

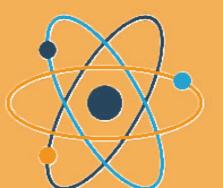
SBL
CONSULTANCY

» Sport Event Impact

Sviluppato per fornire un supporto concreto per la valutazione dell'impatto economico, sociale ed ambientale di un evento.

» Impatto economico diretto

Cos'è, perchè misurarlo e come misurarlo.



SBL
CONSULTANCY



Contenuti

01 Chi Siamo

SBL Consultancy e
Sport Event Impact

02 Introduzione

Il termine
“impatto economico”

03 Che cos'è l'impatto economico

Definizione e perchè
misurarlo

04 Le fasi

Il processo che porta al
calcolo dell'impatto

05 Credits

SBL Consultancy

Chi Siamo

01

L'enorme crescita dell'interesse per i dati sportivi ha spinto diverse piattaforme generiche ad offrire i dati ad una nicchia di gruppi specifici di persone. Sport Business Lab Consultancy nasce con l'idea di aiutare gli utenti e le imprese a risparmiare tempo nel trovare le informazioni rilevanti sul mondo sportivo.



**L'indagine "Sport Event Impact" fa parte
di un sistema integrato di monitoraggio
dell'Osservatorio Sportivo di Sport Business Lab
Consultancy.**

Scopo di

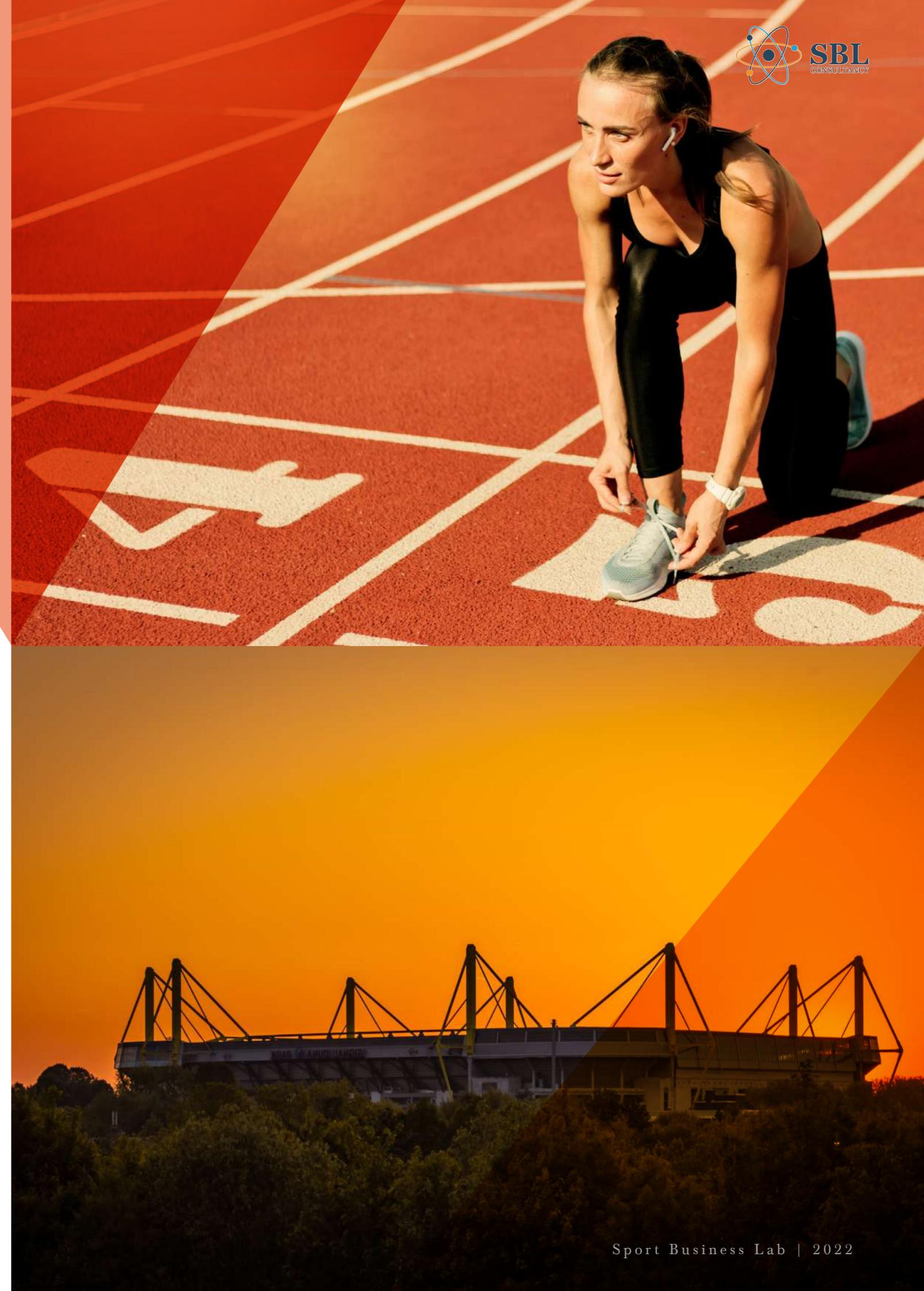
Sport Event Impact

Business Lab Consultancy mira a fornire agli organizzatori ed ai sostenitori di eventi pubblici strumenti di supporto per la valutazione degli impatti economici, sociali, ambientali relativi allo svolgimento dell'evento sportivo.

