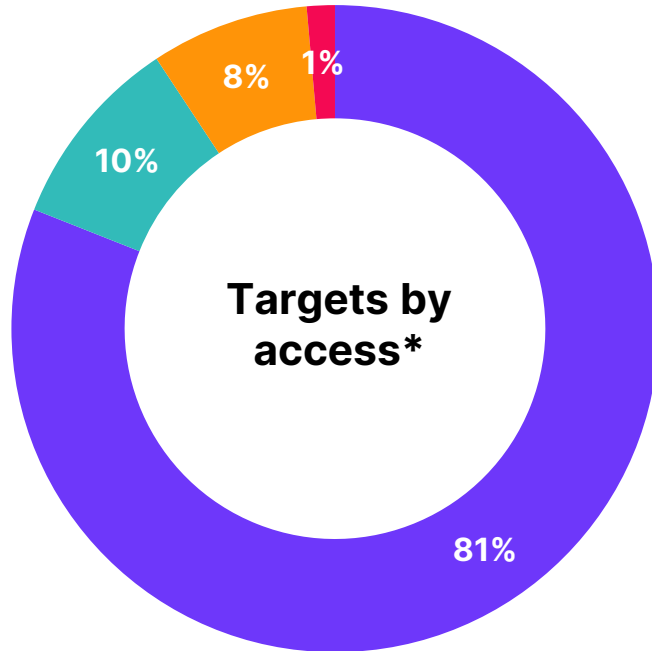
# Key Facts – By Target

- **Target General + Incoming & Experience:** target only allowed to watch matches from the main seating or reserved areas with a ticket bought by from themselves or friends / relatives.  
The venue has a higher weight (61%) on the average overall satisfaction (3,57) than the ticketing aspect (39%).  
**The venue satisfaction is strongly influenced by the event atmosphere and the court view, on the other hand food and beverage and comfort offered should be improved. The ticketing purchase process obtains a positive valuation (78% Excellent + Very + Good) mainly influenced by the clarity of information. The price sensitivity should be taken into consideration for the next editions.**
- **Target Sponsor:** target with an invitation given by one of the event partners and which therefore gave them access to the dedicated hospitality services.  
**The venue has a higher weight (67%) on the average overall satisfaction (4,33) than the sponsor hospitality aspect. Atmosphere, entertainment and view strongly influence the venue satisfaction level while the sustainability should be improved as high importance items.** Almost 100% of positive value for the offered hospitality services, both entertainment and food/catering aspects have at least a 30% of “excellent” valuations. **Hostesses' courtesy and the atmosphere have the greatest impact on the satisfaction. The variety of the food offered during the event should be improved next year to increase the satisfaction level.** (Almost the 30% of them don't know/remember which sponsor invited them to the Finals).
- **Target Corporate Hospitality:** target allowed to watch matches from areas reserved for Corporate Hospitality clients and make use of the related hospitality services.  
For this target **Venue and Corporate Hospitality services influence the average overall satisfaction (4,29) with almost the same weight/importance (50%). Atmosphere and position/view are the top items for the venue satisfaction and the number of bars and “comfort elements” require improvement actions.** More than 90% of positive rates for corporate services in general. **Hostesses' courtesy and the atmosphere have the greatest impact on the Corporate Hospitality satisfaction, while the quality of the catering should be improved next year to increase the satisfaction level.**

# Overall Results

# Targets by access

Four targets analyzed by access at 2021 Nitto ATP Finals



- General Access:** an access which only allowed you to watch matches from the main seating area with a ticket bought by you or someone you know.
- Sponsor Access:** an access which allowed you to watch matches and access the dedicated lounges with an invitation given to you by one of the event partners and which therefore gave you access to the dedicated hospitality services
- Corporate Hospitality:** an access which allowed you to watch matches from areas reserved for Corporate Hospitality clients and make use of the related hospitality services.
- Incoming & Experience:** an access which allowed you to watch matches from areas reserved for Incoming & Experience clients and make use of the services associated with the tickets

*\*General Access and Incoming & Experience will be aggregated in the following analysis, for statistical reasons.*

Question: We will now ask you to describe the type of access you used at the 2021 Nitto ATP Finals? Base: 11.664 Total Respondents

# Socio-demo profile

Four targets analyzed by access at 2021 Nitto ATP Finals

	General Access & Incomig Experience	Sponsor Access	Corporate Hospitality
<b>GENDER</b>			
Male	70%	70%	72%
Female	30%	30%	28%
<b>AGE</b>			
16-24	6%	4%	3%
25-34	13%	8%	9%
35-44	18%	17%	17%
45-54	33%	35%	37%
55-64	23%	27%	26%
+ 64	7%	9%	8%
<b>EDUCATION</b>			
Low	2%	3%	1%
Medium	38%	37%	32%
High	57%	58%	65%
No Answer	3%	2%	2%
<b>COUNTRY</b>			
Italy	96%	98%	97%
Others	4%	2%	3%

Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality



# Socio-demo profile

Four targets analyzed by access at 2021 Nitto ATP Finals

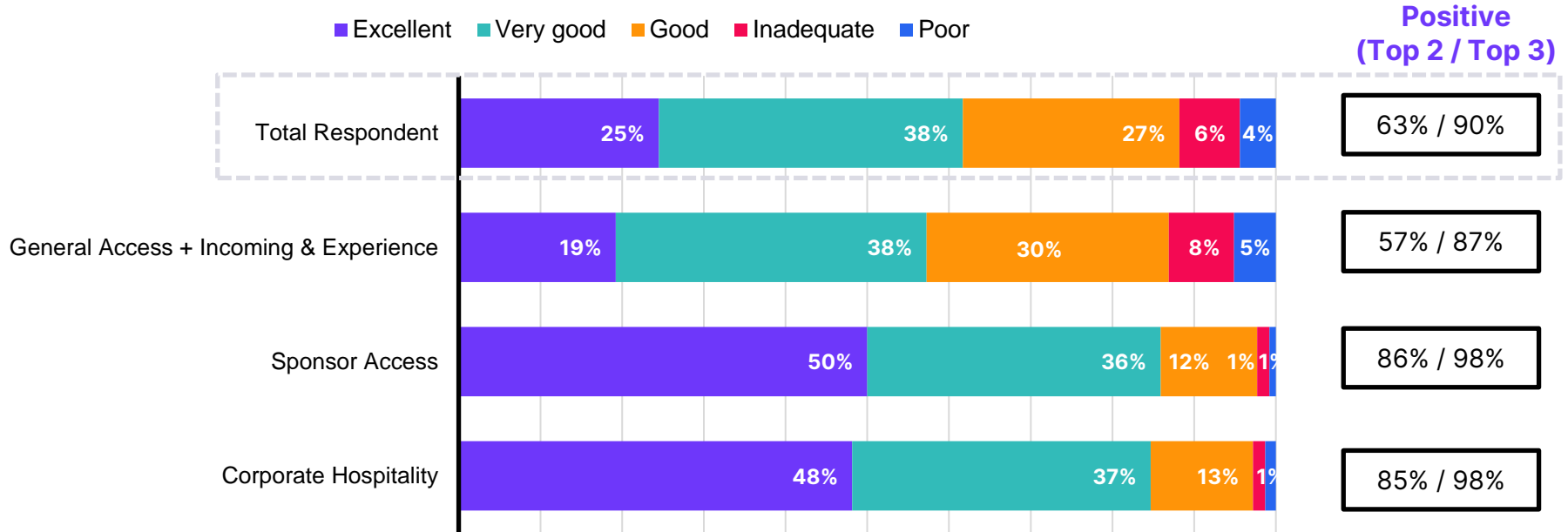
	General Access & Incomig Experince	Sponsor Access	Corporate Hospitality
<b>MONTHLY INCOME</b>			
Up to 2000 €	8%	4%	2%
2001 - 4999 €	<b>26%</b>	<b>21%</b>	22%
More than 5000 €	19%	<b>24%</b>	<b>31%</b>
No Answer	47%	51%	45%
<b>OCCUPATION</b>			
Office worker	<b>30%</b>	23%	20%
Entrepreneur/freelancer	19%	<b>23%</b>	<b>27%</b>
Executive/manager	13%	<b>23%</b>	<b>28%</b>
Academic profession	10%	8%	8%
Retired	9%	8%	5%
Student/trainee	6%	4%	3%
Skilled worker	3%	2%	1%
Housewife / Househusband	1%	2%	2%
Currently unemployed	1%	-	-
Other + No answer	8%	7%	6%

Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Overall Satisfaction

Almost 100% of the Corporate and Sponsor targets declared a good level of satisfaction for the event. 87% among the general target.

## Overall level of satisfaction with the experience at the 2021 Nitto ATP Finals

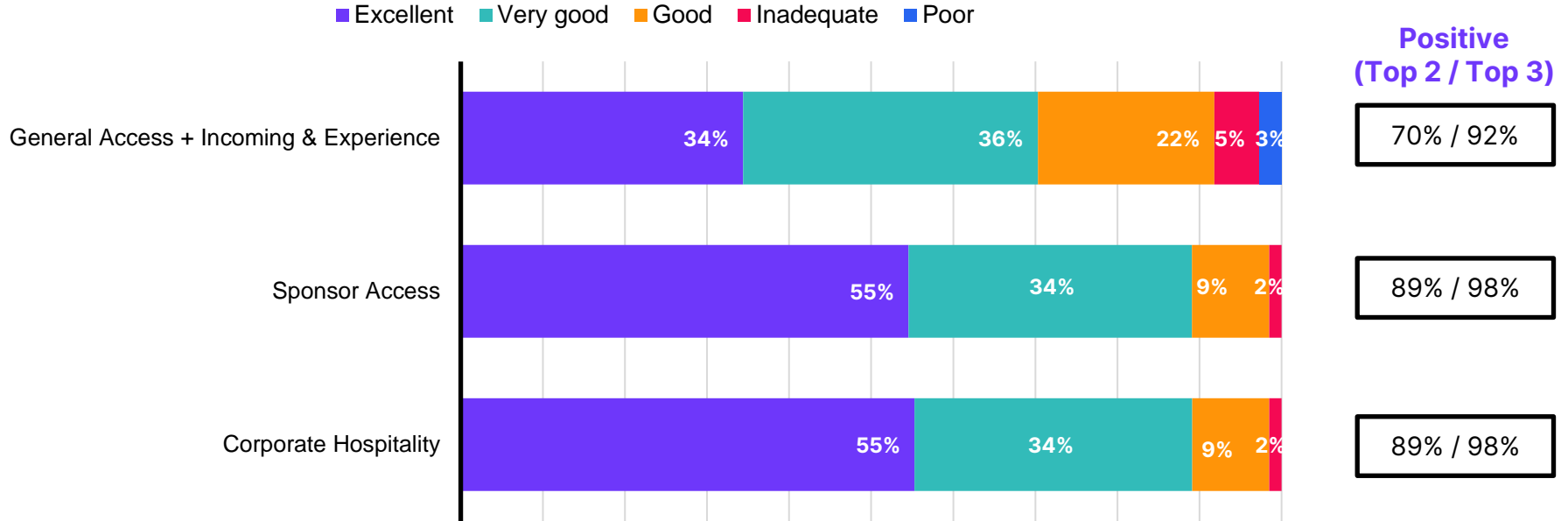


Q: Please describe your overall level of satisfaction with your experience at the 2021 Nitto ATP Finals. Base: 9,613 Target General + Incoming & Experience; 1,126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Venue Satisfaction

Very positive results also for the venue satisfaction, more than 90% of the attendance give to the venue at least a “Good” satisfaction rate.

## Overall level of satisfaction with the 2021 Nitto ATP Finals venue



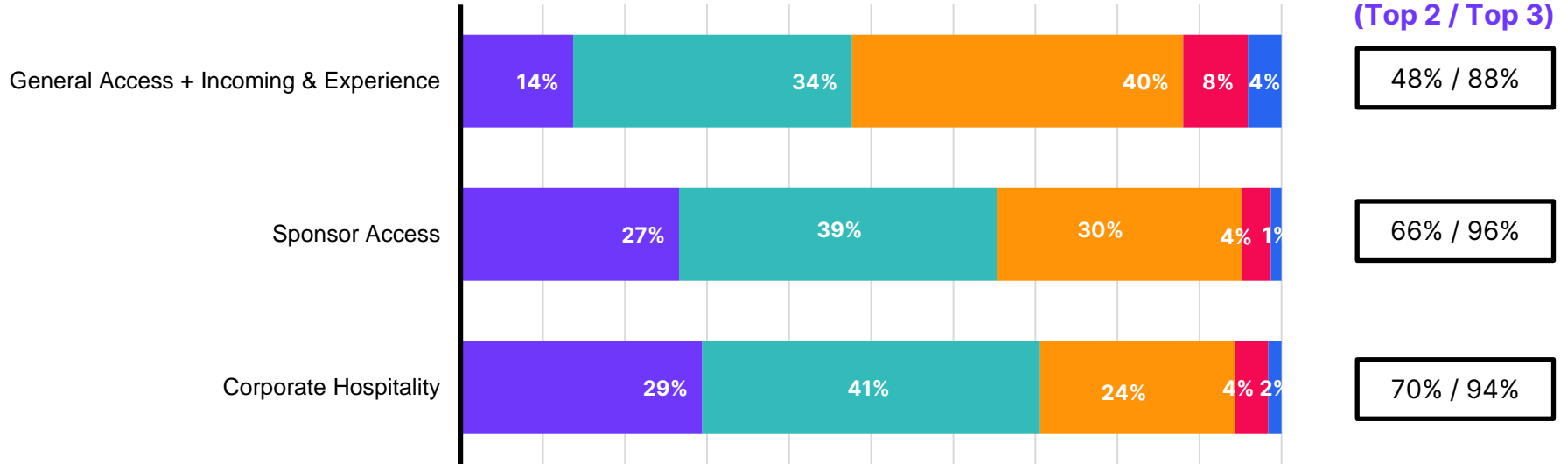
Q: Please describe your overall level of satisfaction with the 2021 Nitto ATP Finals venue. - Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Accessibility Satisfaction

Almost the 50% of the General Target gives a very good rates to the venue accessibility, the top 3 positive satisfaction is around the 90% for the three targets.

## Level of satisfaction with the accessibility of the 2021 Nitto ATP Finals venue

■ Excellent ■ Very good ■ Good ■ Inadequate ■ Poor



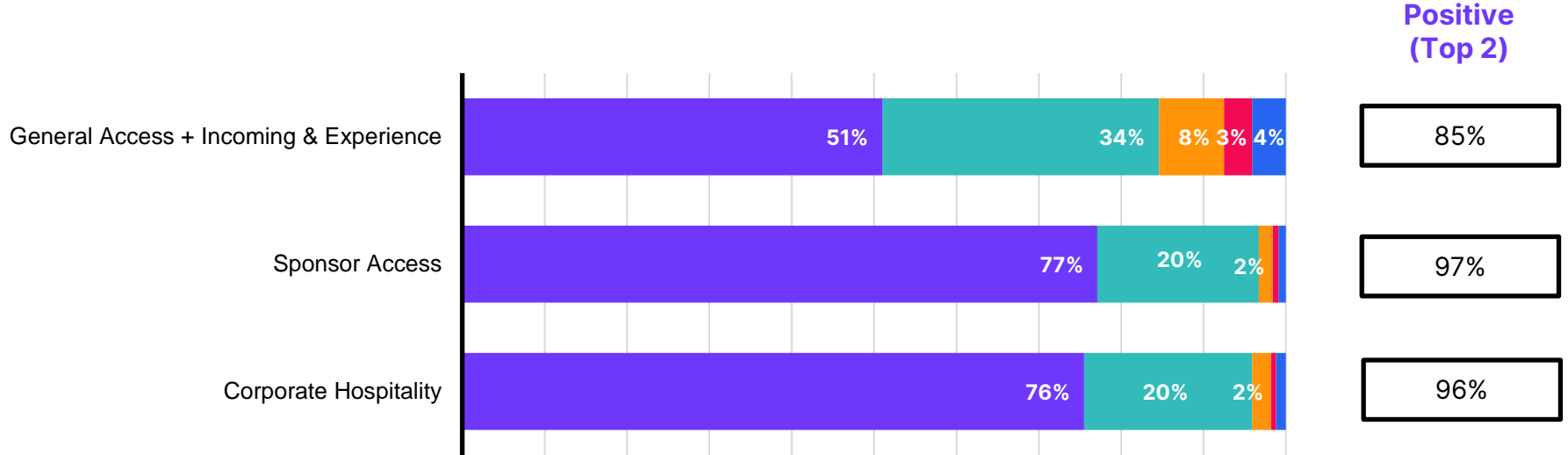
Q: Please describe your overall level of satisfaction with the accessibility of the 2021 Nitto ATP Finals venue. - Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Recommendation

Very high level of recommendation for the event for all the targets. Half of the General Target strongly recommends the event.

## Level of recommendation to a friend/acquaintance

- I would definitely recommend it
- I would probably recommend it
- I don't know if I would recommend it
- I would probably not recommend it
- I would definitely not recommend it



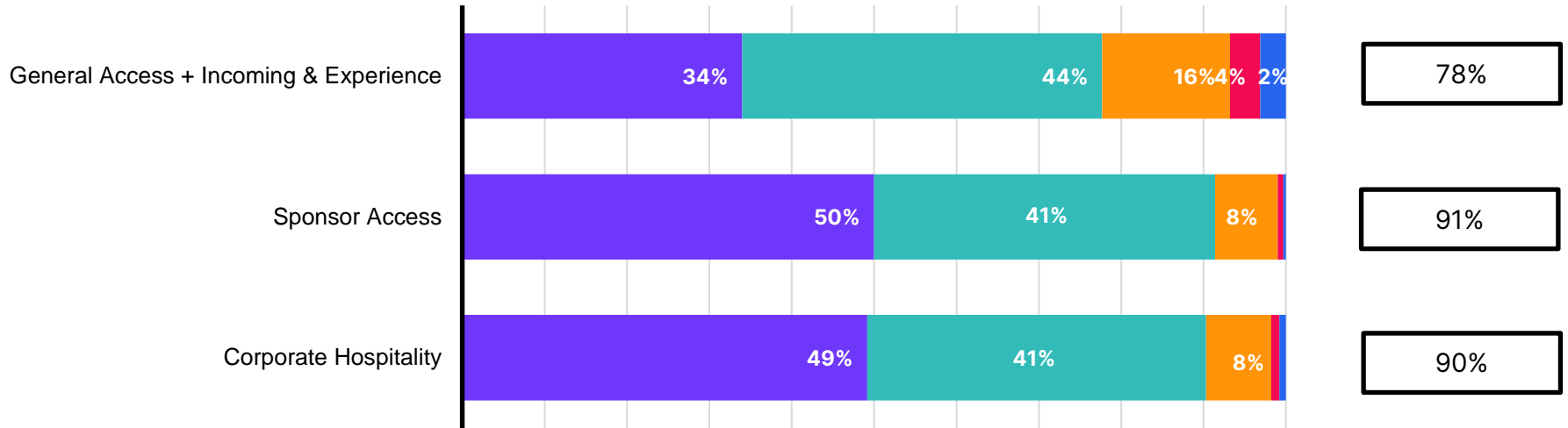
Q Thinking about your experience at the 2021 Nitto ATP Finals, how likely are you to recommend the event to a friend/acquaintance? Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Returning to the Event

Almost 80% of the General Target declare their intention of returning to the event next year, it is more than +10% higher among the “premium targets”.

## Will you attend this event again next year if you get the chance?

- I will definitely attend
- I will probably attend
- I don't know if I will attend
- I probably won't attend
- I definitely won't attend



Q: Thinking about your experience at the 2021 Nitto ATP Finals, will you attend this event again next year if you get the chance? - Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Results By Target

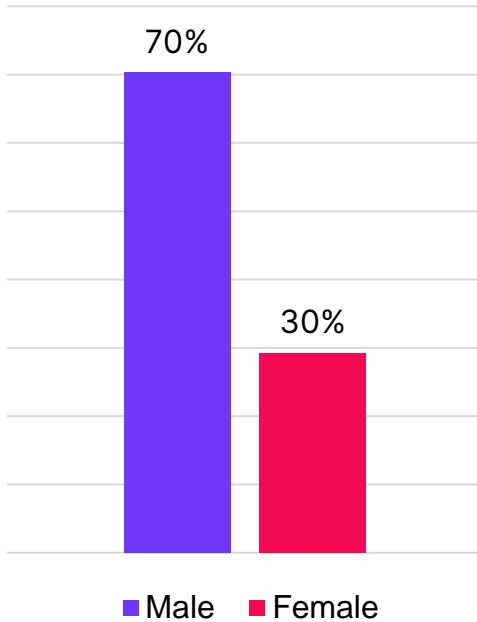
# General Access + Incoming & Experience



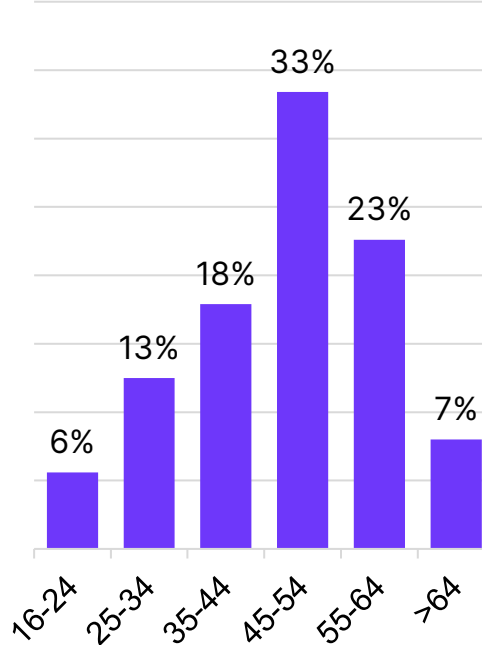
# Sociodemo profile: General + Incoming & Experience (I)

Sociodemo profile

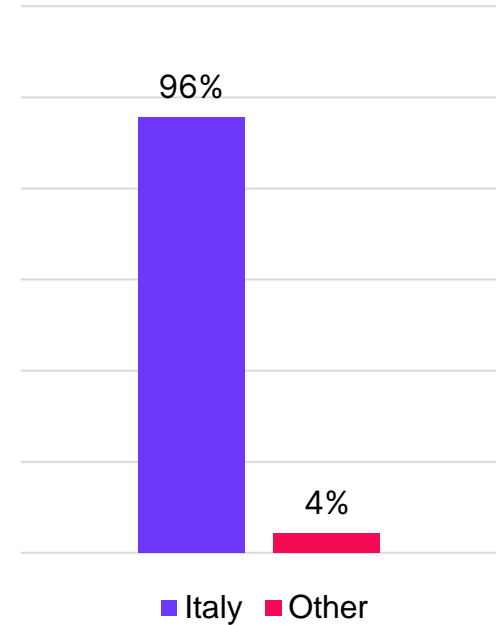
## Gender



## Age



## Country

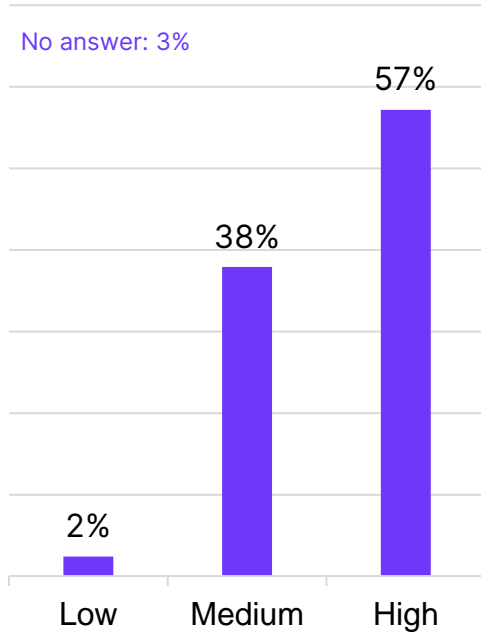


Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience

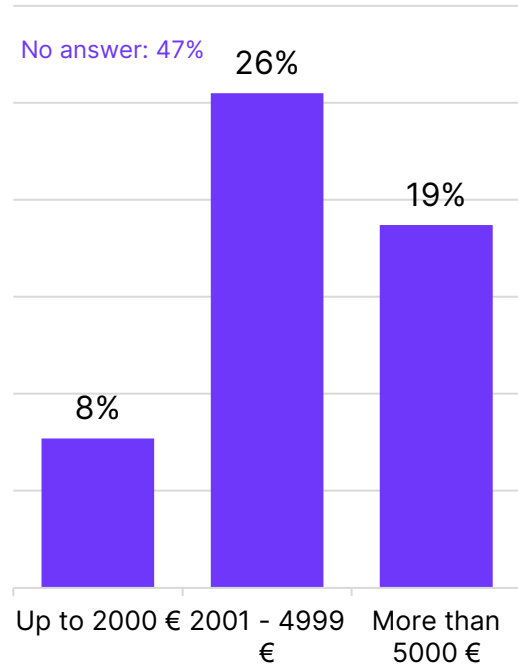
# Sociodemo profile: General + Incoming & Experience (II)

Sociodemo profile

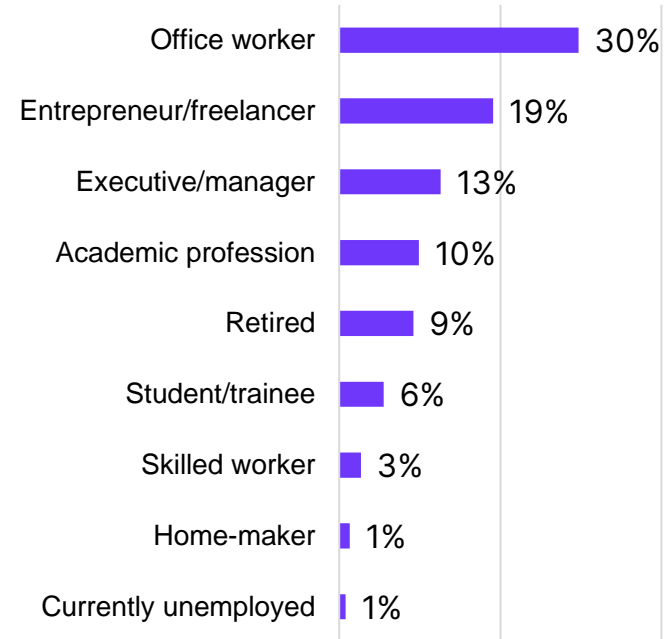
## Education



## Income



## Occupation



Other + No answer: 8%

Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience

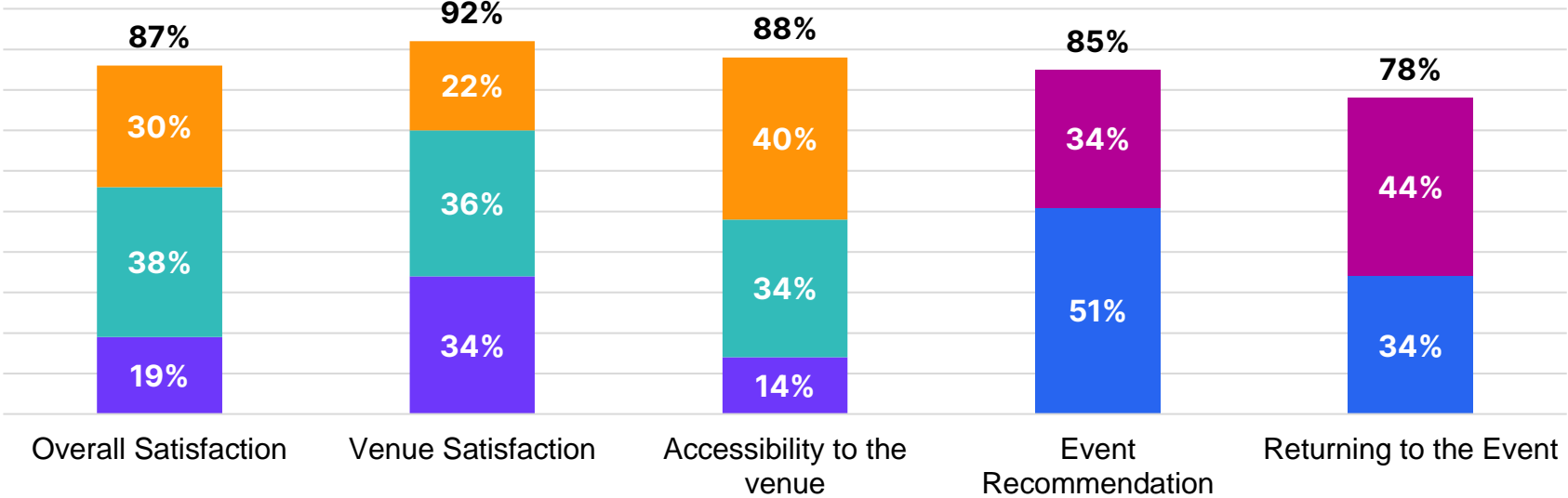
# Event KPIs Recap: General + Incoming & Experience

## Satisfaction Levels

■ Excellent
 ■ Very Good
 ■ Good

## Event Valuations

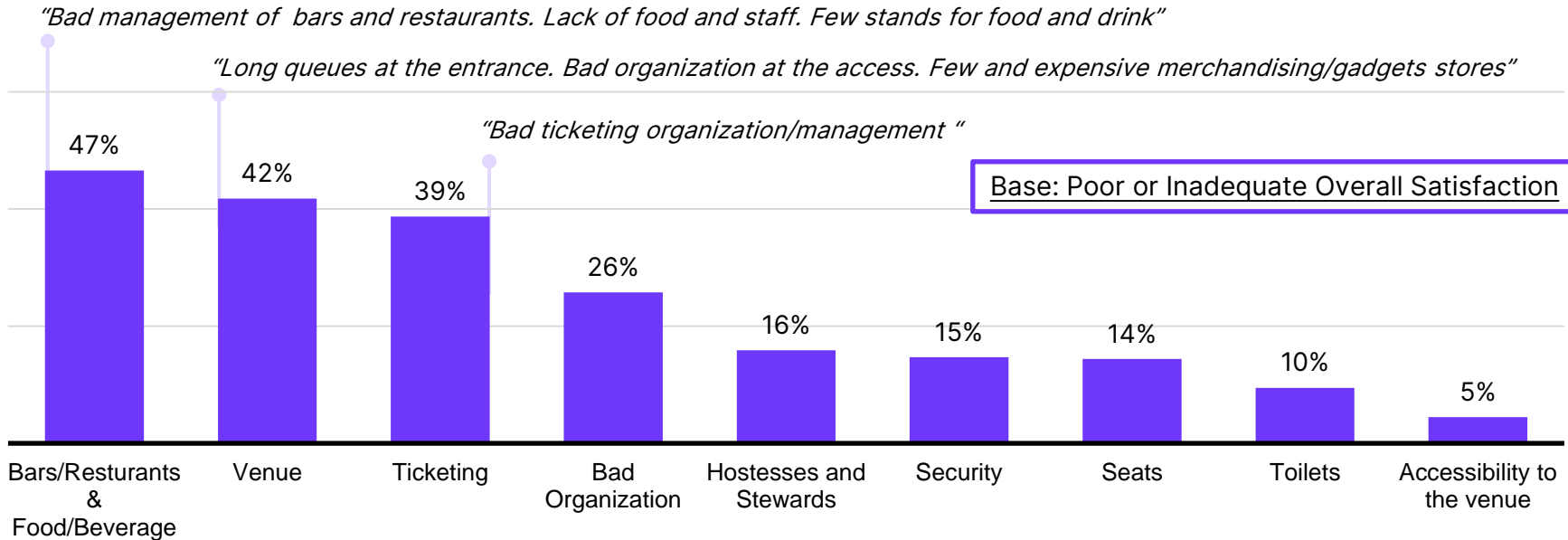
■ Definitely
 ■ Probably



Base: 9,613 Target General + Incoming & Experience

# Bad Overall Satisfaction Reasons

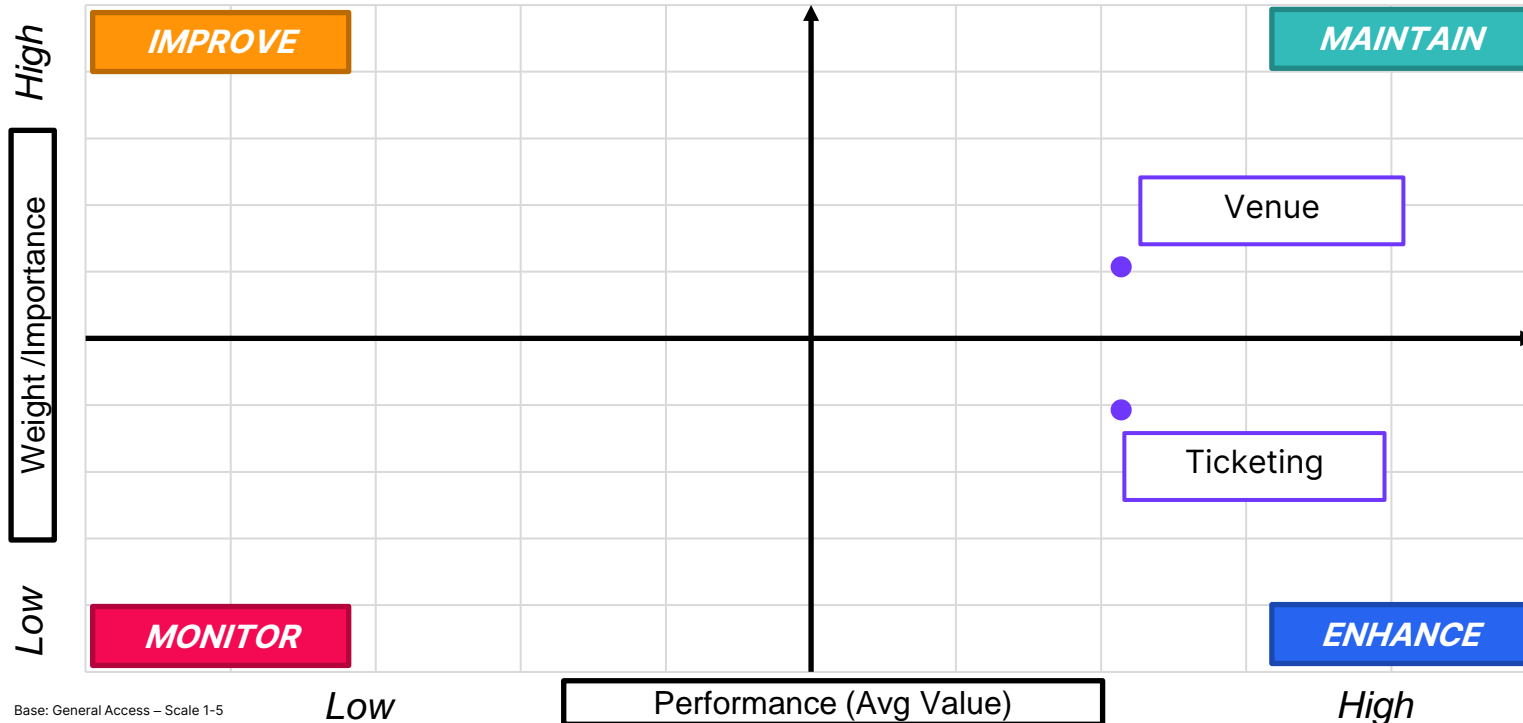
Bars and restaurants organization, problems during the access to the venue and ticketing issues are the main complaining reasons for the General Target. The negative comments come from a really limited part of the sample that can be considered not particularly relevant.



Q: You said that the overall level of satisfaction with your experience participating in the Nitto ATP Finals 2021 is bad. Please indicate the main reasons. - Base: Inadequate or Poor Satisfaction Target General + Incoming & Experience

# Impact on the Overall Satisfaction

The venue has an higher weight (61%) on the average overall satisfaction (3,57) than the ticketing aspect (39%).



Base: General Access – Scale 1-5

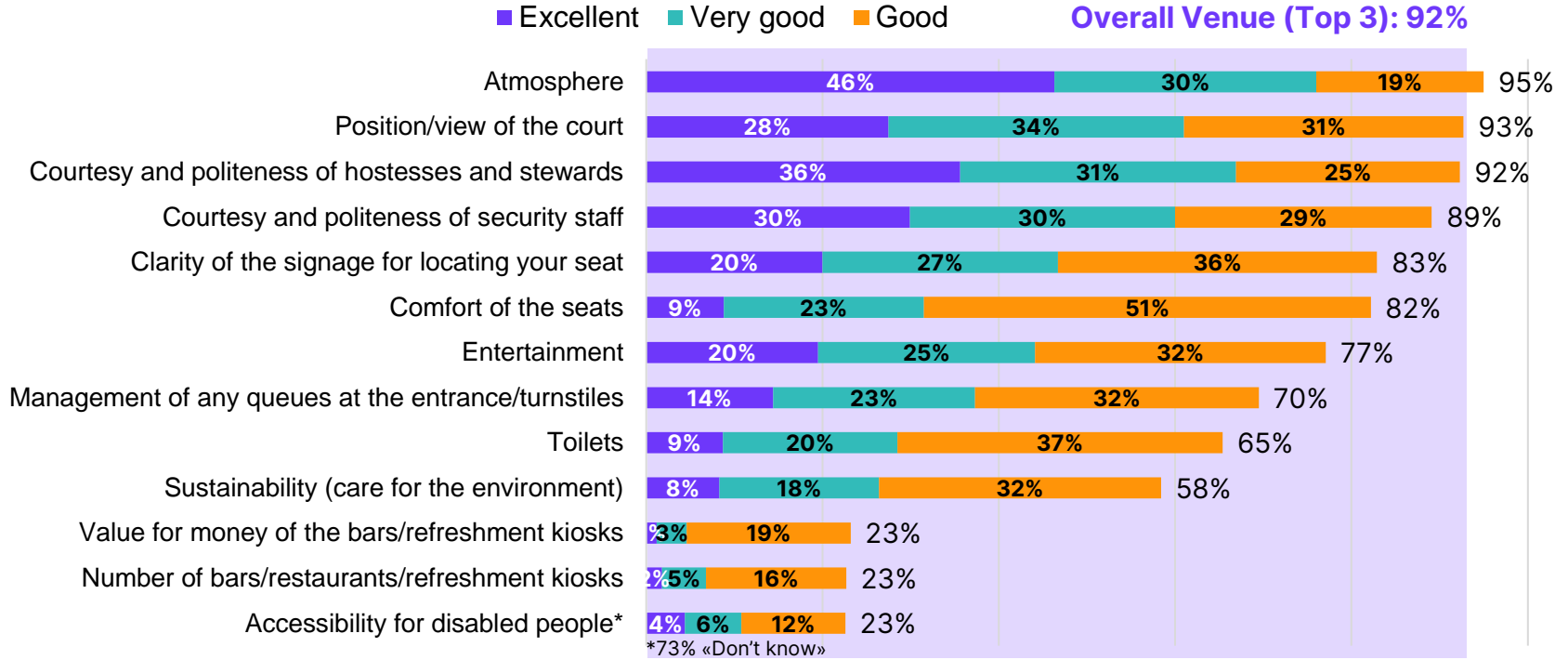
Low

Performance (Avg Value)

High

# Venue Items: Satisfaction level

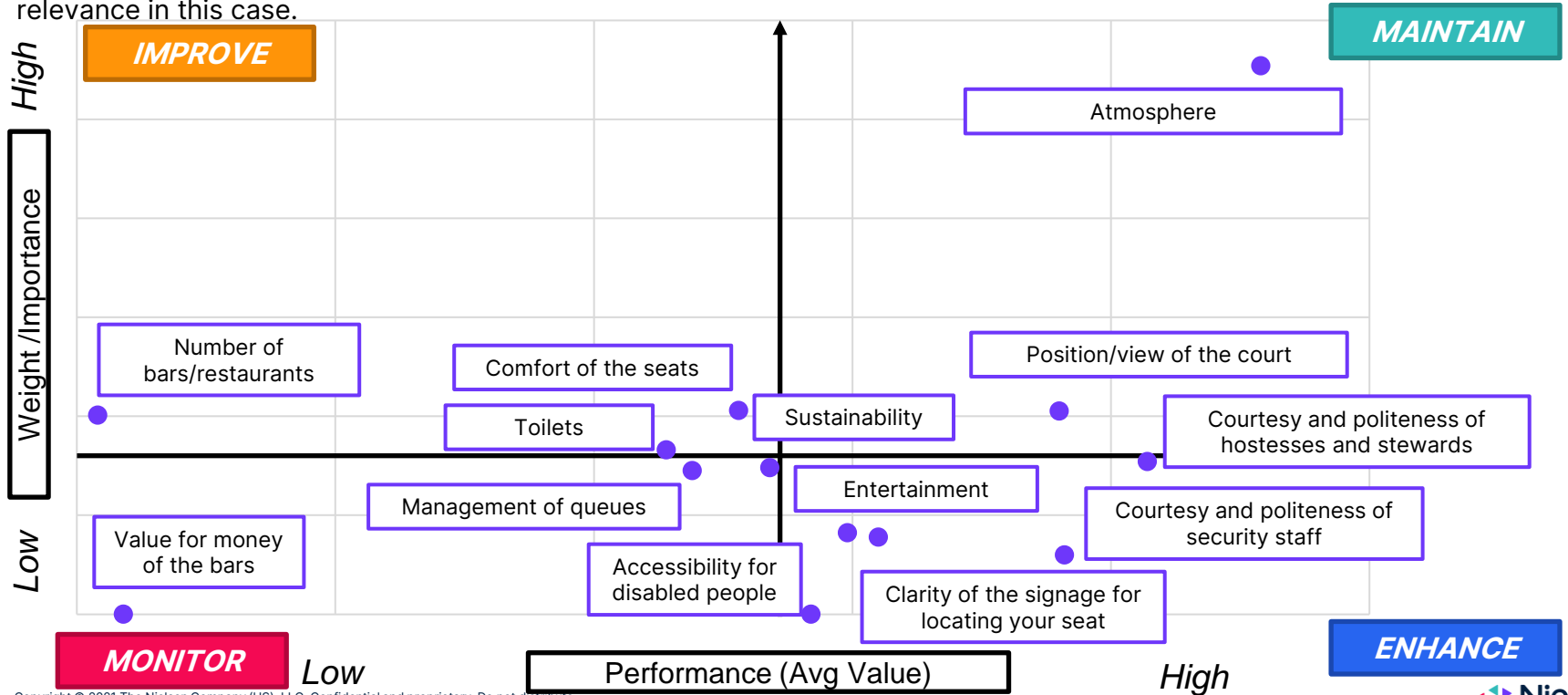
Atmosphere, position/view and hostess/staff courtesy are the top items for satisfaction level.



Q: For each of the following aspects of the 2021 Nitto ATP Finals venue, please describe your level of satisfaction using the following scale: - Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience

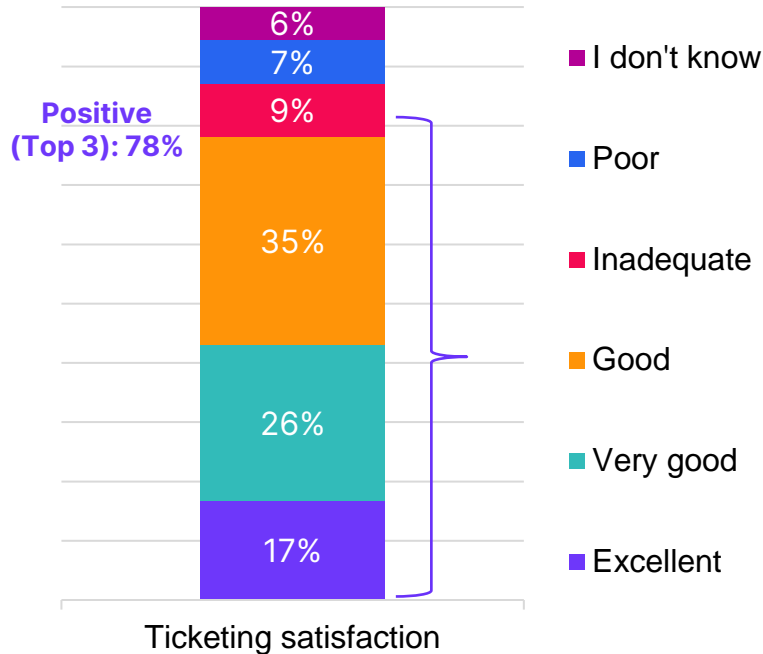
# Impact on Venue Satisfaction : General + Incoming & Experience

Atmosphere and view of the court strongly influence the venue satisfaction. Bars number, and comforts should be improved, as high importance items, to increase the satisfaction level. The value for money item has not a statistical relevance in this case.

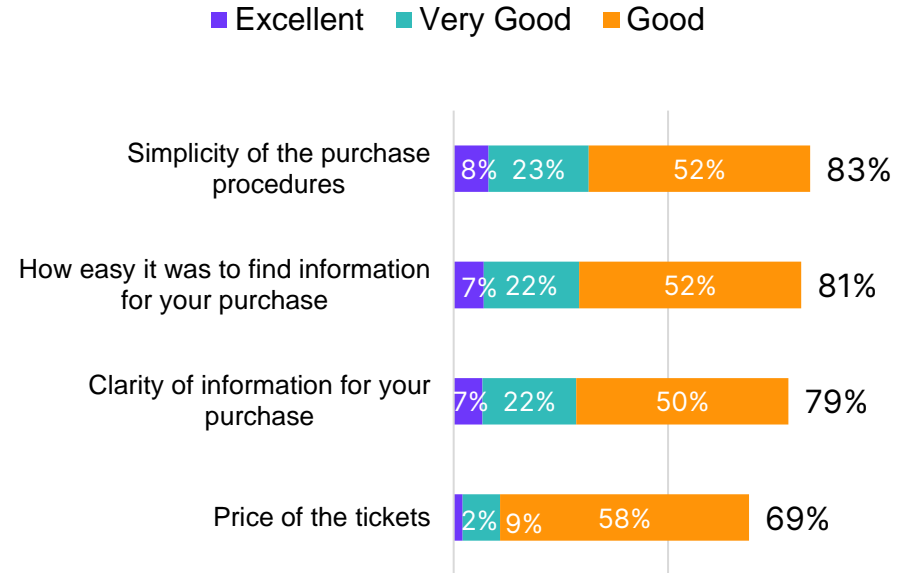


# Ticketing Satisfaction

Almost the 80% of the respondents have a positive perception of the ticketing purchase process, mainly as regards the simplicity of the purchasing process and available information.



## Ticketing Sub Items



Q: Please describe your overall level of satisfaction with the ticket purchasing process for the 2021 Nitto ATP Finals. For each of the following aspects of the ticket purchasing process for the 2021 Nitto ATP Finals.

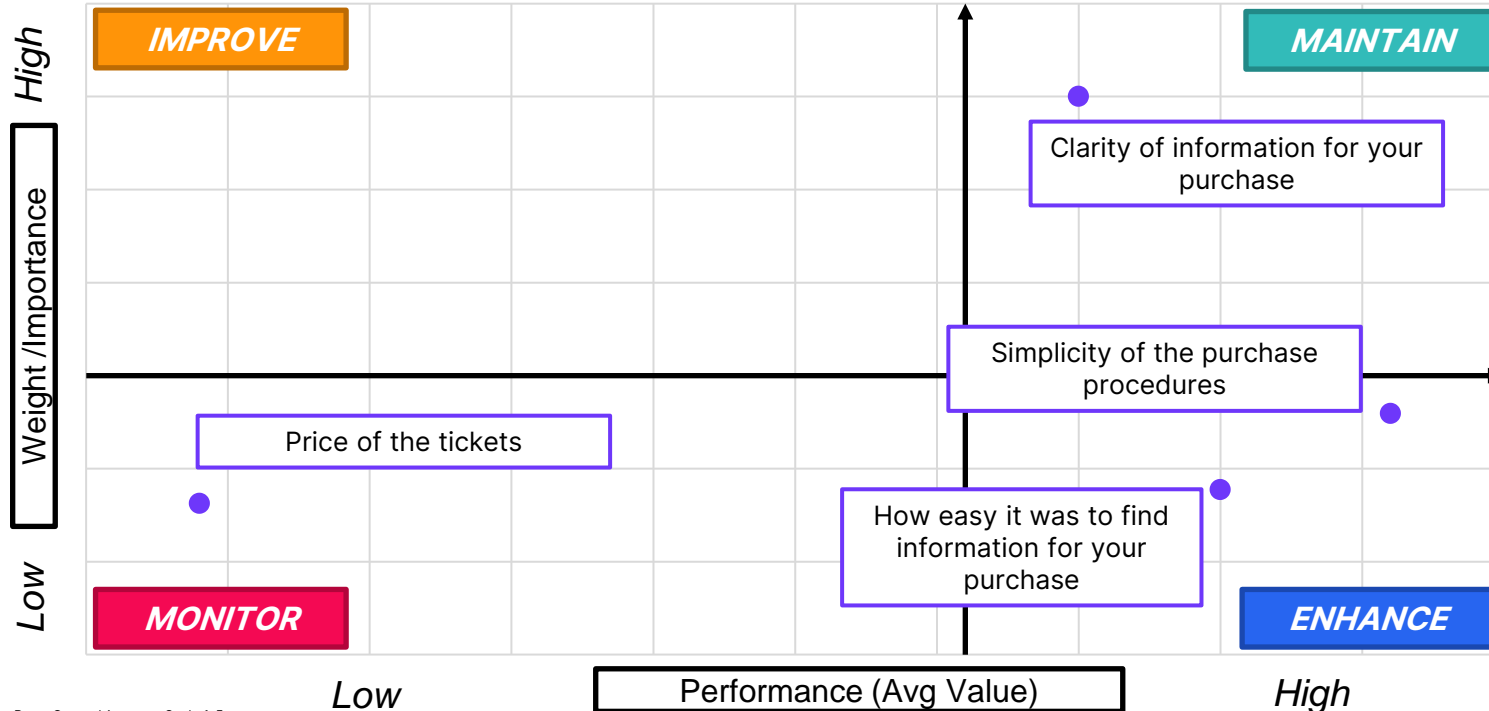
Base: 9,613 Target General + Incoming & Experience

Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.



# Impact on Ticketing Satisfaction

Information on purchasing process has the greatest impact on the satisfaction. The price sensitivity should be taken into consideration for the next editions.



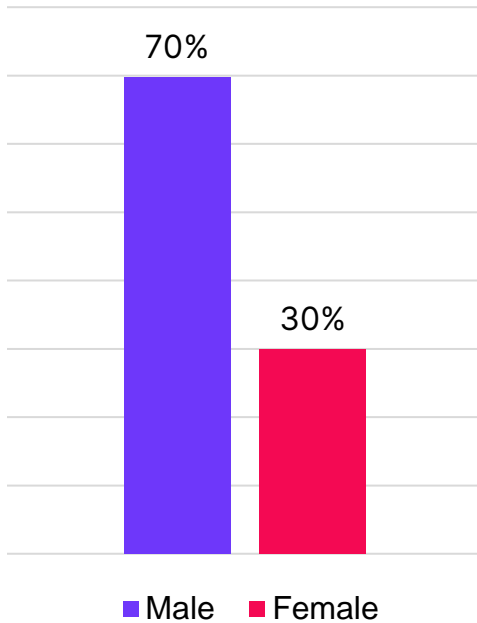
Base: General Access – Scale 1-5

# Sponsor Access

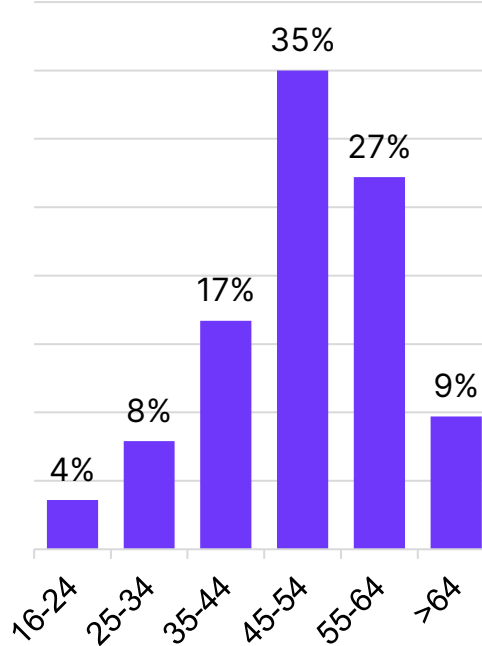
# Sociodemo profile: Sponsor Access (I)

Sociodemo profile

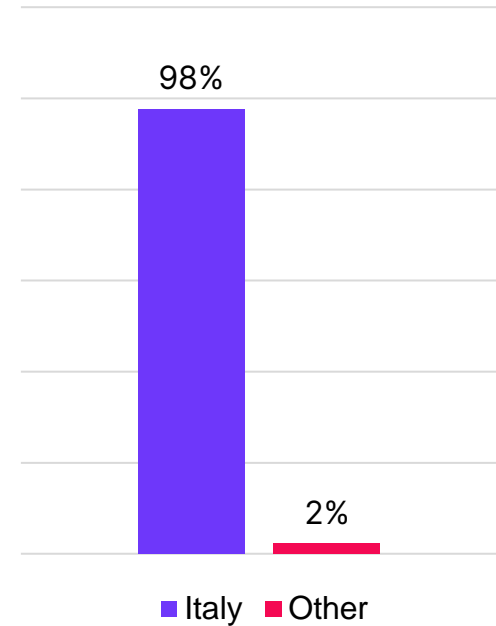
## Gender



## Age



## Country

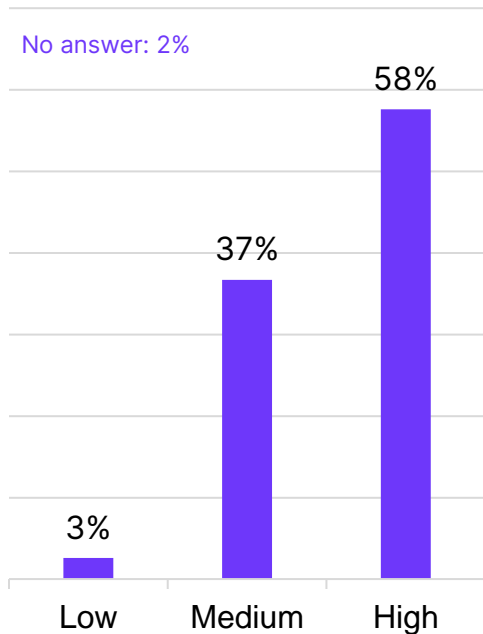


Base: 1.126 Sponsor Access

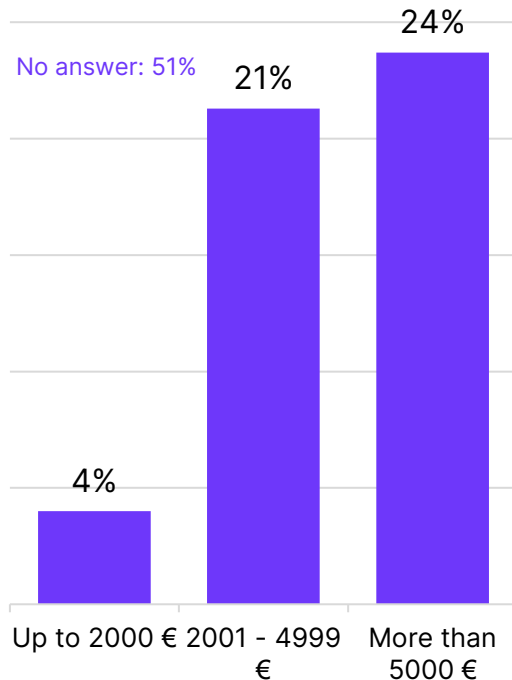
# Sociodemo profile: Sponsor Access (II)

Sociodemo profile

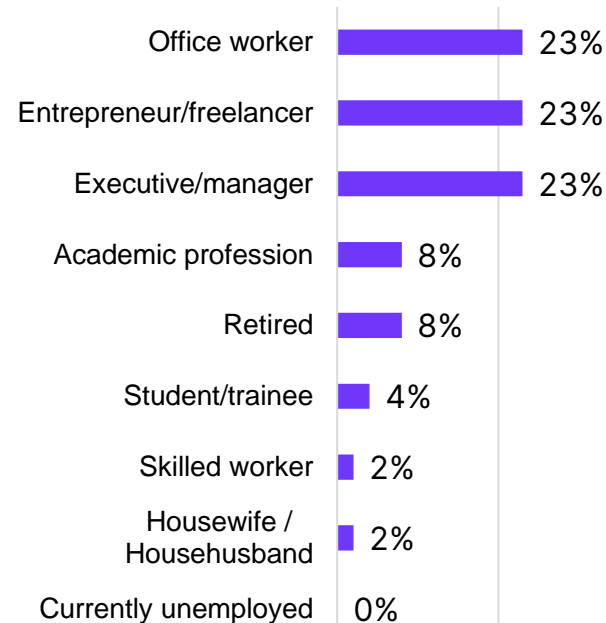
## Education



## Income



## Occupation



Other + No answer: 7%

Base: 1.126 Sponsor Access

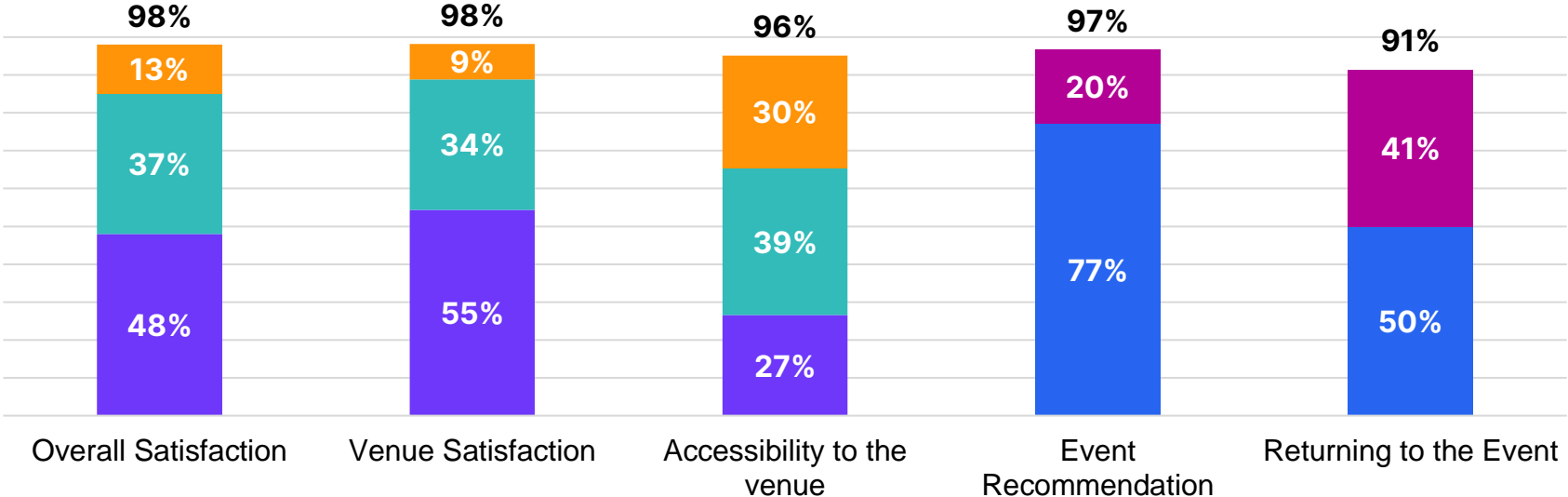
# Event KPIs Recap: Sponsor Access

## Satisfaction Levels

## Event Valuations

Excellent Very Good Good

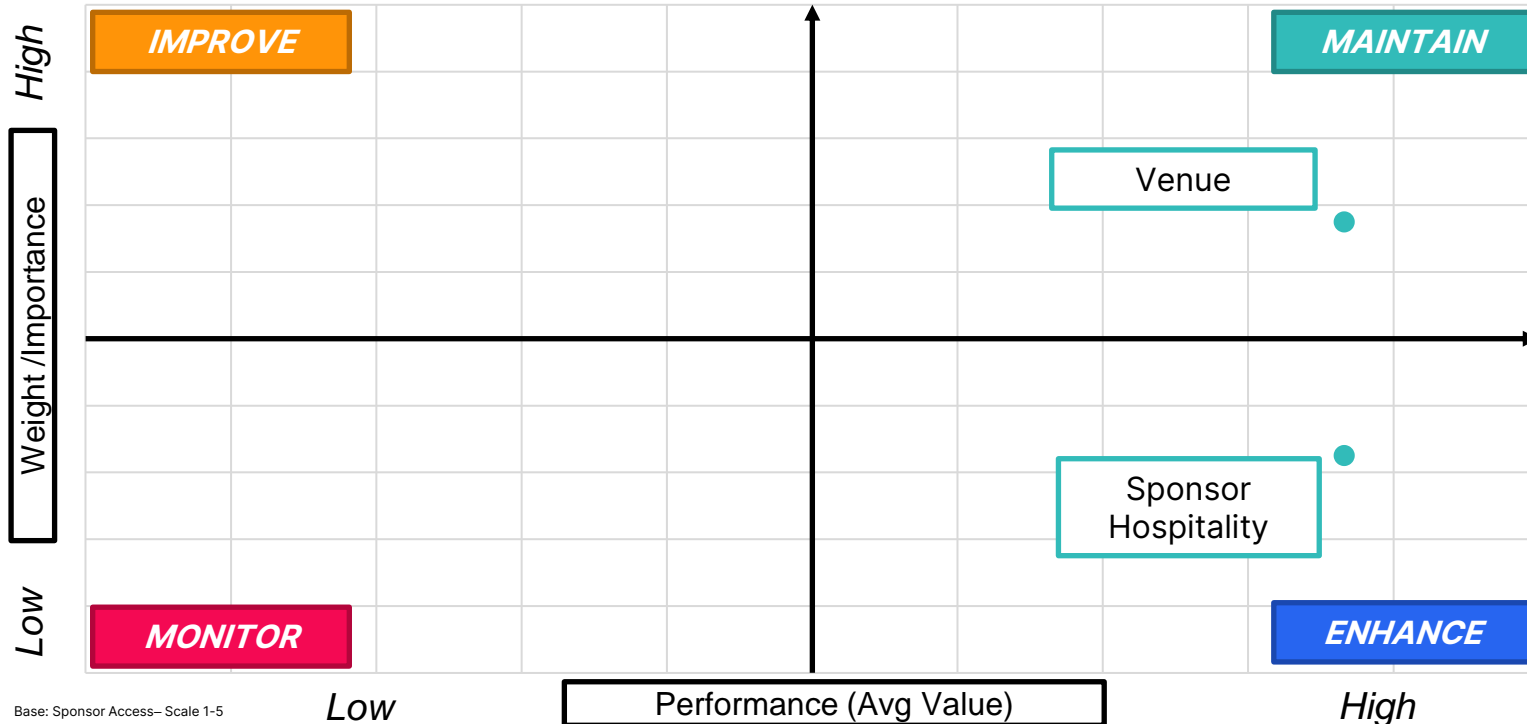
Definitely Probably



Base: 1,126 Sponsor Access

# Impact on the Overall Satisfaction

The venue has an higher weight (67%) on the average overall satisfaction (4,33) than the sponsor hospitality aspect.



Base: Sponsor Access - Scale 1-5

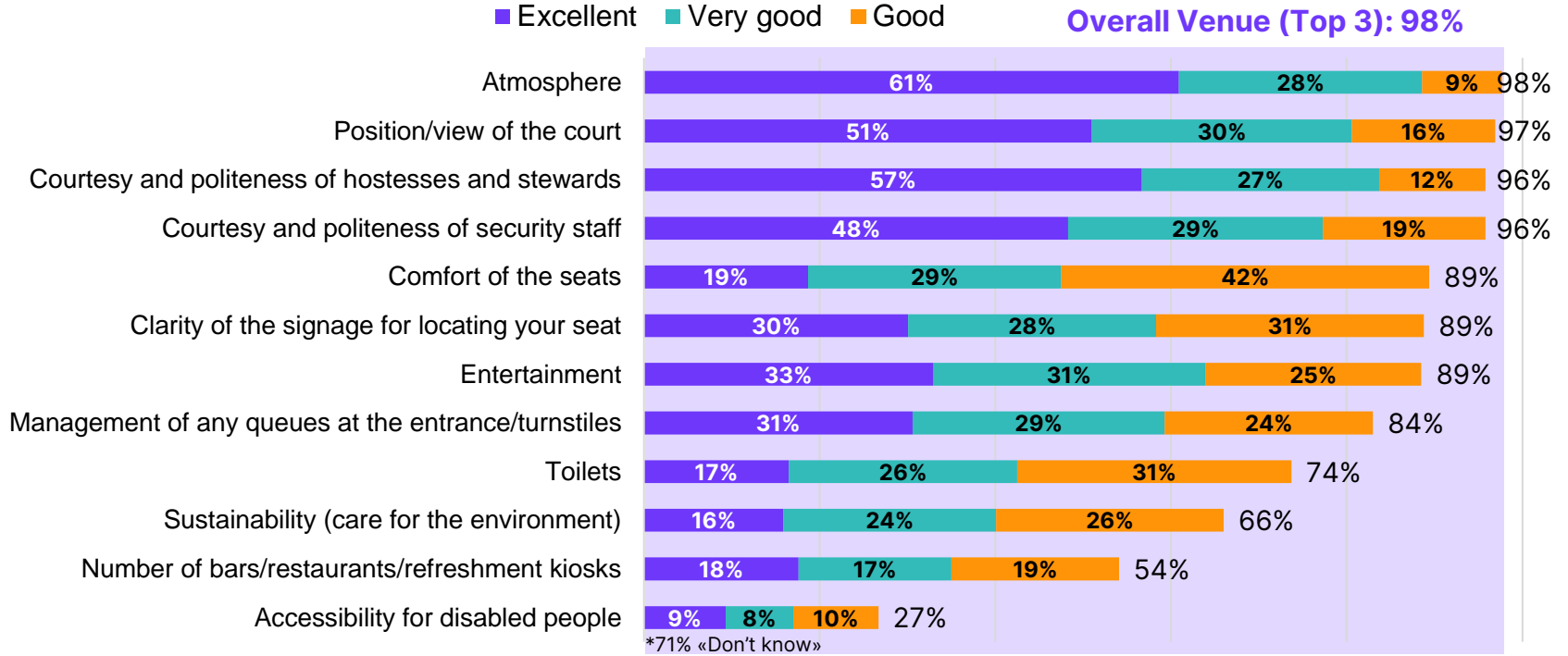
Low

Performance (Avg Value)

High

# Venue Items: Satisfaction level

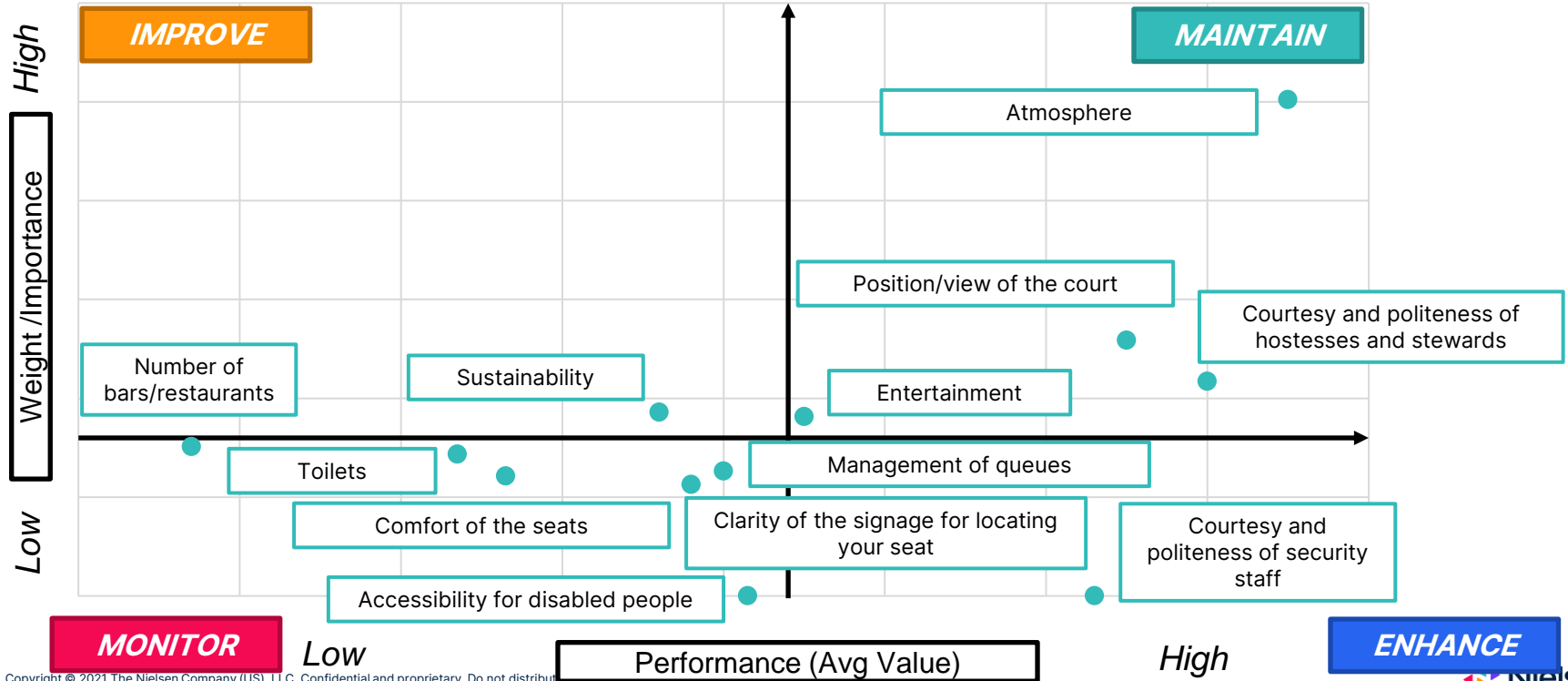
Atmosphere, position/view and hostess/staff courtesy are the top items for satisfaction level.



Q: For each of the following aspects of the 2021 Nitto ATP Finals venue, please describe your level of satisfaction using the following scale: - Base 1.126 Sponsor Access

# Impact on Venue Satisfaction: Sponsor Access

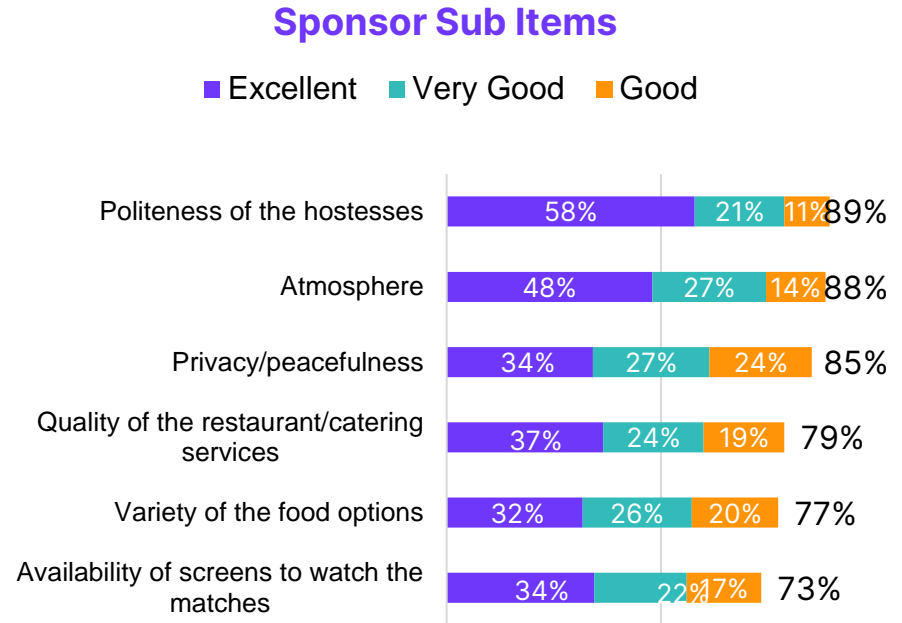
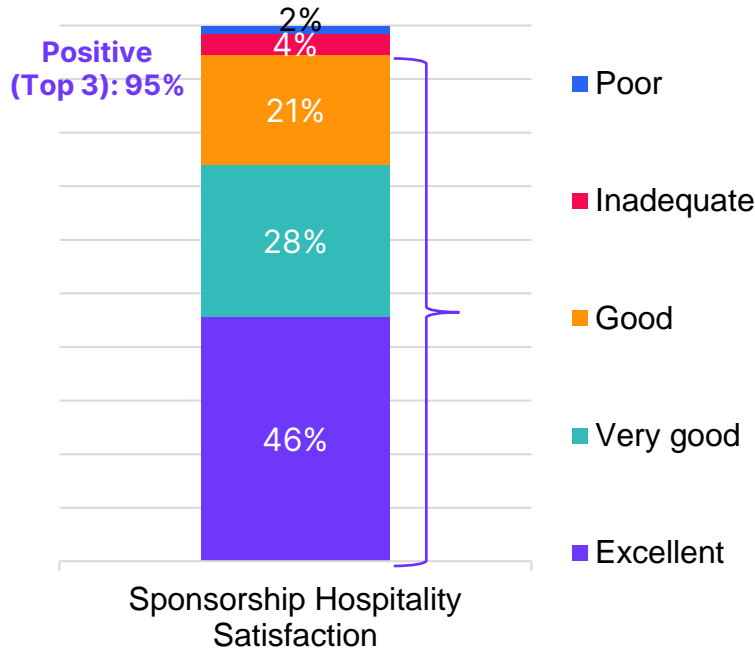
Atmosphere, view of the court and hostesses/staff strongly influence the venue satisfaction. The sustainability level of the event should be improved as high importance items. General amenities have low importance and value as “premium target”.





# Sponsorship Hospitality Satisfaction

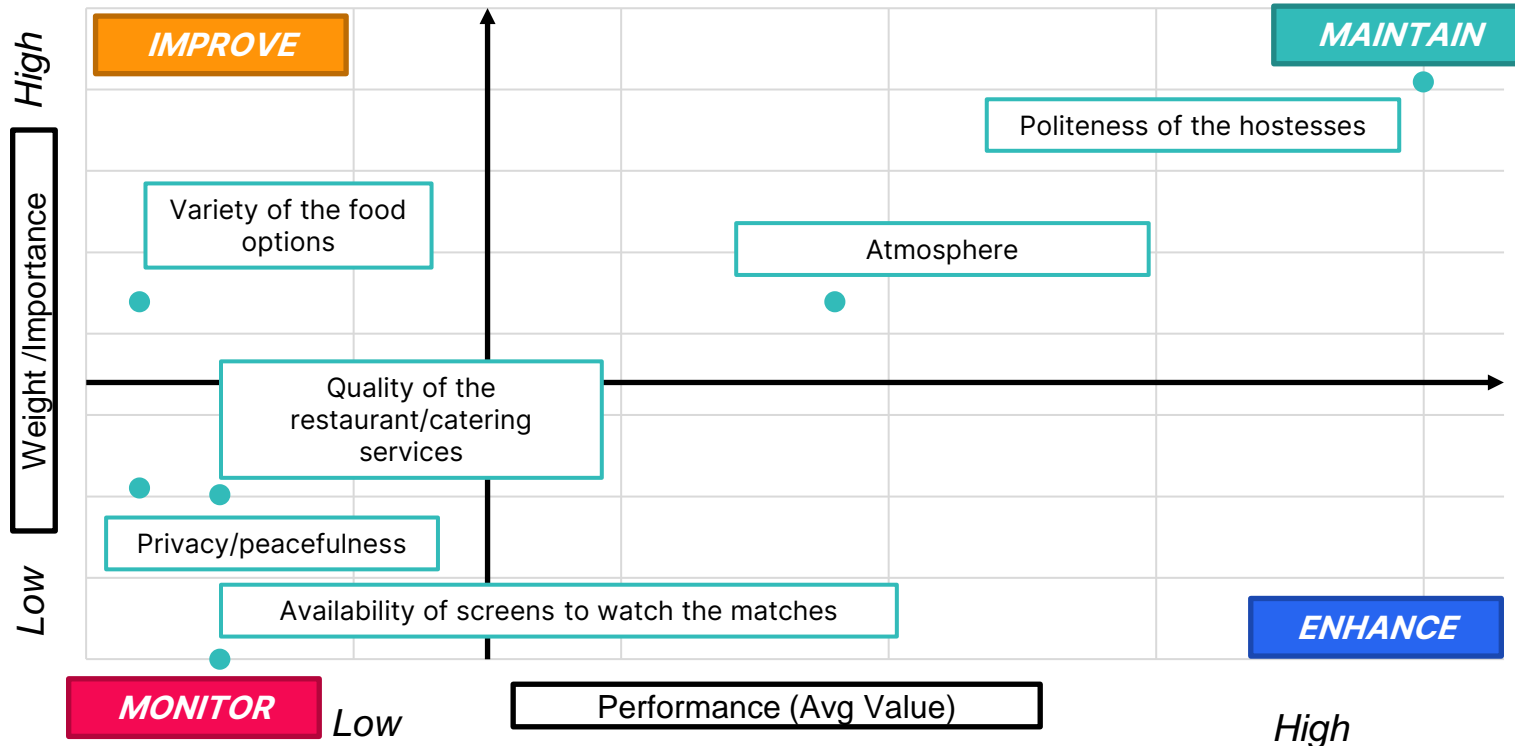
Almost 100% of positive rates for the hospitality services, both atmosphere/entertainment and food/catering aspects have at least a 30% of “Excellent” valuations.



Q: Please describe your overall level of satisfaction with the hospitality services in the sponsors' lounge at the 2021 Nitto ATP Finals. -For each of the following aspects of the hospitality services in the sponsors' lounge at the 2021 Nitto ATP Finals - Base 1.126 Sponsor Access

# Impact on Sponsorship Hospitality

Hostesses' courtesy and the atmosphere have the greatest impact on the satisfaction. The variety of the food offered during the event should be improved next year to increase the satisfaction level.

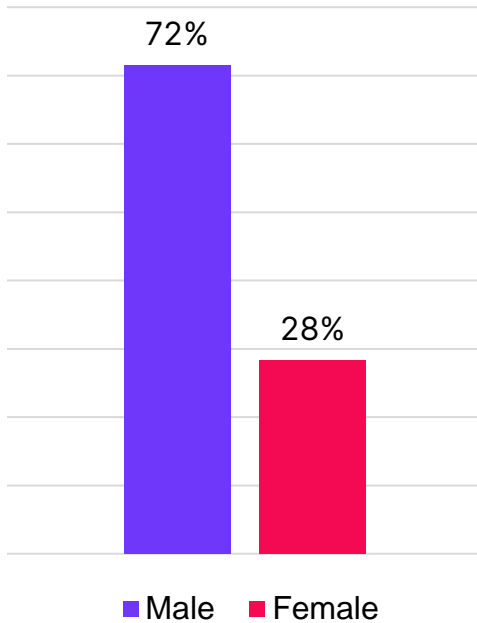


# Corporate Hospitality

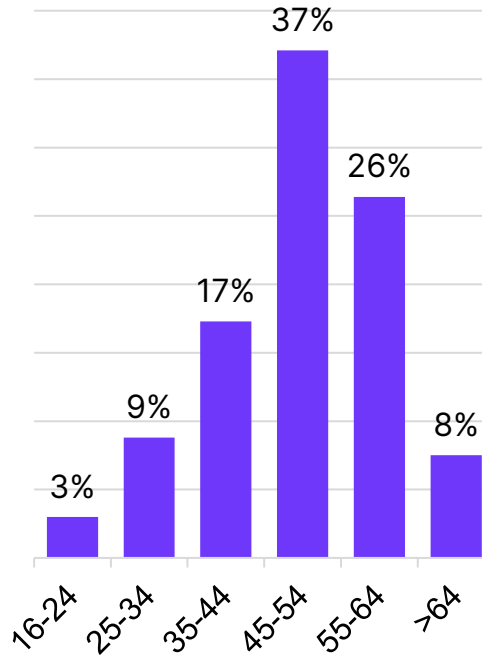
# Sociodemo profile: Corporate Hospitality(I)

Sociodemo profile

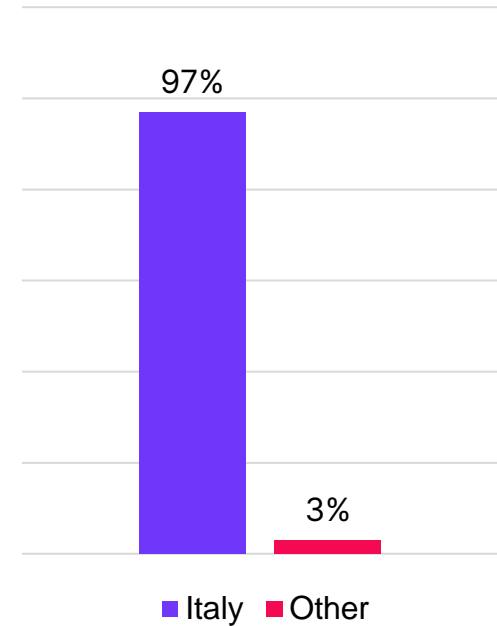
## Gender



## Age



## Country

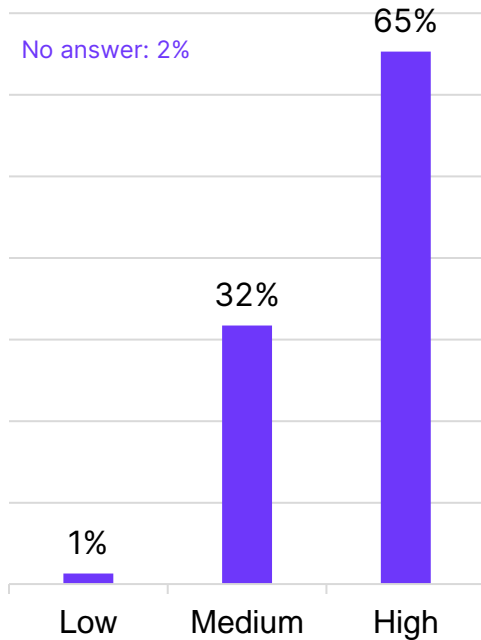


Base: 925 Corporate Hospitality

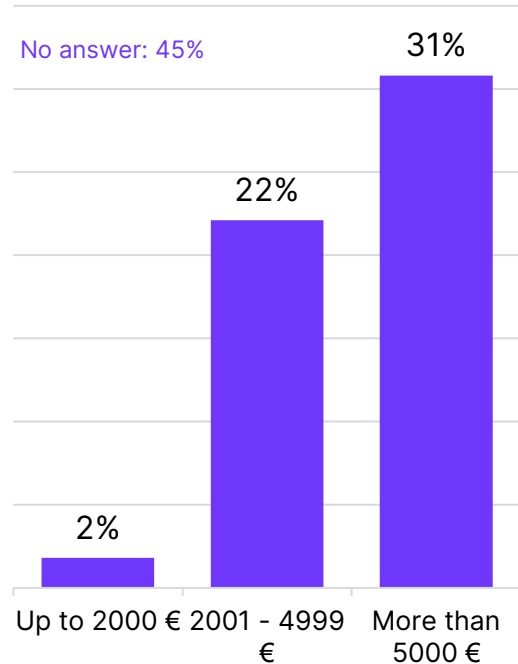
# Sociodemo profile: Corporate Hospitality (II)

Sociodemo profile

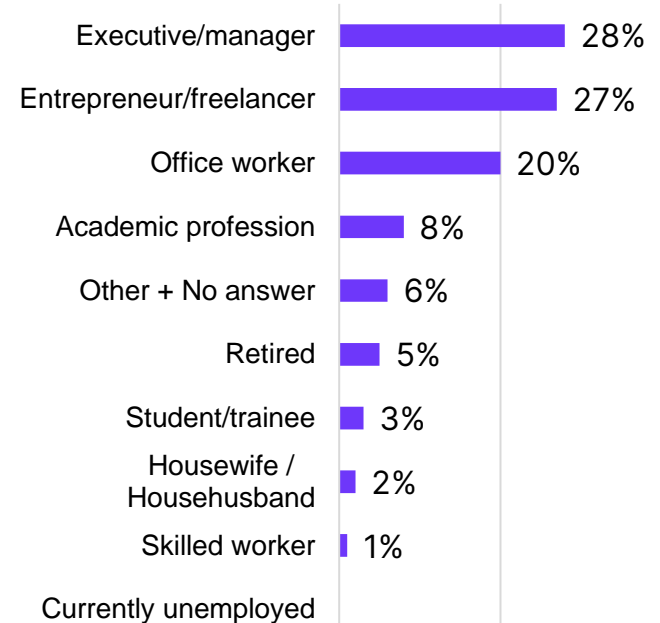
## Education



## Income



## Occupation



Other + No answer: 6%

Base: 925 Corporate Hospitality

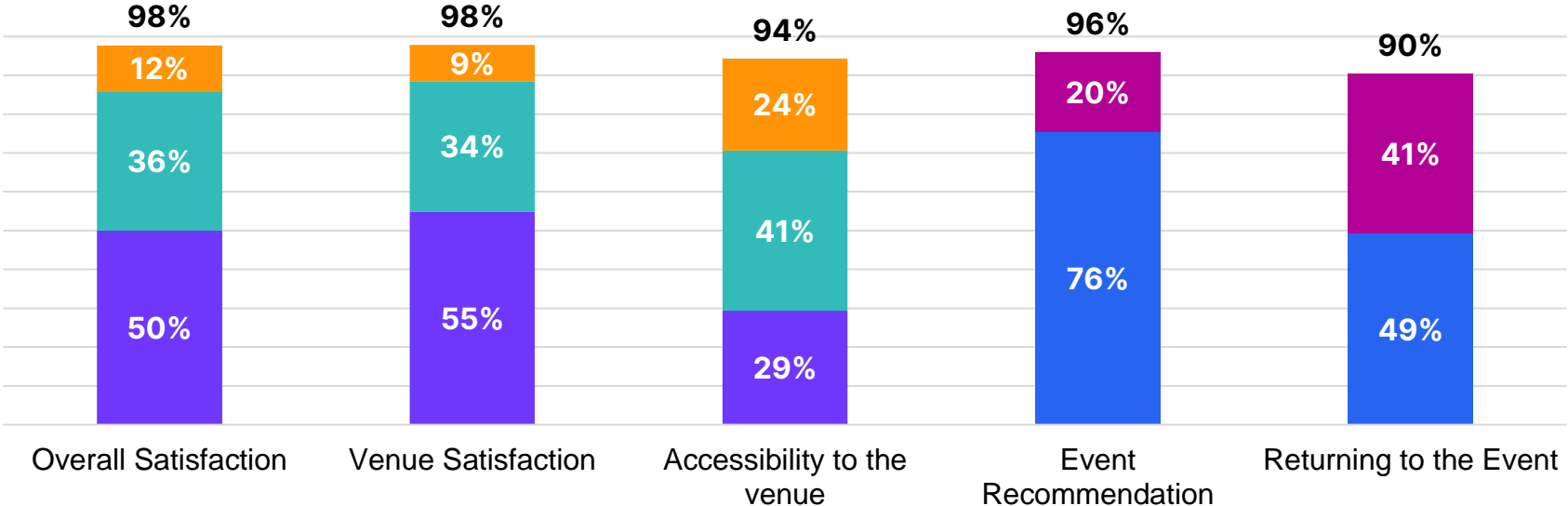
# Event KPIs Recap: Corporate Hospitality

## Satisfaction Levels

## Event Valuations

Excellent Very Good Good

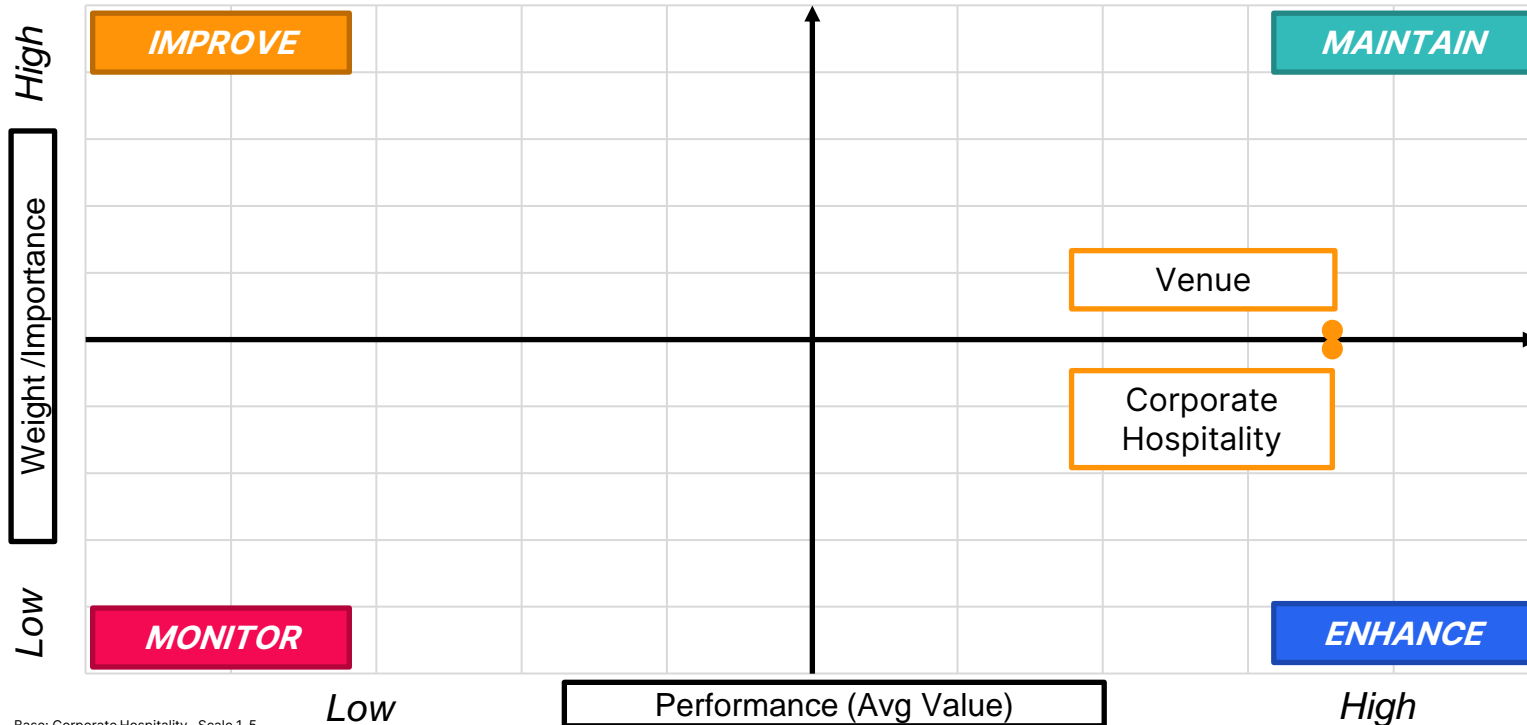
Definitely Probably



Base: 925 Corporate Hospitality

# Impact on the Overall Satisfaction

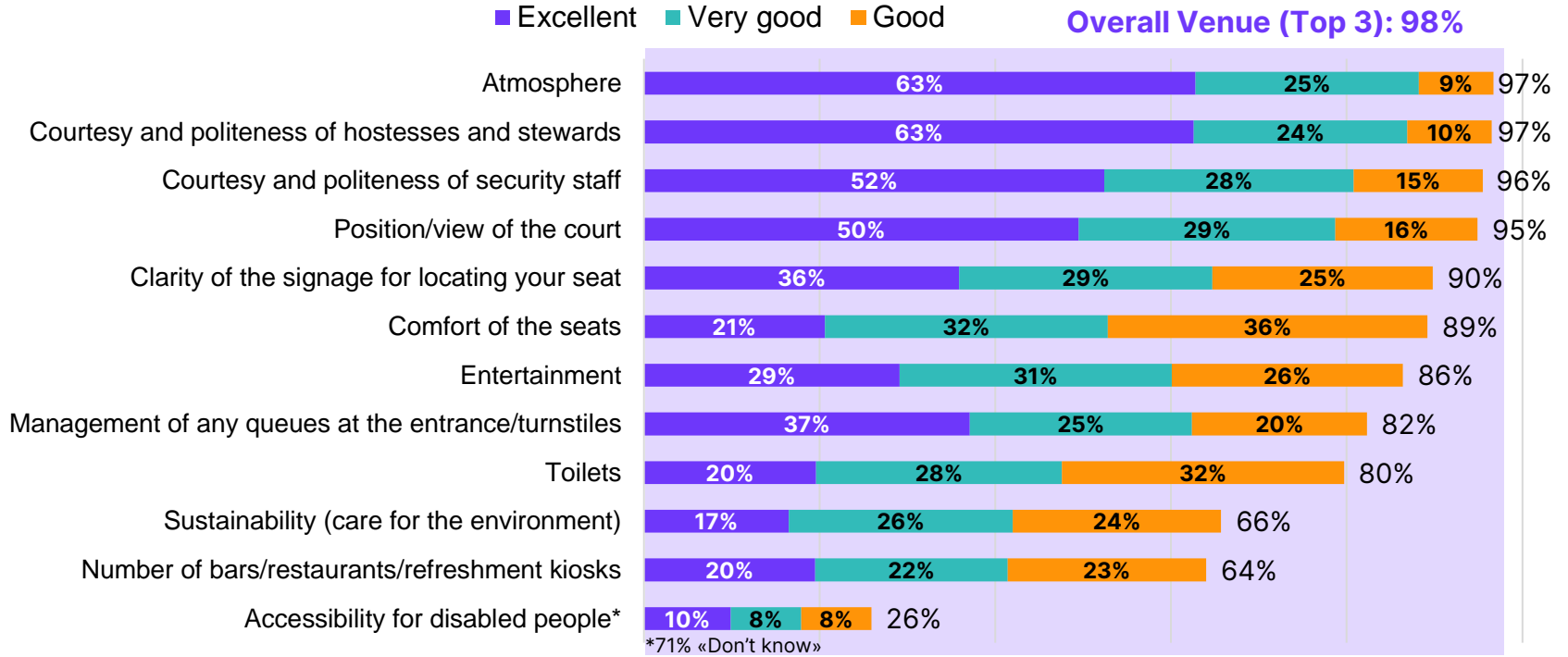
Venue and Corporate Hospitality services influence the average overall satisfaction (4,29) with almost the same weight/importance (50%).



Base: Corporate Hospitality - Scale 1-5

# Venue Items: Satisfaction level

Atmosphere, position/view and hostess/staff courtesy are the top items for satisfaction level.

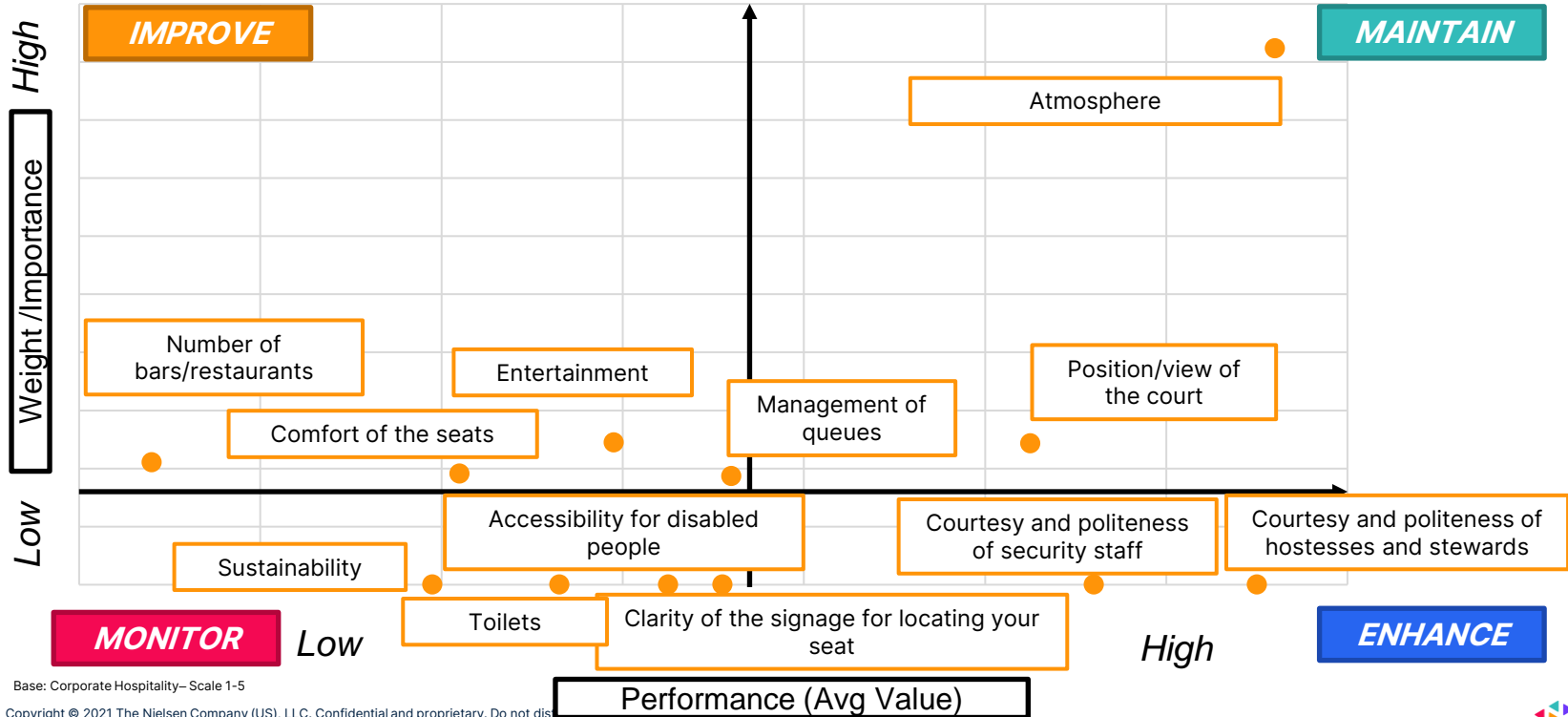


Q: For each of the following aspects of the 2021 Nitto ATP Finals venue, please describe your level of satisfaction using the following scale: - 925 Corporate Hospitality



# Impact on Venue Satisfaction: Corporate Hospitality

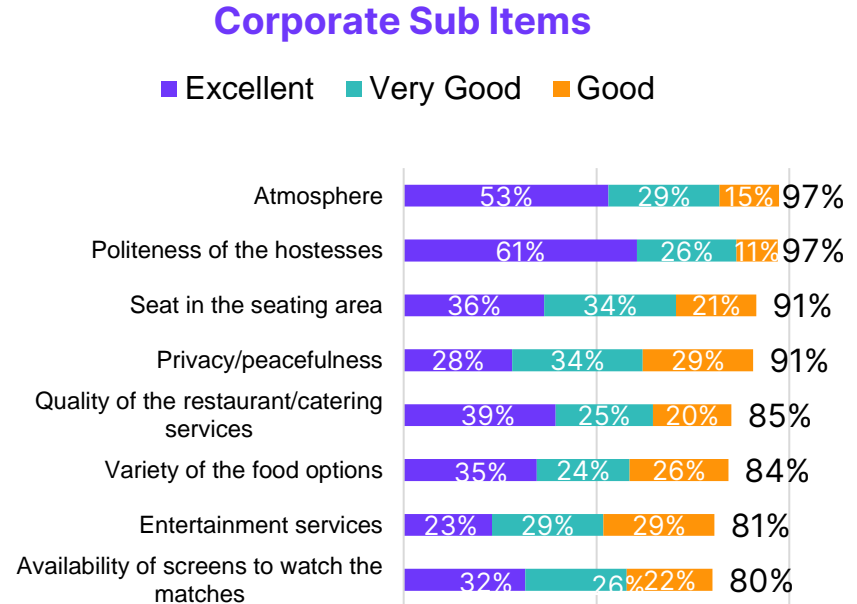
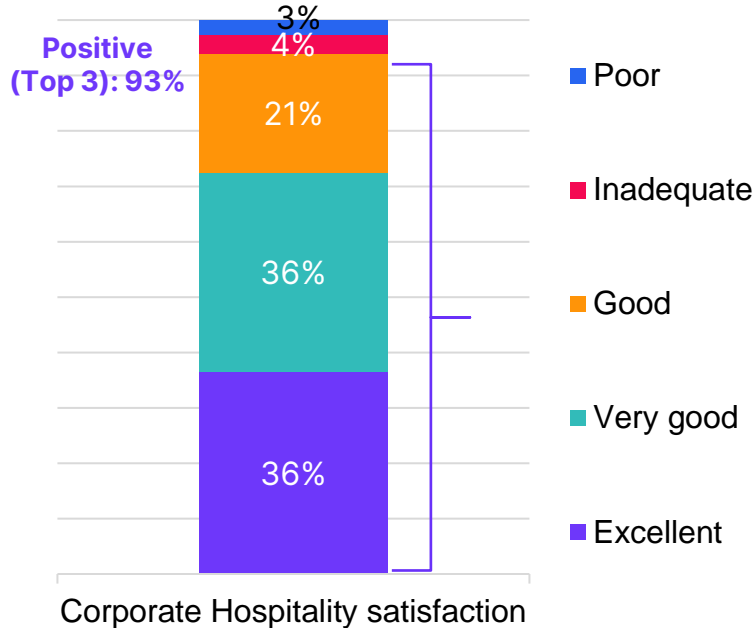
Atmosphere and view of the court strongly influence the venue satisfaction. The number of bars and Comfort elements require improvement actions. General amenities have low importance and value as “premium target”.



Base: Corporate Hospitality – Scale 1-5

# Corporate Hospitality Satisfaction

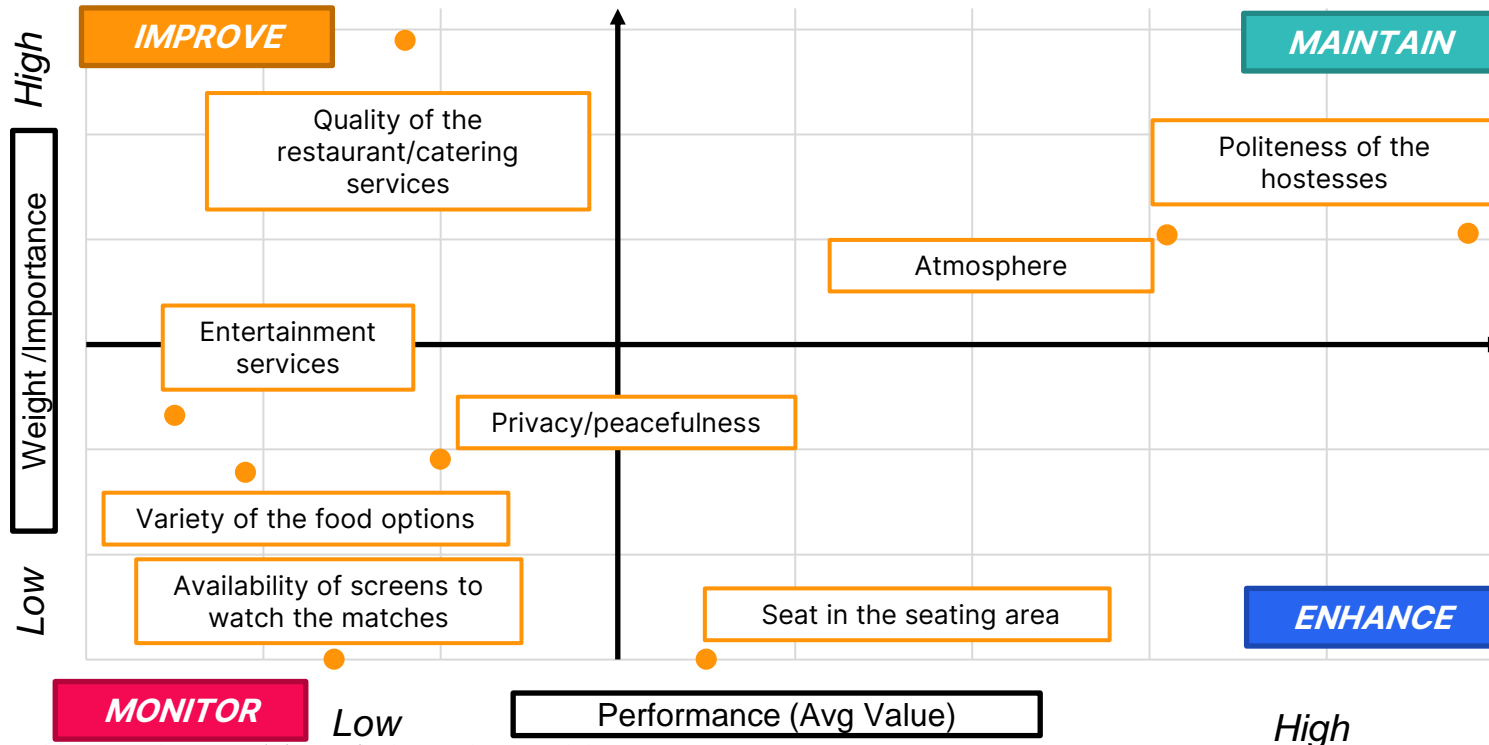
More than 90% of positive rates for corporate services in general, very high level of satisfaction for all the aspects.



Q: Please describe your overall level of satisfaction with the hospitality services included with your ticket to the 2021 Nitto ATP Finals -For each of the following aspects of the hospitality areas and services included with your ticket to the 2021 Nitto ATP Finals -  
 Base 925 Corporate Hospitality

# Impact on Corporate Hospitality

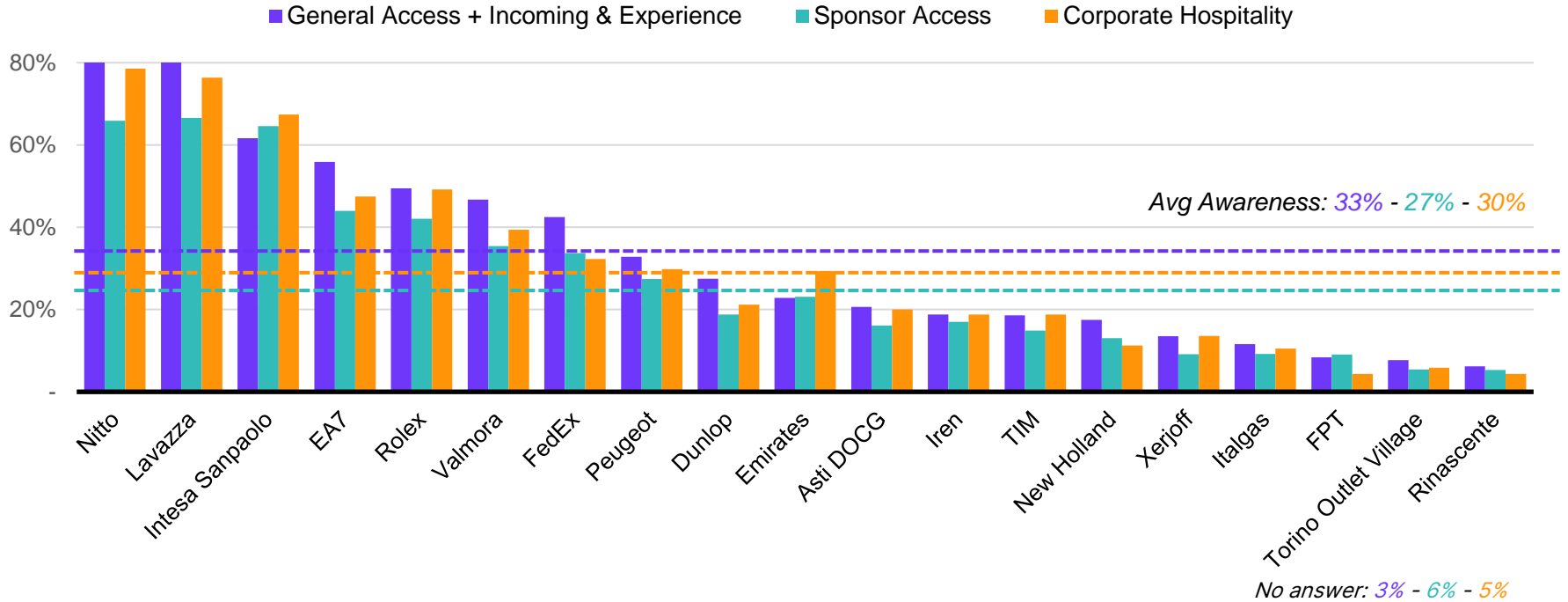
Hostesses' courtesy and the atmosphere have the greatest impact on the Corporate Hospitality satisfaction. The quality of the catering offered during the event should be improved next year to increase the satisfaction level.



# Tennis Practice, Media Consumption & Backup data

# Sponsorship Awareness

Nitto, Lavazza and Intesa SanPaolo lead the sponsor rankings.

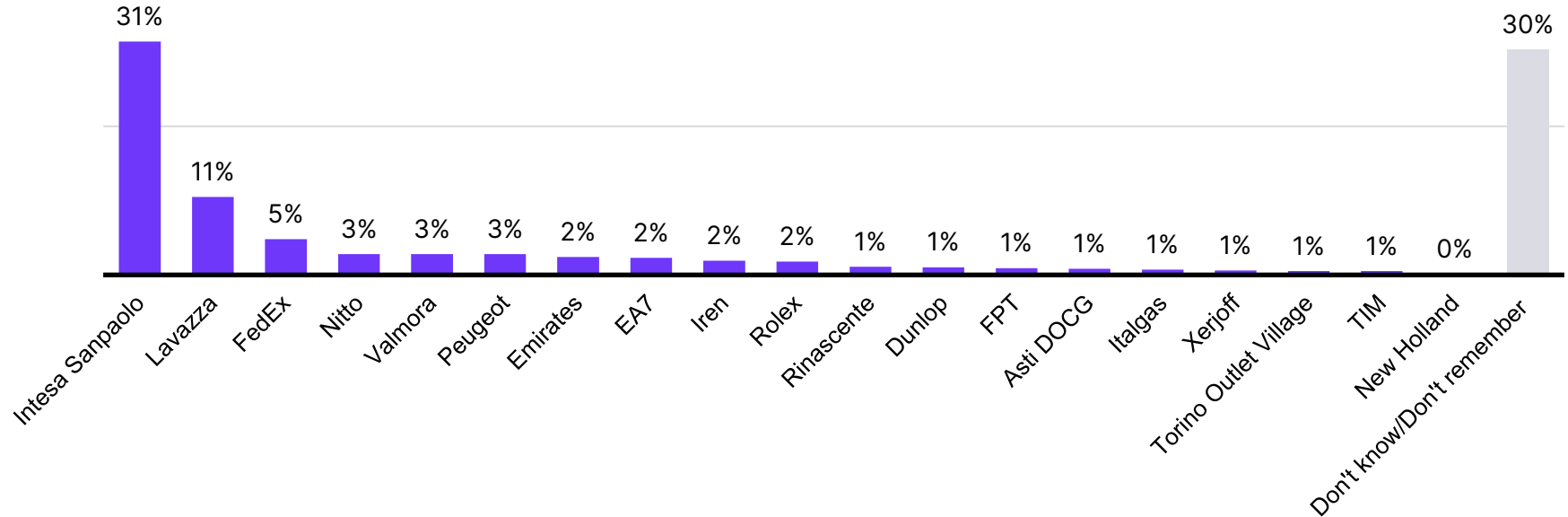


Q: Which of the following brands or companies do you remember as sponsors of the 2021 Nitto ATP Finals? - Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Sponsor Access

1/3 of the Target Sponsor declares to have received the ticket from Intesa Sanpaolo.

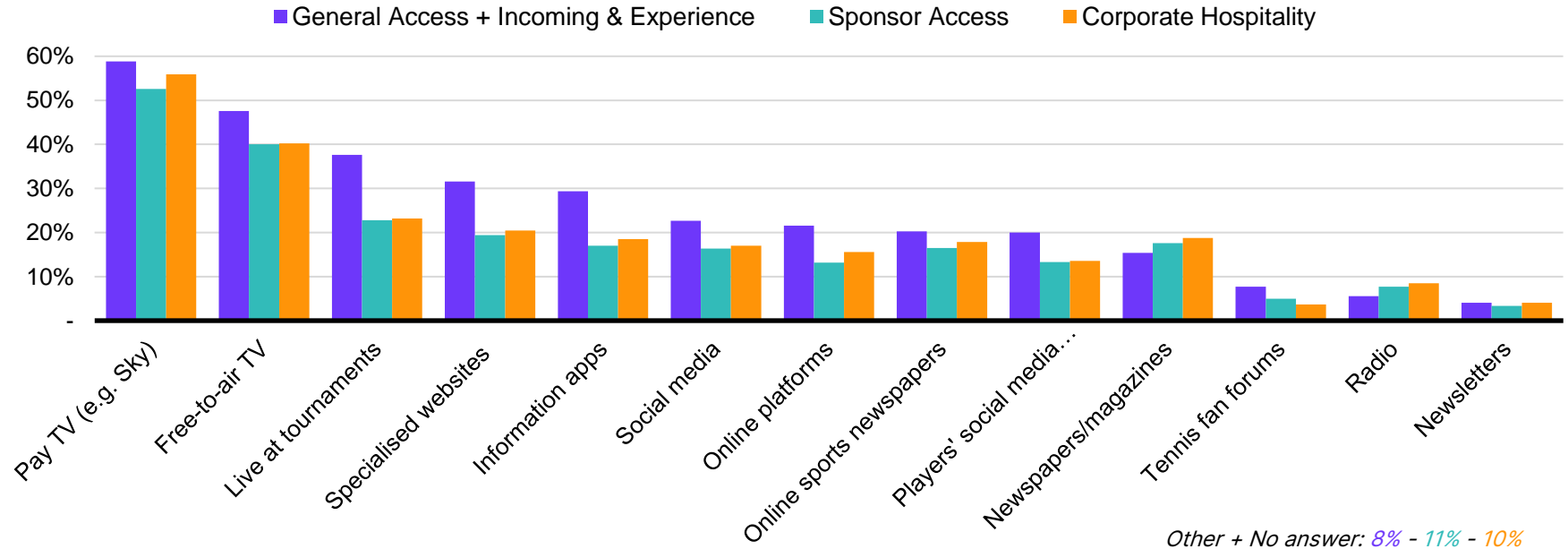
Which of the following brand sponsors invited you to the event?



Q: Earlier you told us that you had been invited to the event by a sponsor, could you tell us which of the following brand sponsors invited you to the event? - Base: Sponsor Access Aware of each sponsor

# Info on tennis events

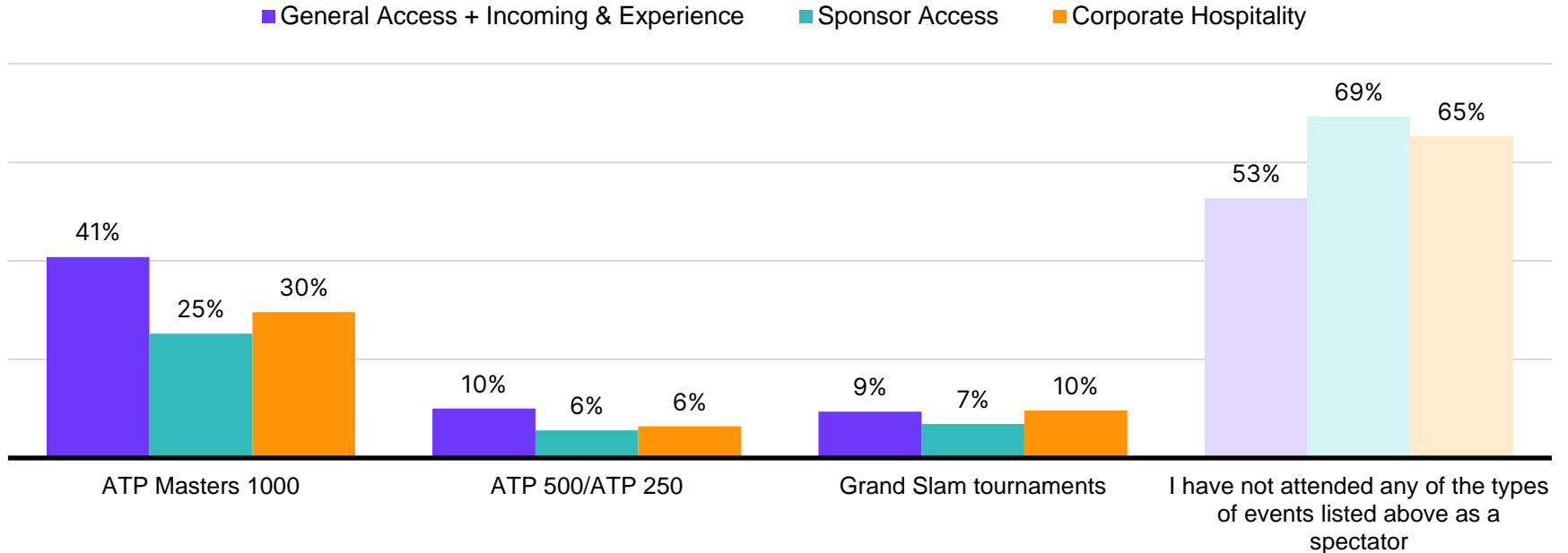
TV (pay or free-to-air) and online (websites/apps/social media) are the main sources for the info related to tennis events.



Q: Please indicate how you keep up to date about tennis events - Base: 9,613 Target General + Incoming & Experience; 1,126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

# Live attendance tennis tournaments

More than the 50% of the Nitto ATP Finals live spectators did not attend in other live tournaments (in the last five years).



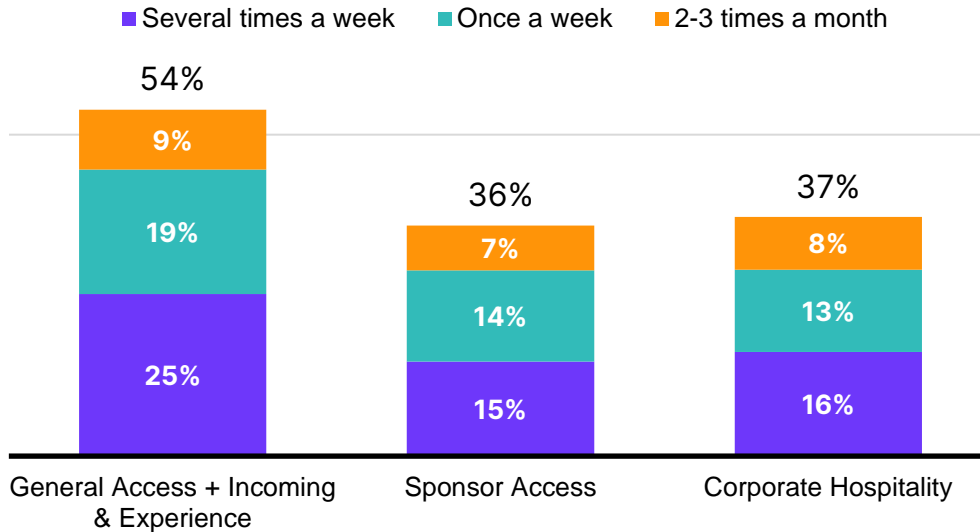
Q: In the last five years have you attended any of the following tennis events as a spectator? - Base: 9,613 Target General + Incoming & Experience; 1,126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality



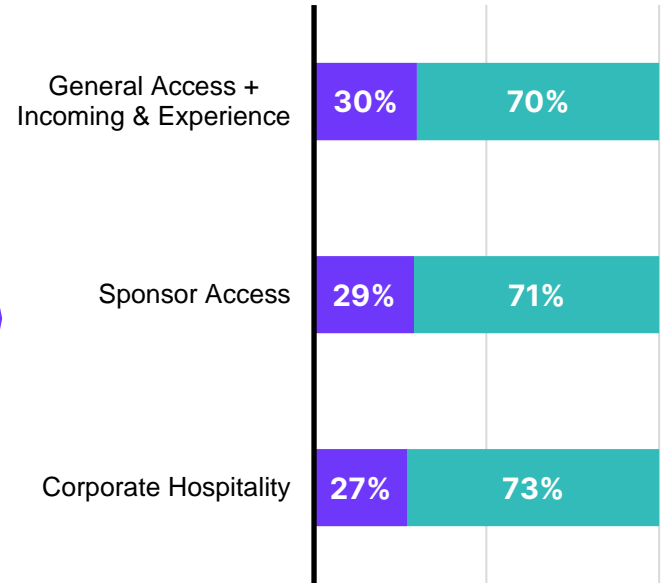
# Playing tennis

The General Target has higher base of tennis players than the “Premium Targets”.

## How often do you play tennis?



## Competitive VS Amateur



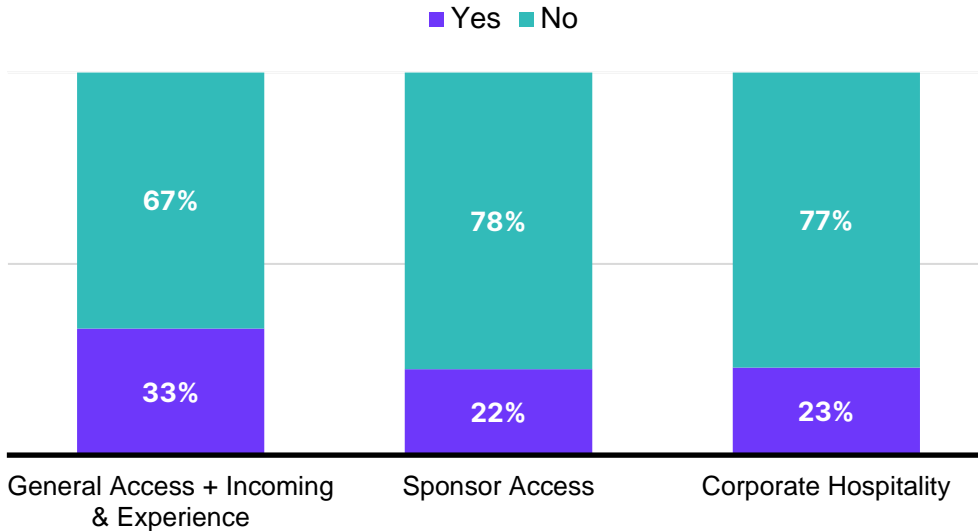
Q: How often do you play tennis? Base: 9,613 Target General + Incoming & Experience; 1,126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality  
 Q: At what level do you play tennis? – Tennis players for each target

Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

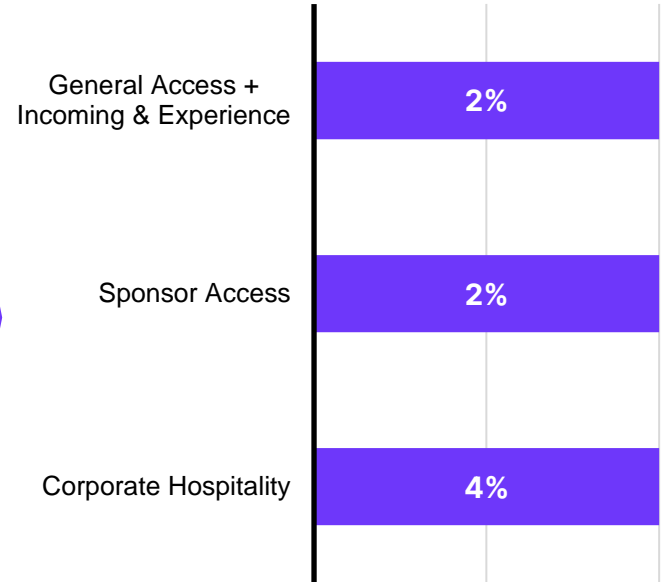
# FIT Membership Card

1 Nitto ATP Finals participants on 3 has a FIT Membership Card, among the General Target.

Do you have a FIT (Italian Tennis Federation) membership card?



FIT Gold Card



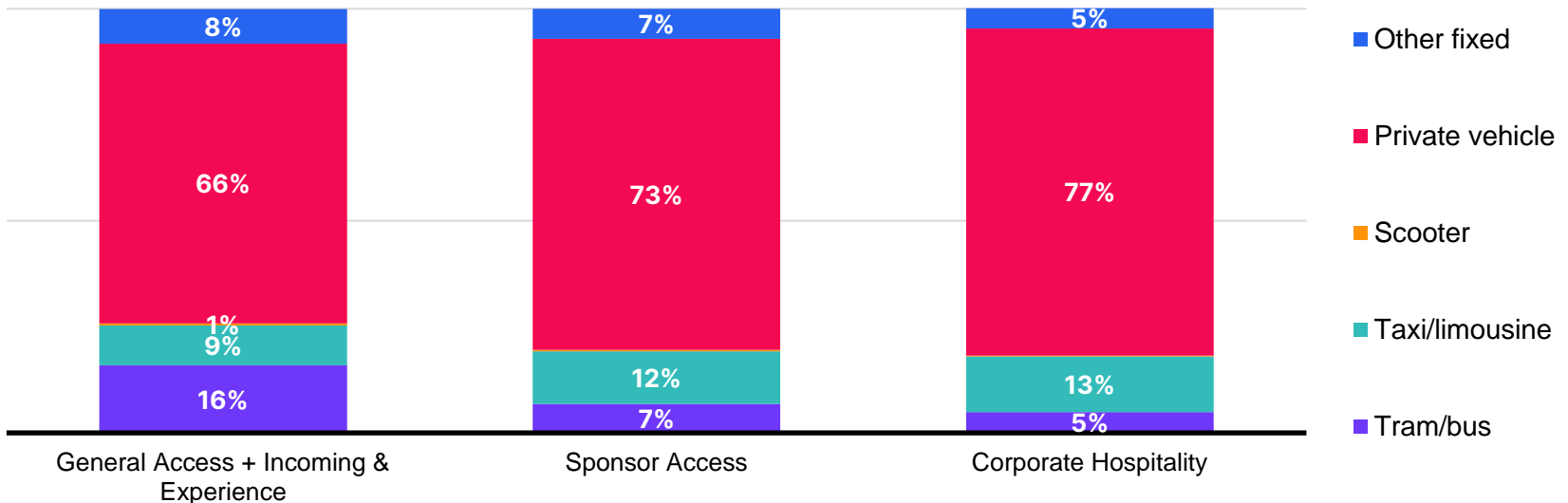
Q: Do you have a FIT (Italian Tennis Federation) membership card? Base: 9,613 Target General + Incoming & Experience; 1,126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality

Q: Is your card a FIT GOLD card? – Card member

# Transport Method

The majority of NITTO ATP Finals participants, for each target, reached the venue using their vehicle.

## Transport used to get to the 2021 Nitto ATP Finals venue



Q: Please tell us which transport you used to get to the 2021 Nitto ATP Finals venue- Base: 9.613 Target General + Incoming & Experience; 1.126 Sponsor Access; 925 Corporate Hospitality



# Nitto ATP Finals 2021

Report - Marzo 2022



# Indice

Sommario	3
ATP Finals in sintesi	5
L'impatto economico dell'evento	6
Stima: Impatto Economico Diretto	7
Stima: Impatto Indiretto e Indotto	9
Impatto Fiscale	11
Benefici Correlati	12
Analisi di scenario sulla capienza	14



## Introduzione

Questo Report contiene i risultati di uno studio indipendente realizzato da EY al fine di stimare (i) l'impatto economico diretto, (ii) l'impatto economico indiretto e indotto, (iii) l'impatto fiscale e (iv) i benefici correlati nel tempo generati dall'evento delle ATP Finals 2021 per la Città di Torino e per l'Italia.

Il Report è stato sviluppato a seguito della prima edizione del torneo nella città di Torino a novembre 2021.

Le ATP Finals rappresentano un evento unico nel suo genere. Vi partecipano i migliori otto tennisti delle classifiche ATP di singolo e di doppio, che alla fine di ogni anno si sfidano per l'ultimo ambito titolo della stagione.

## Disclaimer

- ▶ Questo documento («Report») è stato preparato da EY Advisory S.p.A. («EY») per la Federazione Italiana Tennis («FIT») usando le informazioni fornite dalla FIT e dati pubblicamente disponibili.
- ▶ EY non accetta e non assume nessuna responsabilità in relazione a questo Report nei confronti dei lettori del Report stesso («Terze Parti») diverse dalla FIT. Nella misura massima consentita dalla legge, EY non accetterà nessuna responsabilità in relazione al Report nei confronti di Terze Parti. Nel caso in cui le Terze Parti decidessero di fare affidamento sul Report, lo faranno a loro esclusivo rischio.
- ▶ Ad EY non è stato richiesto dal suo cliente, FIT, di rispondere a domande o richieste di informazioni di Terze Parti ed EY non risponderà a nessuna richiesta o domanda circa i contenuti del Report. Di seguito, senza pregiudizio di quanto sopra, EY non accetterà nessuna responsabilità in relazione ad aggiornamenti del Report nei confronti di Terze Parti.

# Sommario

Le ATP Finals generano un'ampia gamma di impatti economici (diretti, indiretti, indotti e fiscali), e di benefici correlati nel tempo.

Dal 1970 a oggi, le ATP Finals sono un appuntamento fisso nel mondo del tennis.

Torino ospiterà le ATP Finals di tennis fino al 2025.

L'edizione del 2021 ha avuto un significativo risalto mediatico con una copertura globale (circa 200 Paesi).

Le restrizioni imposte dal Governo italiano hanno limitato la capienza del Pala Alpitour al 60% dei posti disponibili su una capienza totale di circa 18.000 posti.

**50 mln**

Persone che si sono sintonizzate per guardare l'Evento

**5.565 ore**

Ore di live broadcast dell'Evento

**+100 mila**

Biglietti erogati per la partecipazione all'Evento

**241 mln**

Esposizione potenziale sui social

**+200**

I Paesi raggiunti dalla Manifestazione sono più di 200





# Impatto Economico Diretto

Gli effetti economici diretti rappresentano la stima dell'impatto sul territorio direttamente generato dalle spese del soggetto incaricato dell'organizzazione, a cui si aggiunge l'impatto delle spese sostenute dai partecipanti all'evento in virtù della loro presenza nella città di Torino, con riferimento specifico ai consumi nel periodo di permanenza.

**€ 32,6 mln**



# Impatto Economico Indiretto e Indotto

Si tratta dell'impatto economico che deriva dall'attivazione delle filiere produttive, a seguito degli investimenti effettuati per l'organizzazione dell'evento e dei consumi degli spettatori. Tali spese generano, infatti, un aumento della domanda per le attività del territorio – e.g., ristoranti, alberghi, trasporti. Tale domanda, a sua volta, attiva le catene di fornitura necessarie per produrre tali prodotti e servizi. Direttamente correlato all'effetto economico indiretto, l'effetto indotto comprende gli effetti dell'aumento del potere d'acquisto dei lavoratori impiegati nelle attività interessate, con ulteriori effetti di traino dell'economia.

**€ 44,4 mln**

# Impatto Fiscale

Gli impatti fiscali derivano dal gettito incrementale, misurato in termini di imposte sul valore aggiunto (IVA) e sui redditi (IRPEF, IRES e IRAP) determinato grazie alle componenti degli effetti economici diretti, indiretti e indotti.

**€ 25,6 mln**

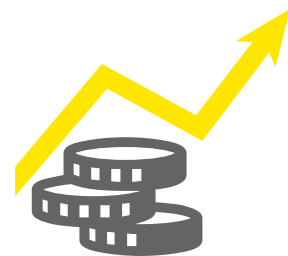


# Benefici Correlati

Seppure non sempre misurabili in termini direttamente economici, eventi come le ATP Finals generano significativi incrementi della reputazione ed un effetto di trascinamento su altre dimensioni economiche. Una sorta di aumento della *brand equity* del soggetto ospitante che non solo consolida i flussi turistici aumentandone il valore unitario, ma dischiude ulteriori opzioni di sviluppo per il futuro, tanto per la regione (Piemonte) quanto per la nazione (Italia).

# Impatto Economico Totale

**€ 102,6 mln**





# ATP Finals in sintesi

Atp Tour Inc. è l'organismo che gestisce i circuiti professionistici internazionali di tennis. L'«ATP World Tour» mostra i più grandi atleti maschili competere attraverso 64 tornei in 31 paesi, culminando il percorso annuale con le ATP Finals (di seguito anche «ATPF»).

Le ATPF sono disputate dai migliori otto giocatori di singolare e di doppio, che si fronteggeranno per aggiudicarsi l'ultimo titolo stagionale.

Storicamente le ATP Finals sono sempre state disputate nelle più importanti città del mondo (e.g. New York, Sydney, Shanghai, etc.). In tale contesto, la città di Torino si è aggiudicata l'assegnazione delle ATPF, dal 2021 al 2025, battendo la concorrenza di Tokyo, Singapore, Manchester e Londra (che ha ospitato l'evento dal 2009 al 2020).

La competizione, in continua crescita, ha attratto complessivamente più di 2,8 milioni spettatori all'Arena O2 di Londra negli ultimi dodici anni (nonostante le porte chiuse dovute al Covid nell'edizione del 2020). La sua popolarità è aumentata vertiginosamente con presenze annue costantemente superiori a 250.000 unità, dato di notevole rilevanza per un evento con un unico campo *indoor*.

L'edizione del 2021 a Torino ha avuto enorme risalto mediatico. Si evidenzia che, anche a fronte delle restrizioni anti Covid-19 emanate dal Governo Italiano, le quali hanno ridotto la capienza totale al 60% del Pala Alpitour, l'evento ha attratto un pubblico di più di 70 mila persone registrando un alto livello di *customer satisfaction*. In particolare, l'87% del pubblico generico e il 98% degli sponsor e corporate si definisce soddisfatto delle Finals. Inoltre, più dell'80% in risposta ai sondaggi di *customer satisfaction* ha dichiarato che raccomanderà l'Evento.

## Nitto ATPF in Numbers

Le ATP Finals sono seguite in più di 200 Paesi in tutto il mondo. Oltre 49 milioni di persone sono sintonizzate per assistere all'evento in diretta tv con oltre 5.500 ore di trasmissione TV dedicata. Gli straordinari risultati degli ultimi anni sono conseguenza dei 15 match garantiti nel torneo tra i primi 8 giocatori al mondo ad alto livello tecnico ed agonistico.



L'ATP Finals è l'evento più grande in termini di copertura mediatica: nel 2021, grazie alle televisioni e ai servizi di streaming le dirette hanno superato le 6.800 ore. Il ruolo dei social media continua a crescere, con 6,5 milioni di engagement. A tenere alto tale fattore contribuiscono 34.000 articoli digitali pubblicati sull'evento e le 168 interviste post-match ai giocatori in competizione durante le ATPF.



**102 mila**  
Totale  
biglietti  
erogati



**241 milioni**  
Esposizione  
potenziale  
sui social



**34 mila**  
Articoli  
digitali



**5.565 ore**  
Diretta  
Televisiva



**3,5 milioni**  
Valore  
campagna  
PR



# L'impatto Economico dell'evento

L'effetto economico generato dall'evento ATP Finals sulla Città di Torino è rappresentato, innanzitutto, dall'impatto sulle imprese del territorio che beneficiano delle spese associate al progetto da parte della struttura organizzativa.

L'organizzazione di un evento di tale portata comporta infatti spese infrastrutturali (per esempio di adeguamento degli impianti), una maggiore domanda di fornitura di servizi di varia natura (per esempio legati al marketing, alla comunicazione, alla gestione della logistica) ed un acquisto diretto di beni e altri servizi

necessari per lo svolgimento dell'evento. Il tutto genera direttamente valore sul territorio in termini di produzione e di valore aggiunto, occupando la forza lavoro necessaria.

In secondo luogo, l'impatto di un evento come gli ATP Finals genera ricchezza attraverso i consumi degli spettatori dell'evento stesso. La presenza di visitatori all'evento, infatti, comporta un aumento della domanda per le attività commerciali del territorio, per esempio di ristoranti, alberghi, servizi di trasporto, attività legate allo shopping e al settore entertainment (le principali categorie individuate). Gli effetti sono originati quindi dal flusso di spettatori, e sono misurabili a partire dal numero di spettatori moltiplicato per la loro spesa media giornaliera in diverse categorie di beni e servizi. La stima di tale spesa consente l'analisi puntuale dell'incremento della domanda, viene poi utilizzata nei modelli rappresentanti le relazioni di fornitura, permettendo una valutazione della ricchezza complessiva generata sul territorio.

L'incremento di tale domanda «B2C» (*Business to Consumer*), infatti, a sua volta implica un aumento della domanda «B2B» (*Business to Business*) verso i fornitori di prodotti e servizi utilizzati dalle aziende come input. La stima dell'impatto di secondo livello così individuato viene effettuata per mezzo di metodologie consolidate, che verranno dettagliate nelle sezioni successive, che consentono di stimare dei moltiplicatori che riproducono l'attivazione di tale effetto a cascata sul territorio.

Un'ulteriore propagazione dello *shock* di domanda si sostanzia nel cosiddetto «impatto indotto», cioè legato all'aumento generale della domanda aggregata a seguito della ricchezza prodotta dall'incremento occupazionale e del valore aggiunto generato nelle attività delle filiere produttive coinvolte.

## Impatti Diretti

Impatti diretti della produzione, del lavoro e della spesa in conto capitale associati ai progetti.

Impatto sul territorio delle spese sostenute dagli spettatori (consumi).

## Impatti Indiretti e Indotti

Impatti indiretti attraverso le filiere produttive, misurati identificando *spillover* tra i diversi settori secondo le interrelazioni economiche strutturali, come conseguenza degli impatti diretti.

Impatti indotti relativi alla ulteriore domanda aggregata generata a seguito degli investimenti, alla produzione e alla maggiore occupazione come conseguenza degli impatti indiretti.

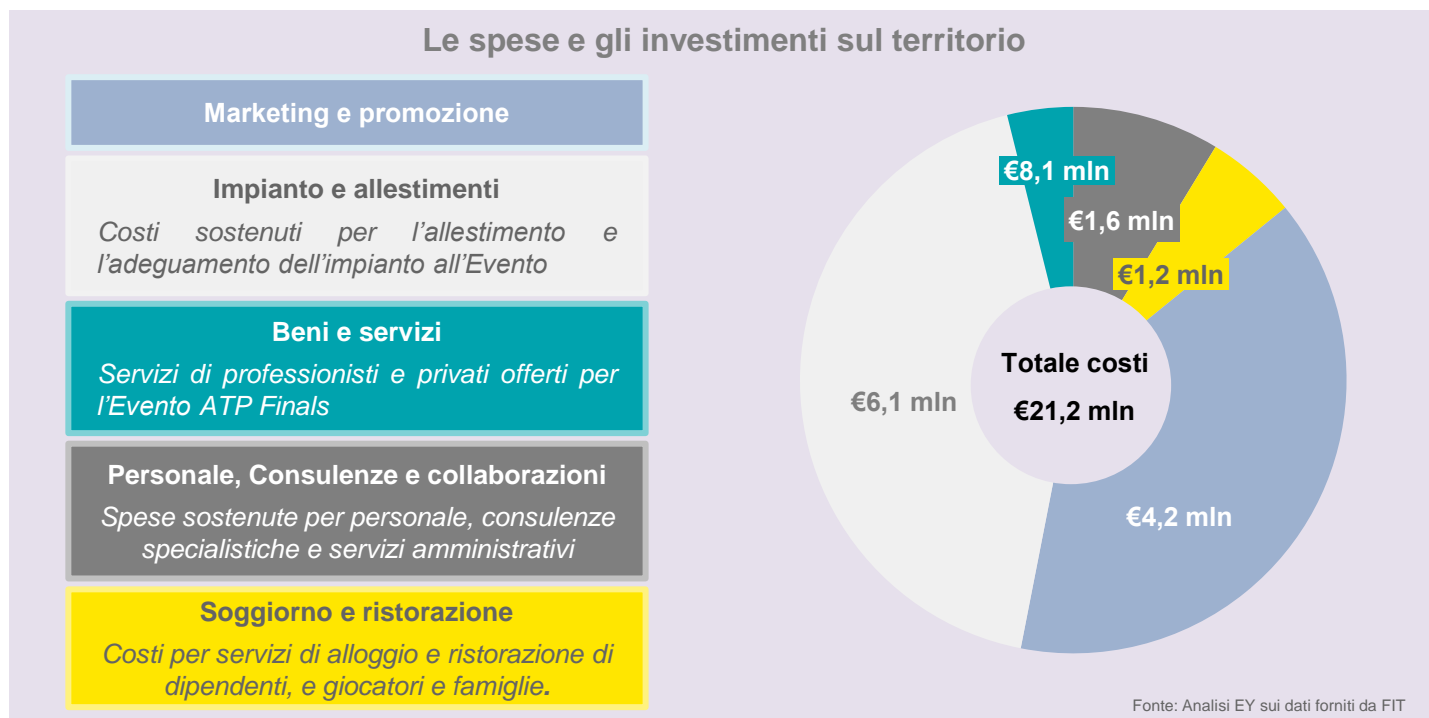
## Impatto totale sul territorio

Fonti utilizzate per le analisi:  
Istat, Banca d'Italia, FIT.



# Stima: Impatto Economico Diretto

Il primo passo dell'analisi è dunque quello di stimare l'impatto sul territorio dovuto a tutte le spese sostenute per predisporre l'evento e per portarlo avanti nella sua interezza, sia quindi nella fase di preparazione e allestimento (costi legati alle spese relative agli impianti) che nella fase del suo svolgimento. Nello specifico, sono stati esclusi dall'analisi i costi che si assume non possano generare un ritorno economico sul territorio, ovvero tutte le voci come premi, fee e oneri finanziari.



La seconda parte dell'analisi riguarda invece l'impatto economico riconducibile agli spettatori e all'incremento della domanda di beni e servizi sul territorio. Il dato di riferimento è il numero di biglietti unici venduti per le ATP Finals di Torino 2021, con il dettaglio di biglietti erogati a spettatori italiani e biglietti erogati a spettatori stranieri. La permanenza media degli spettatori è stata calcolata considerando i dati aggregati sul turismo torinese pubblicati dall'Osservatorio di Torino, come rapporto tra flussi di presenze e arrivi di turisti nella Città di Torino nell'ultimo triennio, e risulta pari a 2,9 giorni (in linea con le aspettative degli organizzatori).

MEDIA SPESA PRO CAPITE		Totale Spettatori Unici * 53.238	Dati presenze e biglietti	
INTRATTENIMENTO	€ 29,7		STRANIERI	ITALIANI
SHOPPING	€ 36,4		22,3%	77,7%
RISTORAZIONE	€ 55,5		BIGLIETTI **	ABBONAMENTI
HOSPITALITY	€ 108,3		102.009	978
TRASPORTO LOCALE	€ 19,4		INCASSO	
		€ 8.079.971	€1.138.920	

Un altro input necessario è rappresentato dai livelli di spesa degli spettatori nel torneo nelle categorie individuate, stimati utilizzando i dati provenienti dall'indagine campionaria sul Turismo Internazionale condotta annualmente dalla Banca d'Italia. Tale indagine è basata su interviste e conteggi di viaggiatori residenti e non residenti in transito alle frontiere italiane. Le informazioni presenti nei microdati consentono di identificare i turisti che hanno visitato le città italiane, ed in particolare Torino. Nel periodo considerato dall'indagine campionaria a Torino non si sono verificati grandi eventi sportivi legati al tennis. Un'indagine condotta con tali dati avrebbe avuto come conseguenza una stima errata, essendo i turisti del tennis dei consumatori con un profilo di reddito estremamente più elevato rispetto al turista medio (si veda la sezione 5 del presente documento).

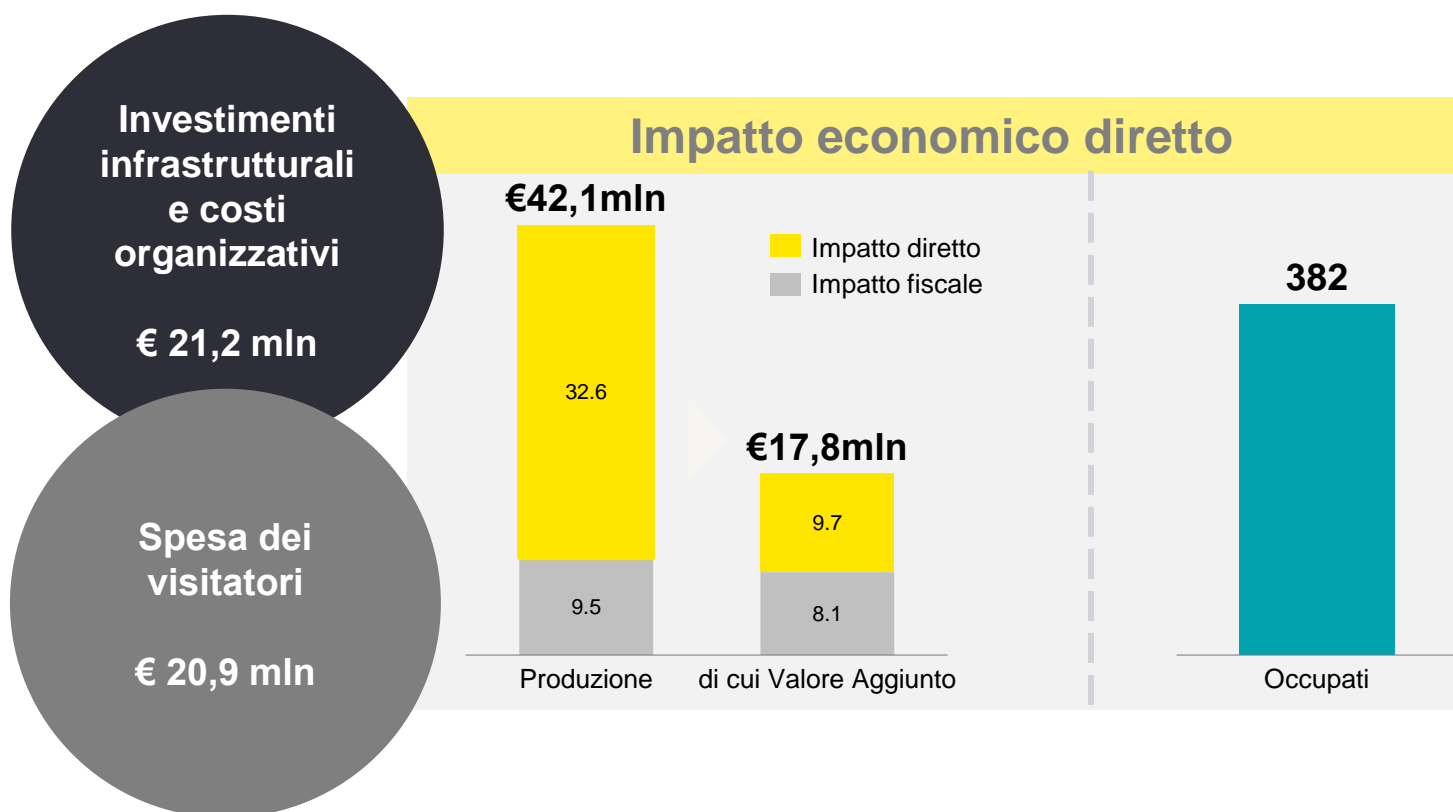
\* Numeri ufficiali da biglietteria. A questi si aggiunge una stima di circa 19.000 spettatori unici a seguito di accrediti, omaggi, biglietti corporate.

\*\* Comprendono anche accrediti, omaggi, biglietti corporate e legati a viaggi organizzati.

I valori di partenza dell'importo medio speso per persona al giorno sono i seguenti: (i) per il trasporto locale circa € 14,9; (ii) per cibo e bevande circa € 42,7; (iii) per acquisti di beni nei negozi circa € 28; (iv) per hospitality circa € 72,2; (v) per altre spese di intrattenimento circa € 22.9. I dati medi ottenuti dall'indagine campionaria sono stati così incrementati del 30%, considerata l'alta capacità di spesa dei partecipanti, eccetto per la voce relativa all'hospitality che è stata invece incrementata del 50% (la stima è prudenziale, considerata la maggiorazione delle tariffe alberghiere sul territorio durante i giorni dell'evento). Si assume che tali valori valgano per tutti i visitatori. La stima della spesa totale giornaliera per visitatore ammonta quindi a circa € 250 al giorno complessivi.



Infine, utilizzando i dati pubblicati dall'Osservatorio di Torino circa i flussi di turisti, come già riportato in precedenza, è stata considerata in maniera estremamente prudenziale una permanenza media di 2,9 giorni per la partecipazione all'evento dei visitatori non residenti a Torino: la stima della spesa totale per un visitatore risulta quindi pari a circa € 725. Da ribadire, come del resto ampiamente anticipato, che i valori stimati rappresentano una stima prudenziale, in quanto la spesa media giornaliera di uno spettatore partecipante ad un evento sportivo, il cui reddito medio è in genere superiore a quello dei soggetti intervistati nell'indagine Banca d'Italia, è plausibilmente maggiore di quanto assunto nel presente studio. La prudenza, ad ogni modo, consente di ottenere un effetto compensatorio di eventuali sovrastime derivanti dalla carente rilevazione sul numero di spettatori della manifestazione che sarebbero comunque arrivati in città, ovvero avrebbero comunque visitato Torino, ma in un differente periodo. Si riporta sotto la stima complessiva dell'impatto diretto, divisa nelle due componenti appena descritte: € 21,2 mln derivanti dalle spese sostenute per l'organizzazione dell'evento, e € 20,9 mln a seguito delle spese degli spettatori e dei partecipanti all'evento. L'impatto occupazionale è stimato in circa 380 occupati (misurati in termini di unità *Full Time Equivalent*, FTE, o «unità di lavoro equivalenti a tempo pieno»).

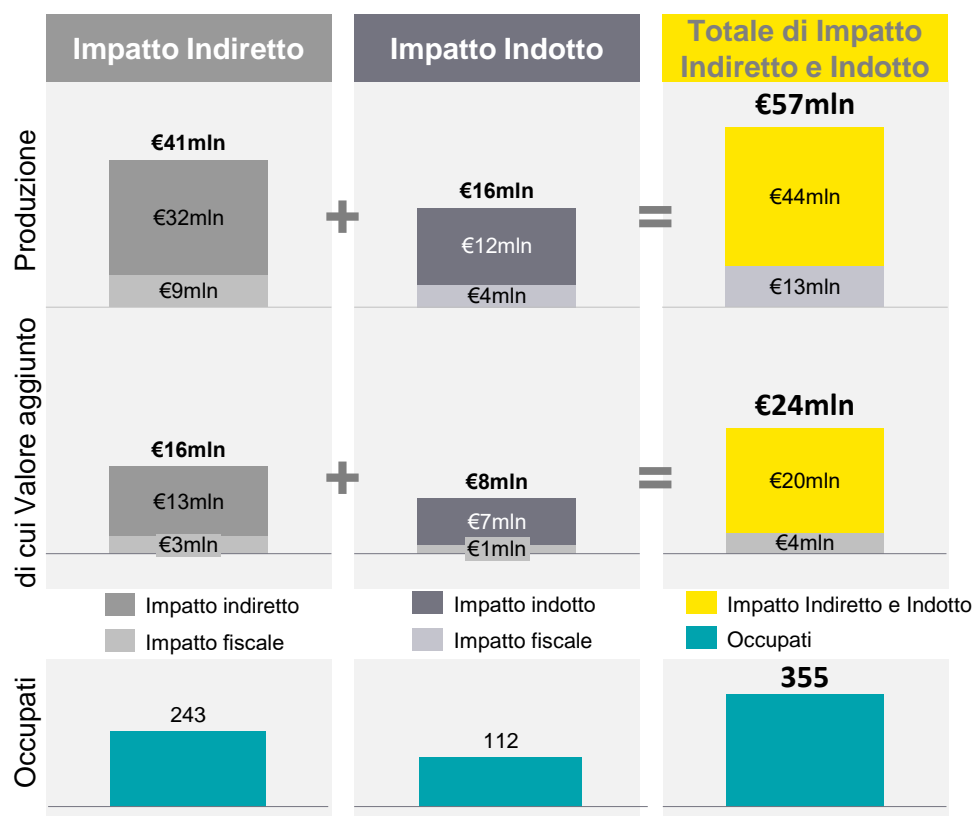


# Stima: Impatto Indiretto e Indotto

Come sopra accennato, a partire dall'impatto diretto è possibile stimare l'impatto indiretto e indotto grazie allo studio delle relazioni di *supply chain*. La vendita di un determinato bene o servizio, infatti, corrisponde all'attivazione di una catena di fornitura degli input necessari alla sua produzione, con ricadute che «moltiplicano» l'effetto iniziale e di cui è possibile stimarne l'ammontare. Tale effetto «indiretto» si collega ad una maggiore produzione, valore aggiunto e occupazione (calcolata in questo report sempre in unità *Full Time Equivalent*, o FTE), che generano a loro volta un effetto positivo sulla domanda aggregata («effetto indotto»): si pensi a titolo esemplificativo ai maggiori consumi del personale occupato per produrre i beni e i servizi richiesti all'interno della *supply chain*. Tali effetti sono mappabili e stimabili a partire dalle relazioni storiche stimate dall'ISTAT.

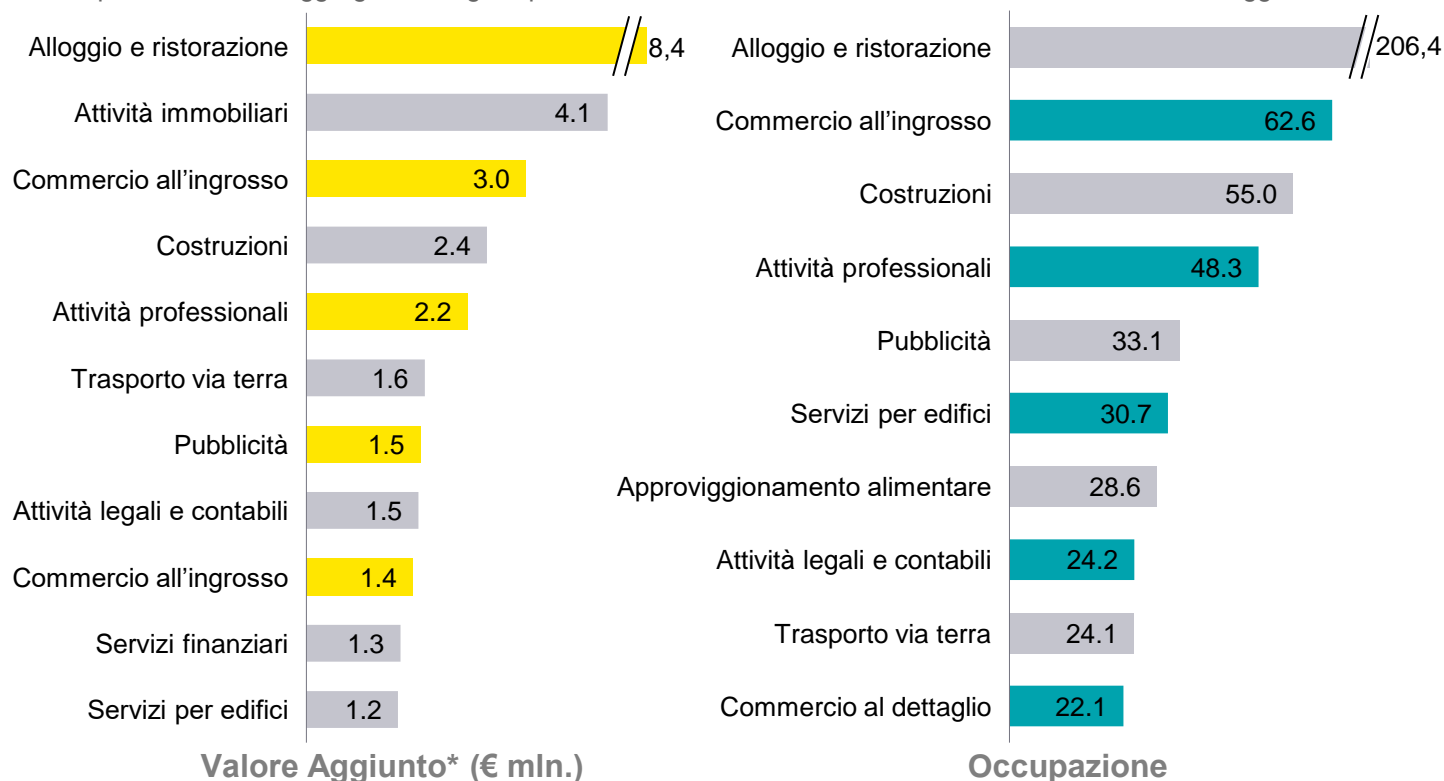


Riportiamo l'impatto economico indiretto e indotto delle ATP Finals, in particolare, l'effetto totale, sul Valore Aggiunto e sull'occupazione. Nello specifico, l'effetto totale è di circa € 57 mln, di cui circa € 41 mln di impatto indiretto e circa € 16 mln di indotto. Per quanto riguarda l'impatto sul Valore Aggiunto, l'indiretto (che comprende l'attivazione della filiera produttiva) ammonta a € 16 mln, l'indotto (che comprende l'attivazione ulteriore dell'attività economica a seguito dell'incremento della domanda aggregata) a € 8 mln. Il totale di tutti questi effetti sul Valore Aggiunto è quindi di circa € 24 mln. Sull'occupazione, invece, l'effetto dell'impatto indiretto è 243 occupati, e quello indotto è di 112 occupati, per un totale di 355 occupati. Si evidenzia che i valori a lato mostrano l'impatto indiretto e indotto depurato del relativo impatto fiscale, oggetto di stima autonoma.



# Focus: dettaglio settoriale dell'impatto

L'impatto complessivo sul territorio è stato ulteriormente analizzato, con maggior dettaglio, calcolando gli *spillover* settoriali attraverso le relazioni produttive all'interno della *supply chain*. Per semplificare la rappresentazione dei risultati sono esplicitati, talvolta aggregati, solo gli impatti sui settori che beneficerebbero dell'evento in misura maggiore.



## Metodologia

Per effettuare la stima puntuale dell'impatto sulla produzione, sul Valore Aggiunto e sull'occupazione del territorio, è stato costruito un modello di Input-Output basato sulle tavole fornite dall'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). Il modello consiste in una rappresentazione, basata su dati di Contabilità Nazionale, delle relazioni intersettoriali di un sistema economico, configurandosi quindi come un'analisi di equilibrio economico generale.

I diversi settori dell'economia dipendono l'uno dall'altro attraverso una rete di relazioni produttive: le tavole Input-Output forniscono una rappresentazione coerente dei conti economici nazionali che integrano tali interdipendenze. Attraverso una metodologia consolidata, proposta inizialmente da Wassily Leontief, è possibile stimare gli effetti della crescita della domanda in un determinato settore produttivo sul sistema economico nel suo complesso. Il metodo consente, nello specifico, una quantificazione di uno «shock» di domanda, attraverso un'analisi puntuale della sua propagazione nelle filiere produttive. Il calcolo della «matrice inversa di Leontief» consente quindi di ottenere una matrice dei «moltiplicatori», che descrivono la quantificazione della trasmissione degli shock e degli spillover attraverso i settori presi in considerazione.

Si assume che le relazioni di integrazione siano costanti in tutto il periodo di riferimento. L'impossibilità di valutare cambiamenti tecnologici e strutturali che si potrebbero verificare nel sistema produttivo italiano si potrebbe trasporre, in linea teorica, in una sovrastima dell'impatto occupazionale, non tenendo conto di una possibile redistribuzione a favore del capitale dell'intensità di utilizzo del fattore lavoro. Tuttavia, tali cambiamenti sono molto lenti, soprattutto nei sistemi industriali maturi. Gli effetti finali sulle stime presentate sono quindi da considerarsi decisamente contenuti.

Per calcolare gli impatti relativi all'occupazione sono stati utilizzati i dati sulla produttività nazionale e il compenso nazionale medio per dipendente a livello settoriale.

\* I valori sono comprensivi del relativo impatto fiscale.

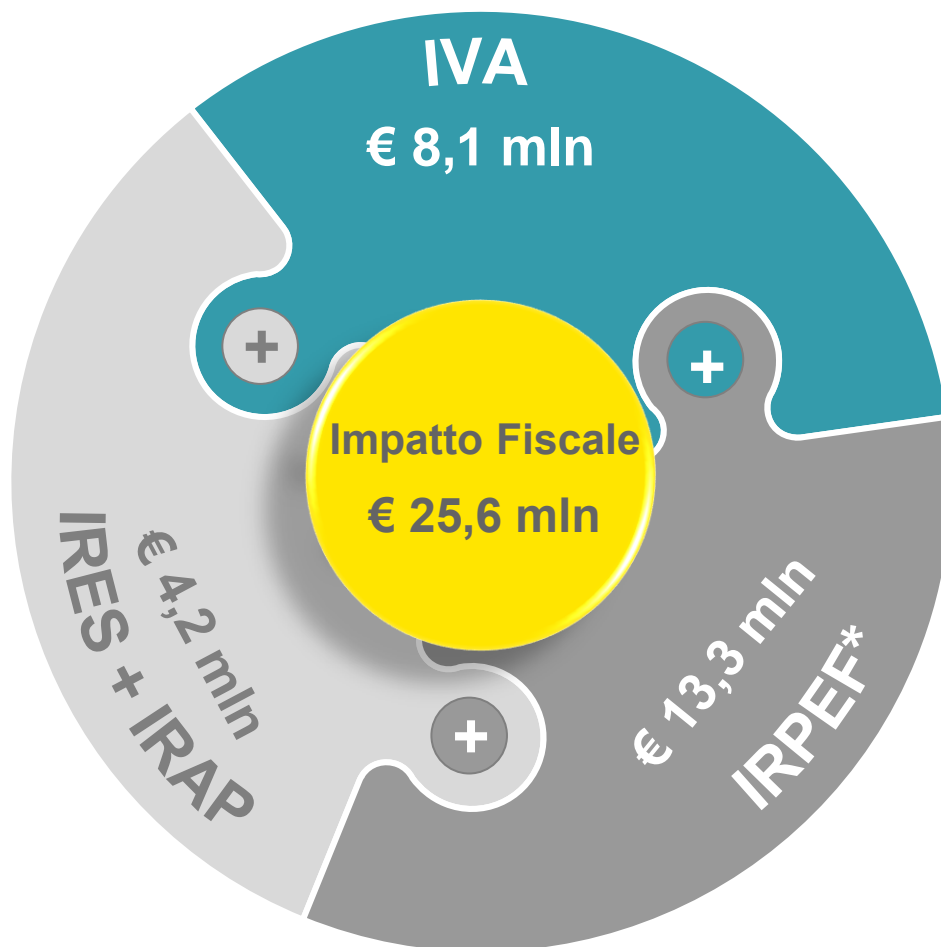
4



# Impatto Fiscale

La valutazione dell'impatto fiscale è basata sulla stima del maggior gettito raccolto dagli Enti Locali e dallo Stato a seguito della realizzazione della manifestazione. Questa grandezza può essere scorporata in componenti fiscali dirette, cioè il maggior gettito generato dalle voci di spesa direttamente imputabili all'organizzazione dell'evento, e in componenti fiscali indirette, cioè il maggior gettito determinato dal cosiddetto valore economico indiretto e indotto.

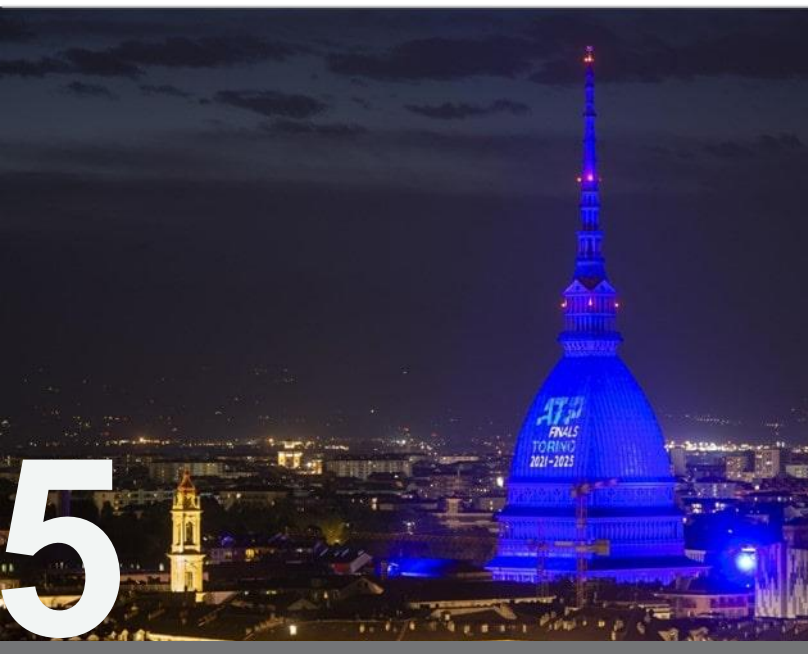
Le componenti fiscali dirette sono state stimate sulla base dei costi direttamente correlati alla organizzazione dell'evento, mentre le componenti fiscale indirette ed indotte sono state stimate considerando l'attività economica incrementale che l'evento ha generato sulla città di Torino e l'Italia. Alle varie categorie d'impatto sono state applicate le aliquote adeguate al tipo di attività considerata e nello specifico contestualizzate nella realtà territoriale piemontese, con particolare riferimento a quella torinese. In particolare, per ogni componente è stata considerata l'IVA generata (imposte sui consumi) e le imposte sul reddito incrementale di persone (IRPEF) e imprese (IRAP + IRES).



Fonte: Analisi EY sui dati forniti da FIT

\* Si evidenzia che la componente IRPEF include anche le imposte sul Montepremi, stimate su un'aliquota base pari al 30% del Prize Money.





## Benefici Correlati

Le ATP Finals, per la loro importanza e risonanza (circa 100 mila biglietti venduti nel 2021 nonostante la capienza ridotta a causa delle norme anti-Covid), sono in grado di dare una importante accelerazione all'evoluzione di una città come Torino e una regione come il Piemonte. L'evento infatti rappresenta una vera e propria "cassa di risonanza per il territorio" (Augier, 2009) e il made in Italy perché:

- **Crea visibilità:** permette la diffusione di un'immagine positiva a livello internazionale; attribuisce un marchio di fabbrica (made in Italy) sinonimo di dinamismo, di vitalità e di creatività; conferisce un'immagine di efficacia e di efficienza alla città organizzatrice; è un'occasione unica per

promuovere l'accoglienza, la condivisione e lo scambio di esperienza tra i molteplici spettatori di paesi diversi.

- **Crea valore** perché mobilita e favorisce l'emergere dell'intelligenza collettiva con la condivisione di conoscenze ed esperienze; genera importanti ricadute economiche e sociali con impatti diretti per l'economia della città e del territorio circostante, anche dopo l'evento.
- È un **fattore di crescita e rilancio** contribuendo a migliorare l'immagine del territorio e a valorizzarne il patrimonio. Nel caso, per esempio, delle Olimpiadi invernali di Torino del 2006, l'evento è stato usato per conferire una nuova identità al territorio, connotandolo non più come un centro industriale ormai in declino, o comunque in crisi, ma come un polo culturale innovativo a forte valenza turistica.
- Crea **nuovi servizi per la collettività** poiché l'evento costituisce un'occasione per attrarre investimenti e per realizzare e/o completare infrastrutture e servizi a favore della collettività.

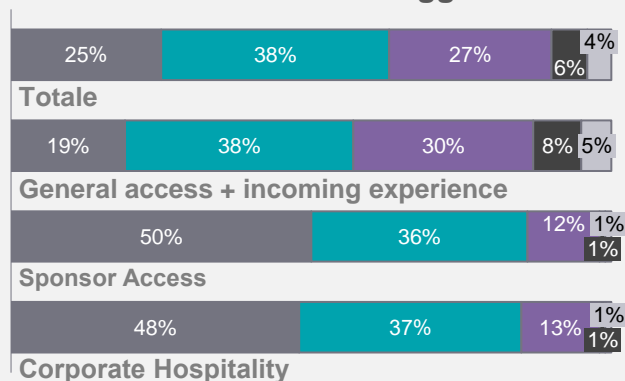
I benefici economici considerano un effetto *carry over* generato dall'aumento dell'attrattività di investimenti diretti esteri (FDI) e dall'incremento dell'attrattività turistica. Eventi di tale entità possono avere effetti sull'incremento di competenze e capacità reputazionali ricadendo su altre attività economiche e, soprattutto, sul portafoglio di opzioni di ulteriore crescita.

### Customer satisfaction: ATP Finals 2021

La partecipazione alla prima edizione dei Nitto ATP Finals di Torino (14 - 21 novembre 2021) ha dato riscontri positivi sia in termini di soddisfazione generale che di relativi KPI. Nello specifico, la location ha riscosso un livello di soddisfazione molto alto (più del 90% ha definito almeno «buona» la sede dell'evento) per cui quasi il 50% di soggetti reputa «molto buono» il grado di accessibilità alla stessa. Infine, il 78% del pubblico ha espresso l'intenzione di voler assistere di nuovo al torneo. L'indagine si è inoltre focalizzata su diverse categorie di pubblico: (i) *general access*, che ha acquistato i biglietti sui principali canali, (ii) *sponsor*,

che ha ricevuto un invito da parte degli sponsor del torneo, e (iii) *corporate*, cioè legati a una società.

#### Risultati del sondaggio

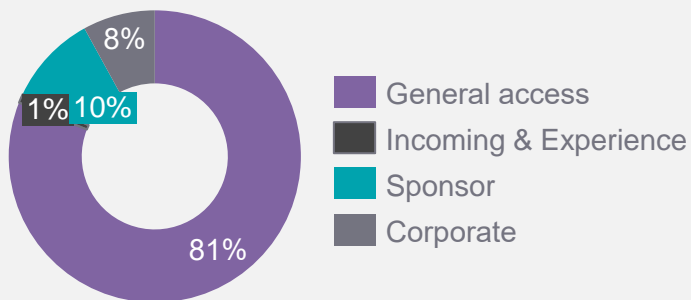


■ Eccellente ■ Molto buona ■ Buona ■ Inadeguata ■ Scarsa

La ricerca ha inoltre suddiviso il pubblico *general access* tra (i) gli spettatori che hanno acquistato un biglietto che garantisce l'ingresso e la visione della partita e (ii) gli spettatori che hanno acquistato il biglietto con ulteriori servizi associati (i.e. Incoming & Experience).

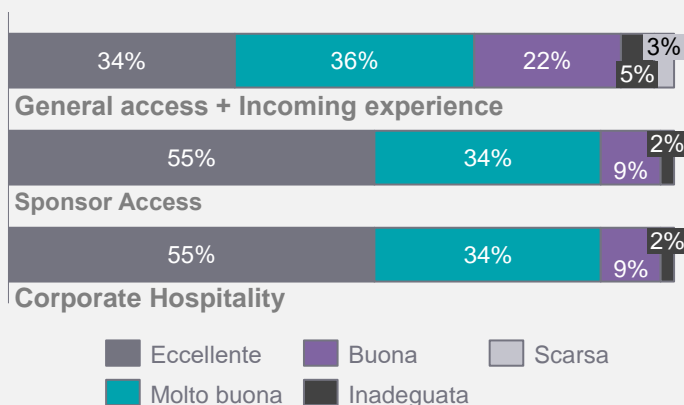
Come mostrato dal grafico in basso, la maggioranza dei biglietti si riferiscono a un pubblico generalista (81%), seguito da sponsor (10%) e clientela corporate (8%).

### Composizione spettatori



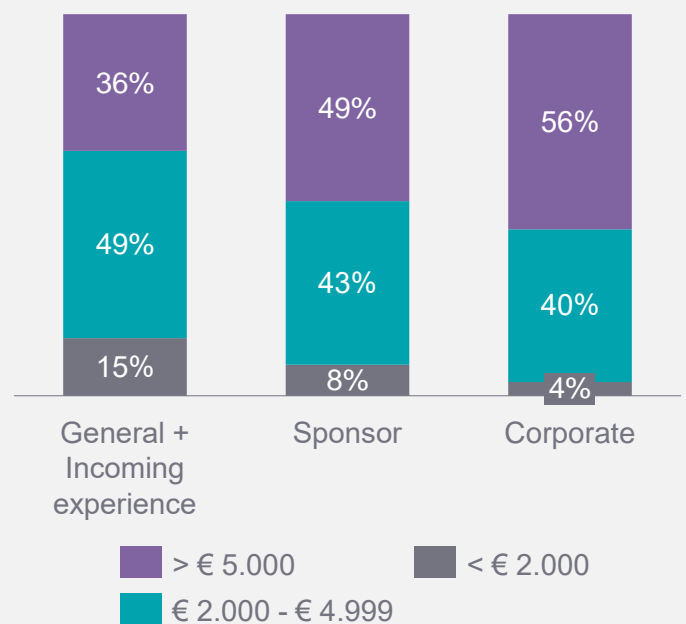
Come mostrato in precedenza, l'esperienza è stata considerata dagli spettatori nella sua interezza come positiva. Tutte le categorie di spettatori hanno inoltre dichiarato un elevato livello di soddisfazione legata al luogo dell'evento: infatti, più del 90% ha espresso opinioni positive legate al Pala Alpitour. Le ricerche hanno inoltre dimostrato che il grado di soddisfazione cresce al variare della tipologie di clientela: infatti l'89% dei clienti Sponsor e Corporate hanno ritenuto il luogo dell'evento molto buono e il 55% di questi lo hanno ritenuto eccellente.

### Luogo dell'evento



Il sondaggio ha inoltre raccolto dati socio-economici sulla popolazione intervistata: l'indagine ha fatto emergere, al netto dei soggetti che hanno preferito non fornire dettagli, una popolazione con uno stipendio medio elevato. Più del 45% degli spettatori intervistati ha dichiarato di avere uno stipendio mensile superiore ai €2.000, dimostrando il potenziale di spesa del pubblico delle ATP Finals e dell'impatto sull'economia della città di Torino.

### Stipendio medio mensile degli spettatori



Dalle interviste emerge un altro dato molto significativo e che avrà un impatto positivo sulle prossime edizioni delle ATP Finals a Torino. Circa l'80% della popolazione intervistata ha dichiarato l'intenzione di voler tornare ad assistere alla prossima edizione del torneo. Coerentemente con quanto mostrato nei precedenti grafici, anche in questo caso i clienti Sponsor e Corporate hanno confermato una maggiore propensione ad assistere alle prossime Finals (più del 90%) confermando l'effetto positivo sugli spettatori dei servizi connessi ai biglietti Sponsor e Corporate.

Solo il 6% del pubblico ha dichiarato che non parteciperà il prossimo anno, anche qualora dovesse averne la possibilità.

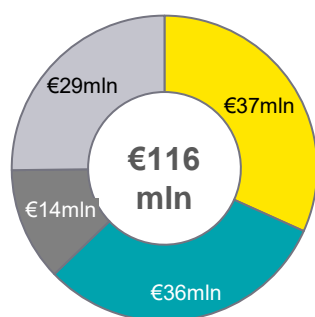
# Analisi di scenario sulla capienza

A seguito delle restrizioni imposte dal Comitato Tecnico-Scientifico (CTS) alle manifestazioni sportive, la capienza del Pala Alpitour nell'ospitare le ATP Finals 2021 è stata ridotta al 60%. È possibile valutare quale sarebbe stato l'impatto economico (diretto, indiretto e indotto) di una manifestazione con una capienza massima fissata al 75%.

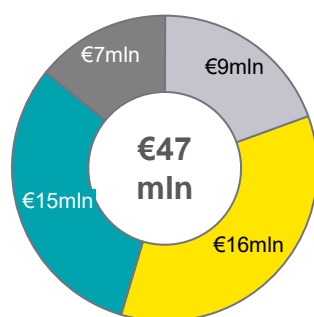
6

## Scenario Capienza al 75%

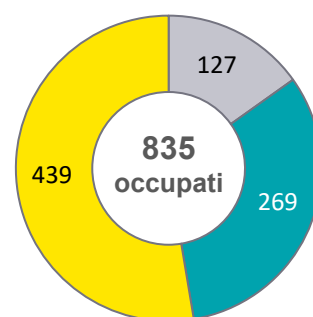
### Produzione



### di cui Valore Aggiunto



### Occupazione



■ Diretto ■ Indiretto ■ Indotto ■ Fiscale

Riportiamo sopra l'impatto economico stimato delle ATP Finals sulla produzione, sul Valore Aggiunto e sull'occupazione nel caso di una capienza al 75%. In particolare, l'effetto totale sulla produzione sarebbe stato di € 116 mln (€ 13 mln in più rispetto alla capienza limitata al 60%), di cui € 37 mln di impatto diretto, € 36 mln di impatto indiretto, € 14 mln di indotto e € 29 mln di impatto fiscale. Per quanto riguarda l'impatto sul Valore Aggiunto, il diretto sarebbe stato pari a € 16 mln, l'indiretto pari a € 15mln, l'indotto pari a € 9 mln e il fiscale pari a € 7 mln. L'impatto totale sul Valore Aggiunto sarebbe stato di € 47 mln (€ 5 mln in più rispetto allo scenario al 60%).

Sull'occupazione, invece, si avrebbe un impatto diretto di 439 occupati, uno indiretto di 269 occupati, e un impatto indotto di 127 occupati, per un totale di 835 occupati (99 in più rispetto allo scenario al 60%).

### Differenze rispetto allo scenario base (€ mln)

Impatto	Capienza 60%	Capienza 75%	Variazione
<b>Produzione</b>	<b>102,6</b>	<b>115,5</b>	<b>+12,9</b>
<i>di cui Valore Aggiunto</i>	<i>41,8</i>	<i>46,8</i>	<i>+5,0</i>
<i>di cui Impatto Fiscale</i>	<i>25,6</i>	<i>29,1</i>	<i>+3,5</i>
<b>Occupazione (occupati)</b>	<b>736</b>	<b>835</b>	<b>+99</b>

### Scenario «no-Covid»

Analogamente, è possibile chiedersi quale sarebbe stato l'impatto economico dell'Evento in un **caso «no-Covid»** dove non sarebbero state necessarie restrizioni a livello di capienza massima consentita. Al fine di quest'analisi è stata assunta una capienza al 95%. Si stima, dunque, che l'impatto totale sulla produzione sarebbe stato di € 140 mln, sul Valore Aggiunto di € 59 mln, e sull'occupazione di 1.065 occupati.

NB: Nello scenario «no-Covid» si assume che le percentuali di visitatori italiani e stranieri siano pari a 67% e 33%.



## Contatti EY



**Mario Rocco**

**Partner**  
Valuation, Modelling & Economics Leader per l'Italia  
Strategy and Transactions

T: +39 06 6753 54750  
M: +39 334 655 0887  
E: [Mario.Rocco@it.ey.com](mailto:Mario.Rocco@it.ey.com)



**Alberto Caruso**

**Senior Manager**  
Valuation, Modelling & Economics  
Strategy and Transactions

M: +39 3311361504  
E: [Alberto.Caruso@it.ey.com](mailto:Alberto.Caruso@it.ey.com)

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

### About EY

EY is a global leader in assurance, tax, transaction and advisory services. The insights and quality services we deliver help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all of our stakeholders. In so doing, we play a critical role in building a better working world for our people, for our clients and for our communities.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. For more information about our organization, please visit [ey.com](https://www.ey.com).

Ernst & Young LLP is a client-serving member firm of Ernst & Young Global Limited operating in the US.

© 2022 Ernst & Young LLP.

All Rights Reserved.



# Nitto ATP Finals 2021

Report - Marzo 2022



# Indice

Sommario	3
ATP Finals in sintesi	5
L'impatto economico dell'evento	6
Stima: Impatto Economico Diretto	7
Stima: Impatto Indiretto e Indotto	9
Impatto Fiscale	11
Benefici Correlati	12
Analisi di scenario sulla capienza	14



## Introduzione

Questo Report contiene i risultati di uno studio indipendente realizzato da EY al fine di stimare (i) l'impatto economico diretto, (ii) l'impatto economico indiretto e indotto, (iii) l'impatto fiscale e (iv) i benefici correlati nel tempo generati dall'evento delle ATP Finals 2021 per la Città di Torino e per l'Italia.

Il Report è stato sviluppato a seguito della prima edizione del torneo nella città di Torino a novembre 2021.

Le ATP Finals rappresentano un evento unico nel suo genere. Vi partecipano i migliori otto tennisti delle classifiche ATP di singolo e di doppio, che alla fine di ogni anno si sfidano per l'ultimo ambito titolo della stagione.

## Disclaimer

- ▶ Questo documento («Report») è stato preparato da EY Advisory S.p.A. («EY») per la Federazione Italiana Tennis («FIT») usando le informazioni fornite dalla FIT e dati pubblicamente disponibili.
- ▶ EY non accetta e non assume nessuna responsabilità in relazione a questo Report nei confronti dei lettori del Report stesso («Terze Parti») diverse dalla FIT. Nella misura massima consentita dalla legge, EY non accetterà nessuna responsabilità in relazione al Report nei confronti di Terze Parti. Nel caso in cui le Terze Parti decidessero di fare affidamento sul Report, lo faranno a loro esclusivo rischio.
- ▶ Ad EY non è stato richiesto dal suo cliente, FIT, di rispondere a domande o richieste di informazioni di Terze Parti ed EY non risponderà a nessuna richiesta o domanda circa i contenuti del Report. Di seguito, senza pregiudizio di quanto sopra, EY non accetterà nessuna responsabilità in relazione ad aggiornamenti del Report nei confronti di Terze Parti.



# Sommario

Le ATP Finals generano un'ampia gamma di impatti economici (diretti, indiretti, indotti e fiscali), e di benefici correlati nel tempo.

Dal 1970 a oggi, le ATP Finals sono un appuntamento fisso nel mondo del tennis.

Torino ospiterà le ATP Finals di tennis fino al 2025.

L'edizione del 2021 ha avuto un significativo risalto mediatico con una copertura globale (circa 200 Paesi).

Le restrizioni imposte dal Governo italiano hanno limitato la capienza del Pala Alpitour al 60% dei posti disponibili su una capienza totale di circa 18.000 posti.

**50 mln**

Persones che si sono sintonizzate per guardare l'Evento

**5.565 ore**

Ore di live broadcast dell'Evento

**+100 mila**

Biglietti erogati per la partecipazione all'Evento

**241 mln**

Esposizione potenziale sui social

**+200**

I Paesi raggiunti dalla Manifestazione sono più di 200



# Impatto Economico Diretto

Gli effetti economici diretti rappresentano la stima dell'impatto sul territorio direttamente generato dalle spese del soggetto incaricato dell'organizzazione, a cui si aggiunge l'impatto delle spese sostenute dai partecipanti all'evento in virtù della loro presenza nella città di Torino, con riferimento specifico ai consumi nel periodo di permanenza.

**€ 32,6 mln**



# Impatto Economico Indiretto e Indotto

Si tratta dell'impatto economico che deriva dall'attivazione delle filiere produttive, a seguito degli investimenti effettuati per l'organizzazione dell'evento e dei consumi degli spettatori. Tali spese generano, infatti, un aumento della domanda per le attività del territorio – e.g., ristoranti, alberghi, trasporti. Tale domanda, a sua volta, attiva le catene di fornitura necessarie per produrre tali prodotti e servizi. Direttamente correlato all'effetto economico indiretto, l'effetto indotto comprende gli effetti dell'aumento del potere d'acquisto dei lavoratori impiegati nelle attività interessate, con ulteriori effetti di traino dell'economia.

**€ 44,4 mln**

# Impatto Fiscale

Gli impatti fiscali derivano dal gettito incrementale, misurato in termini di imposte sul valore aggiunto (IVA) e sui redditi (IRPEF, IRES e IRAP) determinato grazie alle componenti degli effetti economici diretti, indiretti e indotti.

**€ 25,6 mln**

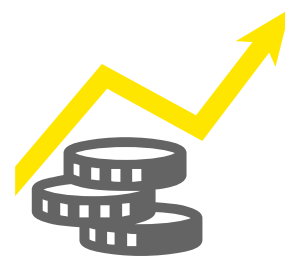


# Benefici Correlati

Seppure non sempre misurabili in termini direttamente economici, eventi come le ATP Finals generano significativi incrementi della reputazione ed un effetto di trascinamento su altre dimensioni economiche. Una sorta di aumento della *brand equity* del soggetto ospitante che non solo consolida i flussi turistici aumentandone il valore unitario, ma dischiude ulteriori opzioni di sviluppo per il futuro, tanto per la regione (Piemonte) quanto per la nazione (Italia).

# Impatto Economico Totale

**€ 102,6 mln**





# ATP Finals in sintesi

Atp Tour Inc. è l'organismo che gestisce i circuiti professionistici internazionali di tennis. L'«ATP World Tour» mostra i più grandi atleti maschili competere attraverso 64 tornei in 31 paesi, culminando il percorso annuale con le ATP Finals (di seguito anche «ATPF»).

Le ATPF sono disputate dai migliori otto giocatori di singolare e di doppio, che si fronteggeranno per aggiudicarsi l'ultimo titolo stagionale.

Storicamente le ATP Finals sono sempre state disputate nelle più importanti città del mondo (e.g. New York, Sydney, Shanghai, etc.). In tale contesto, la città di Torino si è aggiudicata l'assegnazione delle ATPF, dal 2021 al 2025, battendo la concorrenza di Tokyo, Singapore, Manchester e Londra (che ha ospitato l'evento dal 2009 al 2020).

La competizione, in continua crescita, ha attratto complessivamente più di 2,8 milioni spettatori all'Arena O2 di Londra negli ultimi dodici anni (nonostante le porte chiuse dovute al Covid nell'edizione del 2020). La sua popolarità è aumentata vertiginosamente con presenze annue costantemente superiori a 250.000 unità, dato di notevole rilevanza per un evento con un unico campo *indoor*.

L'edizione del 2021 a Torino ha avuto enorme risalto mediatico. Si evidenzia che, anche a fronte delle restrizioni anti Covid-19 emanate dal Governo Italiano, le quali hanno ridotto la capienza totale al 60% del Pala Alpitour, l'evento ha attratto un pubblico di più di 70 mila persone registrando un alto livello di *customer satisfaction*. In particolare, l'87% del pubblico generico e il 98% degli sponsor e corporate si definisce soddisfatto delle Finals. Inoltre, più dell'80% in risposta ai sondaggi di *customer satisfaction* ha dichiarato che raccomanderà l'Evento.

## Nitto ATPF in Numbers

Le ATP Finals sono seguite in più di 200 Paesi in tutto il mondo. Oltre 49 milioni di persone sono sintonizzate per assistere all'evento in diretta tv con oltre 5.500 ore di trasmissione TV dedicata. Gli straordinari risultati degli ultimi anni sono conseguenza dei 15 match garantiti nel torneo tra i primi 8 giocatori al mondo ad alto livello tecnico ed agonistico.



L'ATP Finals è l'evento più grande in termini di copertura mediatica: nel 2021, grazie alle televisioni e ai servizi di streaming le dirette hanno superato le 6.800 ore. Il ruolo dei social media continua a crescere, con 6,5 milioni di engagement. A tenere alto tale fattore contribuiscono 34.000 articoli digitali pubblicati sull'evento e le 168 interviste post-match ai giocatori in competizione durante le ATPF.



**102 mila**  
Totale  
biglietti  
erogati



**241 milioni**  
Esposizione  
potenziale  
sui social



**34 mila**  
Articoli  
digitali



**5.565 ore**  
Diretta  
Televisiva



**3,5 milioni**  
Valore  
campagna  
PR



# L'impatto Economico dell'evento

L'effetto economico generato dall'evento ATP Finals sulla Città di Torino è rappresentato, innanzitutto, dall'impatto sulle imprese del territorio che beneficiano delle spese associate al progetto da parte della struttura organizzativa.

L'organizzazione di un evento di tale portata comporta infatti spese infrastrutturali (per esempio di adeguamento degli impianti), una maggiore domanda di fornitura di servizi di varia natura (per esempio legati al marketing, alla comunicazione, alla gestione della logistica) ed un acquisto diretto di beni e altri servizi

necessari per lo svolgimento dell'evento. Il tutto genera direttamente valore sul territorio in termini di produzione e di valore aggiunto, occupando la forza lavoro necessaria.

In secondo luogo, l'impatto di un evento come gli ATP Finals genera ricchezza attraverso i consumi degli spettatori dell'evento stesso. La presenza di visitatori all'evento, infatti, comporta un aumento della domanda per le attività commerciali del territorio, per esempio di ristoranti, alberghi, servizi di trasporto, attività legate allo shopping e al settore entertainment (le principali categorie individuate). Gli effetti sono originati quindi dal flusso di spettatori, e sono misurabili a partire dal numero di spettatori moltiplicato per la loro spesa media giornaliera in diverse categorie di beni e servizi. La stima di tale spesa consente l'analisi puntuale dell'incremento della domanda, viene poi utilizzata nei modelli rappresentanti le relazioni di fornitura, permettendo una valutazione della ricchezza complessiva generata sul territorio.

L'incremento di tale domanda «B2C» (*Business to Consumer*), infatti, a sua volta implica un aumento della domanda «B2B» (*Business to Business*) verso i fornitori di prodotti e servizi utilizzati dalle aziende come input. La stima dell'impatto di secondo livello così individuato viene effettuata per mezzo di metodologie consolidate, che verranno dettagliate nelle sezioni successive, che consentono di stimare dei moltiplicatori che riproducono l'attivazione di tale effetto a cascata sul territorio.

Un'ulteriore propagazione dello *shock* di domanda si sostanzia nel cosiddetto «impatto indotto», cioè legato all'aumento generale della domanda aggregata a seguito della ricchezza prodotta dall'incremento occupazionale e del valore aggiunto generato nelle attività delle filiere produttive coinvolte.

## Impatti Diretti

Impatti diretti della produzione, del lavoro e della spesa in conto capitale associati ai progetti.

Impatto sul territorio delle spese sostenute dagli spettatori (consumi).

## Impatti Indiretti e Indotti

Impatti indiretti attraverso le filiere produttive, misurati identificando *spillover* tra i diversi settori secondo le interrelazioni economiche strutturali, come conseguenza degli impatti diretti.

Impatti indotti relativi alla ulteriore domanda aggregata generata a seguito degli investimenti, alla produzione e alla maggiore occupazione come conseguenza degli impatti indiretti.

## Impatto totale sul territorio

Fonti utilizzate per le analisi:  
Istat, Banca d'Italia, FIT.



# Stima: Impatto Economico Diretto

Il primo passo dell'analisi è dunque quello di stimare l'impatto sul territorio dovuto a tutte le spese sostenute per predisporre l'evento e per portarlo avanti nella sua interezza, sia quindi nella fase di preparazione e allestimento (costi legati alle spese relative agli impianti) che nella fase del suo svolgimento. Nello specifico, sono stati esclusi dall'analisi i costi che si assume non possano generare un ritorno economico sul territorio, ovvero tutte le voci come premi, fee e oneri finanziari.



La seconda parte dell'analisi riguarda invece l'impatto economico riconducibile agli spettatori e all'incremento della domanda di beni e servizi sul territorio. Il dato di riferimento è il numero di biglietti unici venduti per le ATP Finals di Torino 2021, con il dettaglio di biglietti erogati a spettatori italiani e biglietti erogati a spettatori stranieri. La permanenza media degli spettatori è stata calcolata considerando i dati aggregati sul turismo torinese pubblicati dall'Osservatorio di Torino, come rapporto tra flussi di presenze e arrivi di turisti nella Città di Torino nell'ultimo triennio, e risulta pari a 2,9 giorni (in linea con le aspettative degli organizzatori).

MEDIA SPESA PRO CAPITE		<b>Totale Spettatori Unici * 53.238</b>	Dati presenze e biglietti	
INTRATTENIMENTO	€ 29,7		STRANIERI 22,3%	ITALIANI 77,7%
SHOPPING	€ 36,4		BIGLIETTI ** 102.009	ABBONAMENTI 978
RISTORAZIONE	€ 55,5		INCASSO	
HOSPITALITY	€ 108,3		€ 8.079.971	€ 1.138.920
TRASPORTO LOCALE	€ 19,4			

Un altro input necessario è rappresentato dai livelli di spesa degli spettatori nel torneo nelle categorie individuate, stimati utilizzando i dati provenienti dall'indagine campionaria sul Turismo Internazionale condotta annualmente dalla Banca d'Italia. Tale indagine è basata su interviste e conteggi di viaggiatori residenti e non residenti in transito alle frontiere italiane. Le informazioni presenti nei microdati consentono di identificare i turisti che hanno visitato le città italiane, ed in particolare Torino. Nel periodo considerato dall'indagine campionaria a Torino non si sono verificati grandi eventi sportivi legati al tennis. Un'indagine condotta con tali dati avrebbe avuto come conseguenza una stima errata, essendo i turisti del tennis dei consumatori con un profilo di reddito estremamente più elevato rispetto al turista medio (si veda la sezione 5 del presente documento).

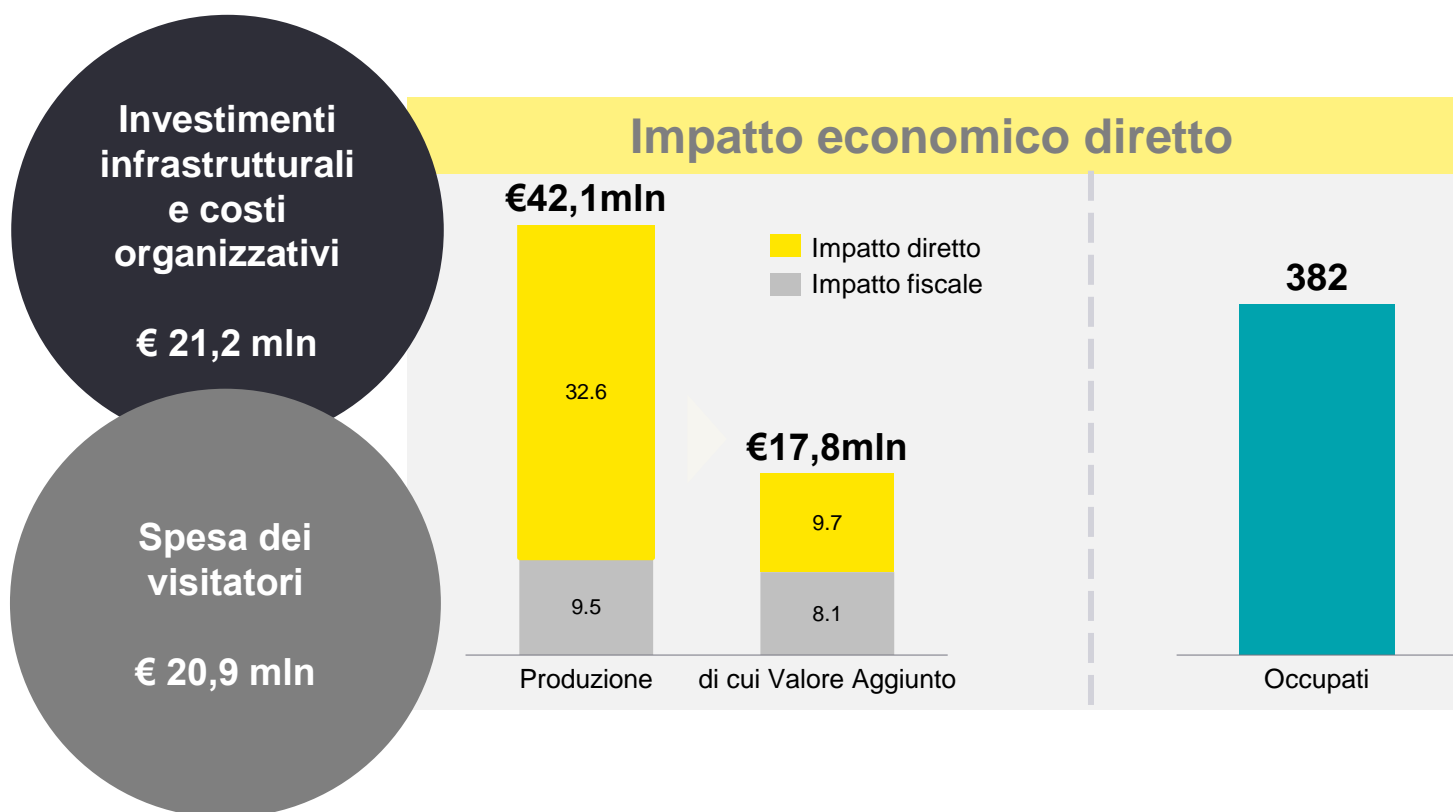
\* Numeri ufficiali da biglietteria. A questi si aggiunge una stima di circa 19.000 spettatori unici a seguito di accrediti, omaggi, biglietti corporate.

\*\* Comprendono anche accrediti, omaggi, biglietti corporate e legati a viaggi organizzati.

I valori di partenza dell'importo medio speso per persona al giorno sono i seguenti: (i) per il trasporto locale circa € 14,9; (ii) per cibo e bevande circa € 42,7; (iii) per acquisti di beni nei negozi circa € 28; (iv) per hospitality circa € 72,2; (v) per altre spese di intrattenimento circa € 22,9. I dati medi ottenuti dall'indagine campionaria sono stati così incrementati del 30%, considerata l'alta capacità di spesa dei partecipanti, eccetto per la voce relativa all'hospitality che è stata invece incrementata del 50% (la stima è prudenziale, considerata la maggiorazione delle tariffe alberghiere sul territorio durante i giorni dell'evento). Si assume che tali valori valgano per tutti i visitatori. La stima della spesa totale giornaliera per visitatore ammonta quindi a circa € 250 al giorno complessivi.



Infine, utilizzando i dati pubblicati dall'Osservatorio di Torino circa i flussi di turisti, come già riportato in precedenza, è stata considerata in maniera estremamente prudenziale una permanenza media di 2,9 giorni per la partecipazione all'evento dei visitatori non residenti a Torino: la stima della spesa totale per un visitatore risulta quindi pari a circa € 725. Da ribadire, come del resto ampiamente anticipato, che i valori stimati rappresentano una stima prudenziale, in quanto la spesa media giornaliera di uno spettatore partecipante ad un evento sportivo, il cui reddito medio è in genere superiore a quello dei soggetti intervistati nell'indagine Banca d'Italia, è plausibilmente maggiore di quanto assunto nel presente studio. La prudenza, ad ogni modo, consente di ottenere un effetto compensatorio di eventuali sovrastime derivanti dalla carente rilevazione sul numero di spettatori della manifestazione che sarebbero comunque arrivati in città, ovvero avrebbero comunque visitato Torino, ma in un differente periodo. Si riporta sotto la stima complessiva dell'impatto diretto, divisa nelle due componenti appena descritte: € 21,2 mln derivanti dalle spese sostenute per l'organizzazione dell'evento, e € 20,9 mln a seguito delle spese degli spettatori e dei partecipanti all'evento. L'impatto occupazionale è stimato in circa 380 occupati (misurati in termini di unità *Full Time Equivalent*, FTE, o «unità di lavoro equivalenti a tempo pieno»).

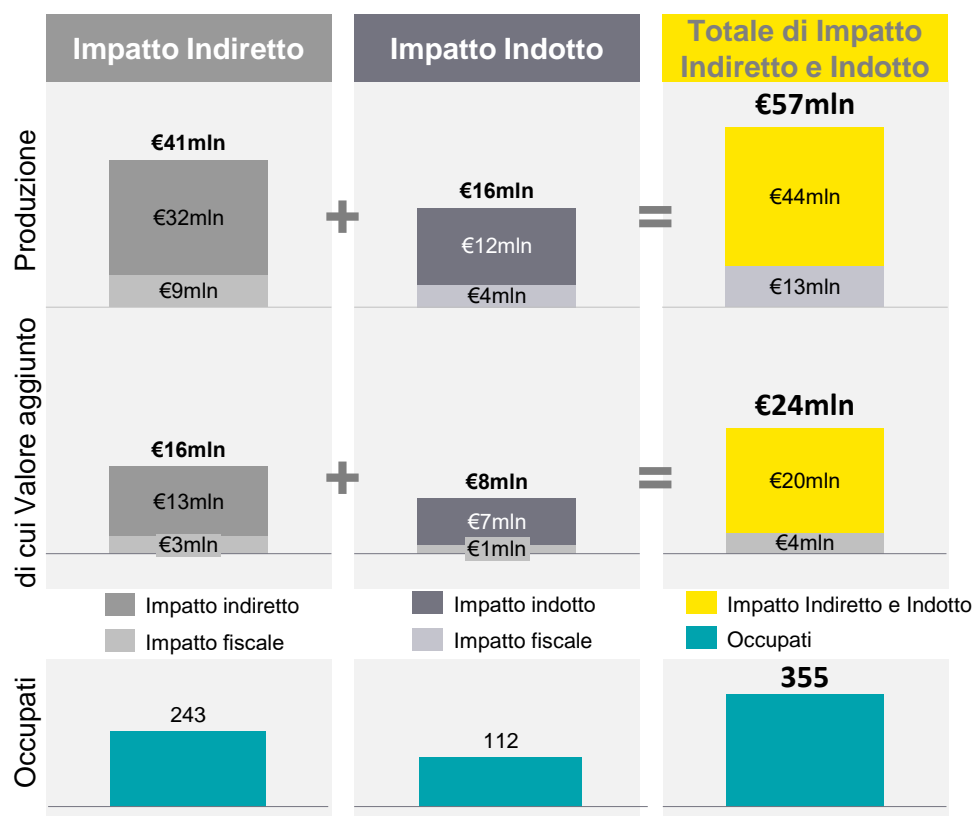


# Stima: Impatto Indiretto e Indotto

Come sopra accennato, a partire dall'impatto diretto è possibile stimare l'impatto indiretto e indotto grazie allo studio delle relazioni di *supply chain*. La vendita di un determinato bene o servizio, infatti, corrisponde all'attivazione di una catena di fornitura degli input necessari alla sua produzione, con ricadute che «moltiplicano» l'effetto iniziale e di cui è possibile stimarne l'ammontare. Tale effetto «indiretto» si collega ad una maggiore produzione, valore aggiunto e occupazione (calcolata in questo report sempre in unità *Full Time Equivalent*, o FTE), che generano a loro volta un effetto positivo sulla domanda aggregata («effetto indotto»): si pensi a titolo esemplificativo ai maggiori consumi del personale occupato per produrre i beni e i servizi richiesti all'interno della *supply chain*. Tali effetti sono mappabili e stimabili a partire dalle relazioni storiche stimate dall'ISTAT.

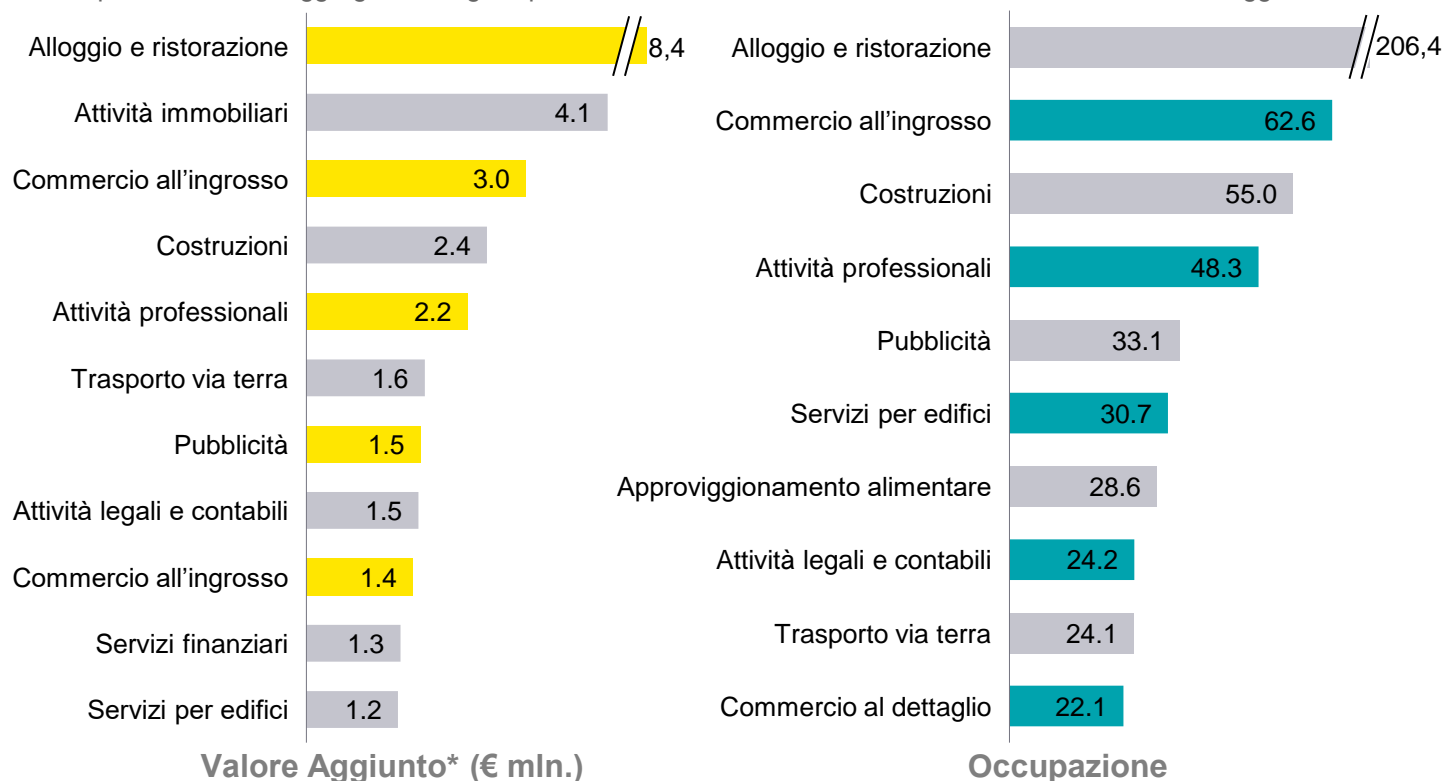


Riportiamo l'impatto economico indiretto e indotto delle ATP Finals, in particolare, l'effetto totale, sul Valore Aggiunto e sull'occupazione. Nello specifico, l'effetto totale è di circa € 57 mln, di cui circa € 41 mln di impatto indiretto e circa € 16 mln di indotto. Per quanto riguarda l'impatto sul Valore Aggiunto, l'indiretto (che comprende l'attivazione della filiera produttiva) ammonta a € 16 mln, l'indotto (che comprende l'attivazione ulteriore dell'attività economica a seguito dell'incremento della domanda aggregata) a € 8 mln. Il totale di tutti questi effetti sul Valore Aggiunto è quindi di circa € 24 mln. Sull'occupazione, invece, l'effetto dell'impatto indiretto è 243 occupati, e quello indotto è di 112 occupati, per un totale di 355 occupati. Si evidenzia che i valori a lato mostrano l'impatto indiretto e indotto depurato del relativo impatto fiscale, oggetto di stima autonoma.



# Focus: dettaglio settoriale dell'impatto

L'impatto complessivo sul territorio è stato ulteriormente analizzato, con maggior dettaglio, calcolando gli *spillover* settoriali attraverso le relazioni produttive all'interno della *supply chain*. Per semplificare la rappresentazione dei risultati sono esplicitati, talvolta aggregati, solo gli impatti sui settori che beneficerebbero dell'evento in misura maggiore.



## Metodologia

Per effettuare la stima puntuale dell'impatto sulla produzione, sul Valore Aggiunto e sull'occupazione del territorio, è stato costruito un modello di Input-Output basato sulle tavole fornite dall'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). Il modello consiste in una rappresentazione, basata su dati di Contabilità Nazionale, delle relazioni intersettoriali di un sistema economico, configurandosi quindi come un'analisi di equilibrio economico generale.

I diversi settori dell'economia dipendono l'uno dall'altro attraverso una rete di relazioni produttive: le tavole Input-Output forniscono una rappresentazione coerente dei conti economici nazionali che integrano tali interdipendenze. Attraverso una metodologia consolidata, proposta inizialmente da Wassily Leontief, è possibile stimare gli effetti della crescita della domanda in un determinato settore produttivo sul sistema economico nel suo complesso. Il metodo consente, nello specifico, una quantificazione di uno «shock» di domanda, attraverso un'analisi puntuale della sua propagazione nelle filiere produttive. Il calcolo della «matrice inversa di Leontief» consente quindi di ottenere una matrice dei «moltiplicatori», che descrivono la quantificazione della trasmissione degli shock e degli spillover attraverso i settori presi in considerazione.

Si assume che le relazioni di integrazione siano costanti in tutto il periodo di riferimento. L'impossibilità di valutare cambiamenti tecnologici e strutturali che si potrebbero verificare nel sistema produttivo italiano si potrebbe trasporre, in linea teorica, in una sovrastima dell'impatto occupazionale, non tenendo conto di una possibile redistribuzione a favore del capitale dell'intensità di utilizzo del fattore lavoro. Tuttavia, tali cambiamenti sono molto lenti, soprattutto nei sistemi industriali maturi. Gli effetti finali sulle stime presentate sono quindi da considerarsi decisamente contenuti.

Per calcolare gli impatti relativi all'occupazione sono stati utilizzati i dati sulla produttività nazionale e il compenso nazionale medio per dipendente a livello settoriale.

\* I valori sono comprensivi del relativo impatto fiscale.



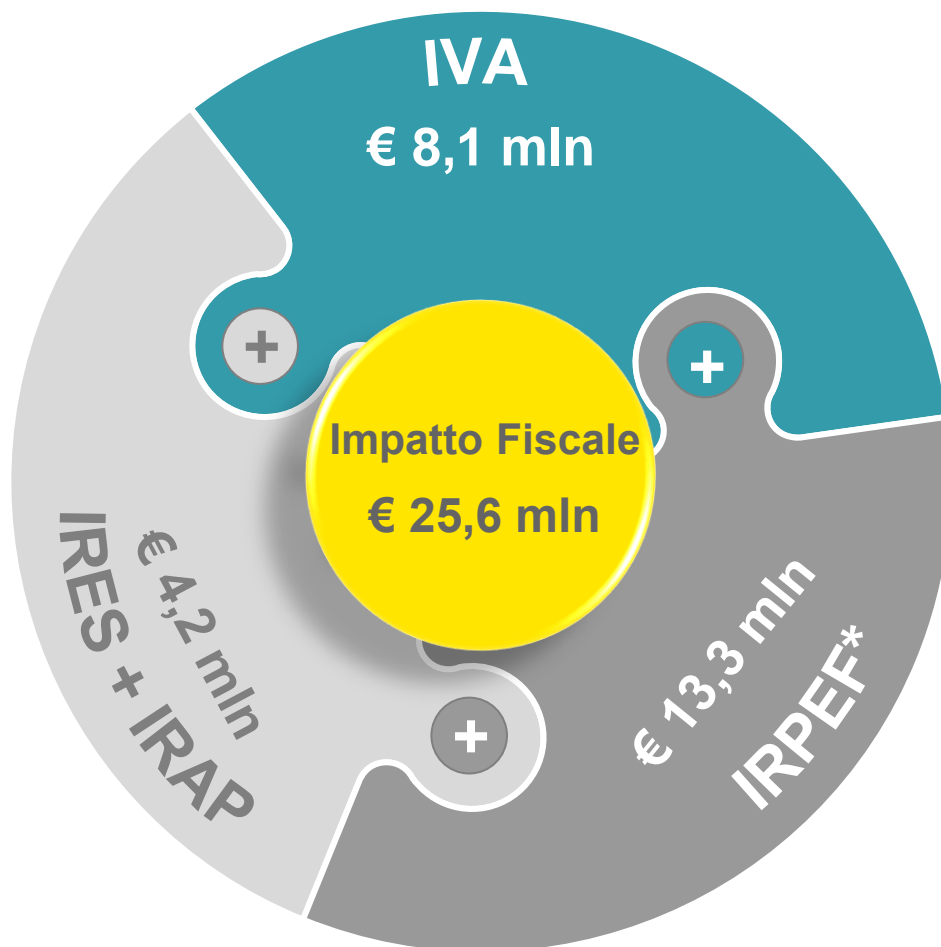
4



# Impatto Fiscale

La valutazione dell'impatto fiscale è basata sulla stima del maggior gettito raccolto dagli Enti Locali e dallo Stato a seguito della realizzazione della manifestazione. Questa grandezza può essere scorporata in componenti fiscali dirette, cioè il maggior gettito generato dalle voci di spesa direttamente imputabili all'organizzazione dell'evento, e in componenti fiscali indirette, cioè il maggior gettito determinato dal cosiddetto valore economico indiretto e indotto.

Le componenti fiscali dirette sono state stimate sulla base dei costi direttamente correlati alla organizzazione dell'evento, mentre le componenti fiscale indirette ed indotte sono state stimate considerando l'attività economica incrementale che l'evento ha generato sulla città di Torino e l'Italia. Alle varie categorie d'impatto sono state applicate le aliquote adeguate al tipo di attività considerata e nello specifico contestualizzate nella realtà territoriale piemontese, con particolare riferimento a quella torinese. In particolare, per ogni componente è stata considerata l'IVA generata (imposte sui consumi) e le imposte sul reddito incrementale di persone (IRPEF) e imprese (IRAP + IRES).



Fonte: Analisi EY sui dati forniti da FIT

\* Si evidenzia che la componente IRPEF include anche le imposte sul Montepremi, stimate su un'aliquota base pari al 30% del Prize Money.



## Benefici Correlati

Le ATP Finals, per la loro importanza e risonanza (circa 100 mila biglietti venduti nel 2021 nonostante la capienza ridotta a causa delle norme anti-Covid), sono in grado di dare una importante accelerazione all'evoluzione di una città come Torino e una regione come il Piemonte. L'evento infatti rappresenta una vera e propria "cassa di risonanza per il territorio" (Augier, 2009) e il made in Italy perché:

- **Crea visibilità:** permette la diffusione di un'immagine positiva a livello internazionale; attribuisce un marchio di fabbrica (made in Italy) sinonimo di dinamismo, di vitalità e di creatività; conferisce un'immagine di efficacia e di efficienza alla città organizzatrice; è un'occasione unica per

promuovere l'accoglienza, la condivisione e lo scambio di esperienza tra i molteplici spettatori di paesi diversi.

- **Crea valore** perché mobilita e favorisce l'emergere dell'intelligenza collettiva con la condivisione di conoscenze ed esperienze; genera importanti ricadute economiche e sociali con impatti diretti per l'economia della città e del territorio circostante, anche dopo l'evento.
- È un **fattore di crescita e rilancio** contribuendo a migliorare l'immagine del territorio e a valorizzarne il patrimonio. Nel caso, per esempio, delle Olimpiadi invernali di Torino del 2006, l'evento è stato usato per conferire una nuova identità al territorio, connotandolo non più come un centro industriale ormai in declino, o comunque in crisi, ma come un polo culturale innovativo a forte valenza turistica.
- Crea **nuovi servizi per la collettività** poiché l'evento costituisce un'occasione per attrarre investimenti e per realizzare e/o completare infrastrutture e servizi a favore della collettività.

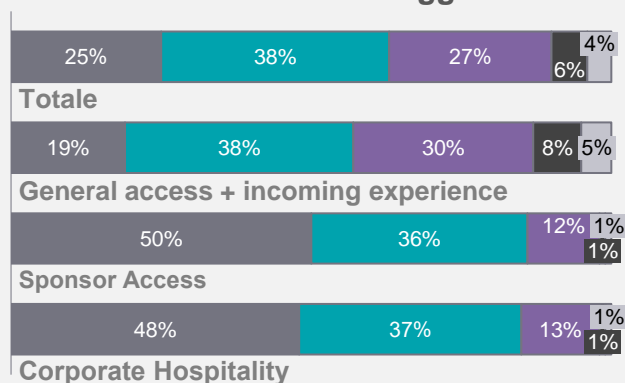
I benefici economici considerano un effetto *carry over* generato dall'aumento dell'attrattività di investimenti diretti esteri (FDI) e dall'incremento dell'attrattività turistica. Eventi di tale entità possono avere effetti sull'incremento di competenze e capacità reputazionali ricadendo su altre attività economiche e, soprattutto, sul portafoglio di opzioni di ulteriore crescita.

### Customer satisfaction: ATP Finals 2021

La partecipazione alla prima edizione dei Nitto ATP Finals di Torino (14 - 21 novembre 2021) ha dato riscontri positivi sia in termini di soddisfazione generale che di relativi KPI. Nello specifico, la location ha riscosso un livello di soddisfazione molto alto (più del 90% ha definito almeno «buona» la sede dell'evento) per cui quasi il 50% di soggetti reputa «molto buono» il grado di accessibilità alla stessa. Infine, il 78% del pubblico ha espresso l'intenzione di voler assistere di nuovo al torneo. L'indagine si è inoltre focalizzata su diverse categorie di pubblico: (i) *general access*, che ha acquistato i biglietti sui principali canali, (ii) *sponsor*,

che ha ricevuto un invito da parte degli sponsor del torneo, e (iii) *corporate*, cioè legati a una società.

#### Risultati del sondaggio

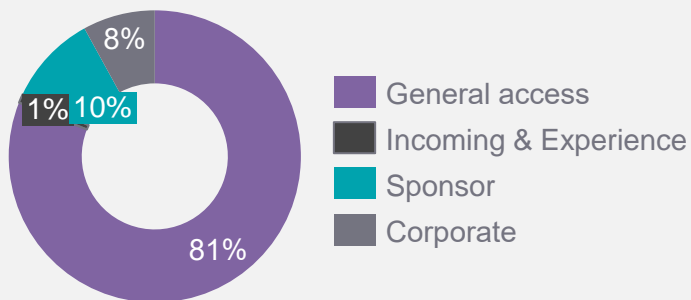


■ Eccellente ■ Molto buona ■ Buona ■ Inadeguata ■ Scarsa

La ricerca ha inoltre suddiviso il pubblico *general access* tra (i) gli spettatori che hanno acquistato un biglietto che garantisce l'ingresso e la visione della partita e (ii) gli spettatori che hanno acquistato il biglietto con ulteriori servizi associati (i.e. Incoming & Experience).

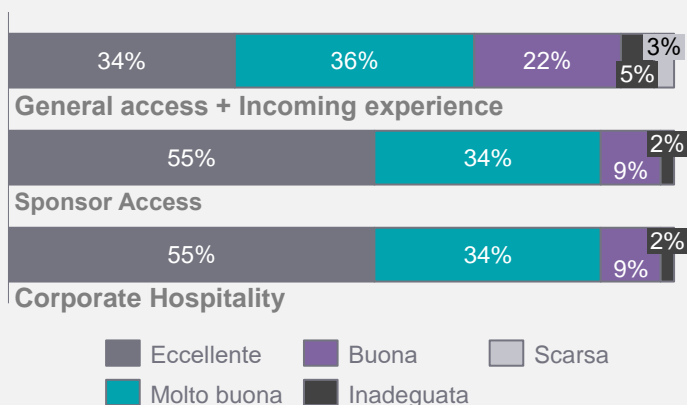
Come mostrato dal grafico in basso, la maggioranza dei biglietti si riferiscono a un pubblico generalista (81%), seguito da sponsor (10%) e clientela corporate (8%).

### Composizione spettatori



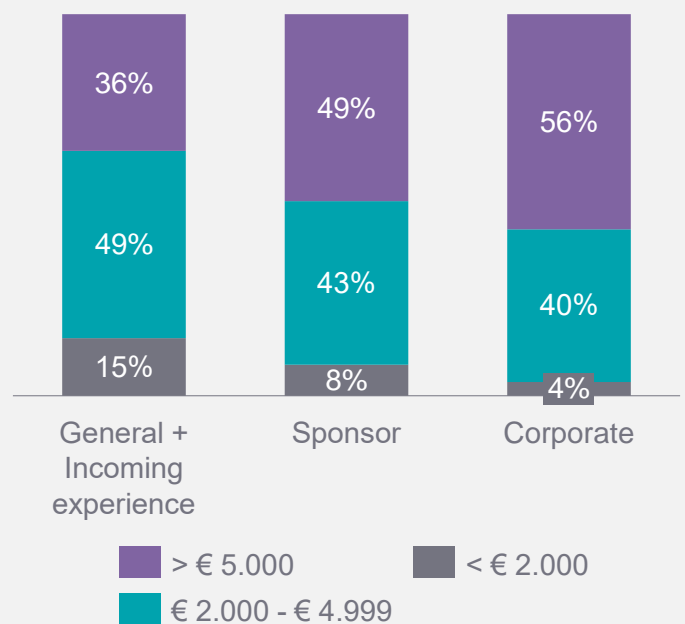
Come mostrato in precedenza, l'esperienza è stata considerata dagli spettatori nella sua interezza come positiva. Tutte le categorie di spettatori hanno inoltre dichiarato un elevato livello di soddisfazione legata al luogo dell'evento: infatti, più del 90% ha espresso opinioni positive legate al Pala Alpitour. Le ricerche hanno inoltre dimostrato che il grado di soddisfazione cresce al variare della tipologie di clientela: infatti l'89% dei clienti Sponsor e Corporate hanno ritenuto il luogo dell'evento molto buono e il 55% di questi lo hanno ritenuto eccellente.

### Luogo dell'evento



Il sondaggio ha inoltre raccolto dati socio-economici sulla popolazione intervistata: l'indagine ha fatto emergere, al netto dei soggetti che hanno preferito non fornire dettagli, una popolazione con uno stipendio medio elevato. Più del 45% degli spettatori intervistati ha dichiarato di avere uno stipendio mensile superiore ai €2.000, dimostrando il potenziale di spesa del pubblico delle ATP Finals e dell'impatto sull'economia della città di Torino.

### Stipendio medio mensile degli spettatori



Dalle interviste emerge un altro dato molto significativo e che avrà un impatto positivo sulle prossime edizioni delle ATP Finals a Torino. Circa l'80% della popolazione intervistata ha dichiarato l'intenzione di voler tornare ad assistere alla prossima edizione del torneo. Coerentemente con quanto mostrato nei precedenti grafici, anche in questo caso i clienti Sponsor e Corporate hanno confermato una maggiore propensione ad assistere alle prossime Finals (più del 90%) confermando l'effetto positivo sugli spettatori dei servizi connessi ai biglietti Sponsor e Corporate.

Solo il 6% del pubblico ha dichiarato che non parteciperà il prossimo anno, anche qualora dovesse averne la possibilità.

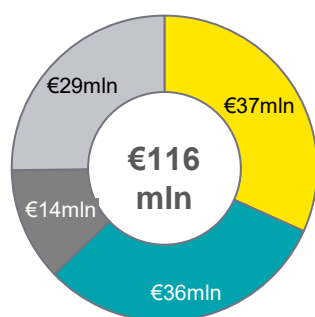
# Analisi di scenario sulla capienza

A seguito delle restrizioni imposte dal Comitato Tecnico-Scientifico (CTS) alle manifestazioni sportive, la capienza del Pala Alpitour nell'ospitare le ATP Finals 2021 è stata ridotta al 60%. È possibile valutare quale sarebbe stato l'impatto economico (diretto, indiretto e indotto) di una manifestazione con una capienza massima fissata al 75%.

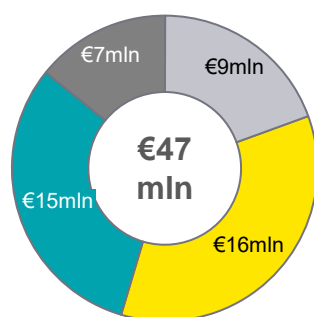
6

## Scenario Capienza al 75%

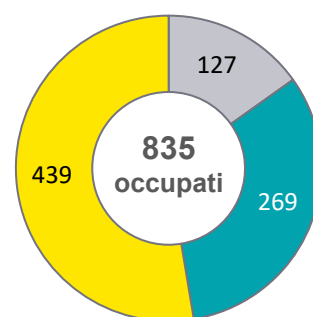
### Produzione



### di cui Valore Aggiunto



### Occupazione



■ Diretto ■ Indiretto ■ Indotto ■ Fiscale

Riportiamo sopra l'impatto economico stimato delle ATP Finals sulla produzione, sul Valore Aggiunto e sull'occupazione nel caso di una capienza al 75%. In particolare, l'effetto totale sulla produzione sarebbe stato di € 116 mln (€ 13 mln in più rispetto alla capienza limitata al 60%), di cui € 37 mln di impatto diretto, € 36 mln di impatto indiretto, € 14 mln di indotto e € 29 mln di impatto fiscale. Per quanto riguarda l'impatto sul Valore Aggiunto, il diretto sarebbe stato pari a € 16 mln, l'indiretto pari a € 15 mln, l'indotto pari a € 9 mln e il fiscale pari a € 7 mln. L'impatto totale sul Valore Aggiunto sarebbe stato di € 47 mln (€ 5 mln in più rispetto allo scenario al 60%).

Sull'occupazione, invece, si avrebbe un impatto diretto di 439 occupati, uno indiretto di 269 occupati, e un impatto indotto di 127 occupati, per un totale di 835 occupati (99 in più rispetto allo scenario al 60%).

### Differenze rispetto allo scenario base (€ mln)

Impatto	Capienza 60%	Capienza 75%	Variazione
<b>Produzione</b>	<b>102,6</b>	<b>115,5</b>	<b>+12,9</b>
<i>di cui Valore Aggiunto</i>	<i>41,8</i>	<i>46,8</i>	<i>+5,0</i>
<i>di cui Impatto Fiscale</i>	<i>25,6</i>	<i>29,1</i>	<i>+3,5</i>
<b>Occupazione (occupati)</b>	<b>736</b>	<b>835</b>	<b>+99</b>

### Scenario «no-Covid»

Analogamente, è possibile chiedersi quale sarebbe stato l'impatto economico dell'Evento in un **caso «no-Covid»** dove non sarebbero state necessarie restrizioni a livello di capienza massima consentita. Al fine di quest'analisi è stata assunta una capienza al 95%. Si stima, dunque, che l'impatto totale sulla produzione sarebbe stato di € 140 mln, sul Valore Aggiunto di € 59 mln, e sull'occupazione di 1.065 occupati.

NB: Nello scenario «no-Covid» si assume che le percentuali di visitatori italiani e stranieri siano pari a 67% e 33%.



## Contatti EY



**Mario Rocco**

**Partner**  
Valuation, Modelling & Economics Leader per l'Italia  
**Strategy and Transactions**

T: +39 06 6753 54750  
M: +39 334 655 0887  
E: [Mario.Rocco@it.ey.com](mailto:Mario.Rocco@it.ey.com)



**Alberto Caruso**

**Senior Manager**

**Valuation, Modelling & Economics**  
**Strategy and Transactions**

M: +39 3311361504  
E: [Alberto.Caruso@it.ey.com](mailto:Alberto.Caruso@it.ey.com)

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

### About EY

EY is a global leader in assurance, tax, transaction and advisory services. The insights and quality services we deliver help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all of our stakeholders. In so doing, we play a critical role in building a better working world for our people, for our clients and for our communities.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. For more information about our organization, please visit [ey.com](https://www.ey.com).

Ernst & Young LLP is a client-serving member firm of Ernst & Young Global Limited operating in the US.

© 2022 Ernst & Young LLP.

All Rights Reserved.