SBL Consultancy si impegna nella valutazione e nella misurazione sia degli impatti diretti che indiretti di un evento sportivo.
SBL Consultancy, ispirandosi da eventIMPACTS ToolKit, propone uno strumento di calcolo digitale volto a misurare l' impatto diretto di un evento. Lo strumento è consultabile propriamente sul sito di SBL Consultancy.

Il modello si basa sui principi delineati nelle pagine delle risorse economiche di eventIMPACTS predisposto dal "Department for Culture Media & Sport" inglese.

Il sito è consultabile tramite il seguente link.
<https://www.eventimpacts.com/calculator>



02

Introduzione



L'impatto economico di un evento sportivo è una considerazione importante quando si fa un'offerta per assicurarsi eventi importanti, in particolare nei casi in cui le organizzazioni cercano il sostegno del pubblico settore per aiutare a finanziare i costi di staging.



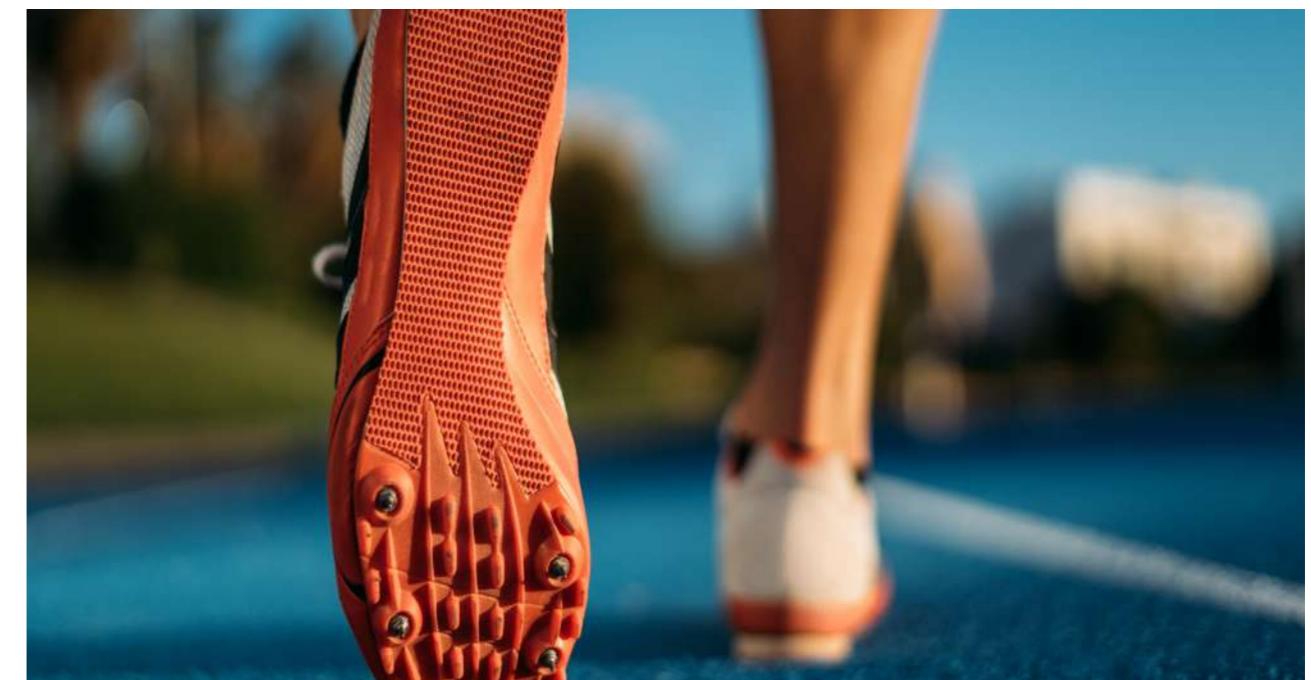
Tuttavia,

il termine “impatto economico” è spesso interpretato in modo approssimativo e gli approcci adottati nella misurazione e nella rendicontazione dell'impatto economico associato agli eventi sono incoerenti

A causa delle differenze nelle metodologie impiegate, è spesso difficile confrontare gli impatti legati agli eventi. La mancanza di comparabilità rende difficile per il settore pubblico stabilire la priorità degli eventi da sostenere quando si tratta di allocare i fondi. Pertanto, promuovere un terreno comune tra coloro che effettuano tali valutazioni è fondamentale per agevolare la trasparenza e facilitare il confronto tra gli eventi.

La misurazione dell'impatto economico richiede pragmatismo, poiché esiste un trade-off intrinseco tra ciò che può essere misurato in modo affidabile e le risorse disponibile per condurre la ricerca considerando che le procedure complesse hanno implicazioni sia in termini di tempo che di costi.

L'obiettivo del modello proposto di seguito è quello da fungere da supporto decisionale fornendo un modello generico per valutare e misurare l'impatto diretto economico di un evento sportivo.





Che cos'è L'impatto economico

Turco e Kelsey (1992) definiscono l'impatto economico di un evento sportivo come "Il cambiamento economico netto in una comunità ospitante che deriva dalla spesa attribuita a un evento o impianto sportivo". La variazione economica netta è misurata come somma tra flussi di cassa (positivi) e deflussi (negativi).

Gli elementi chiave dell'impatto

economico sono la Spesa del Visitatore e la Spesa dell'Organizzatore.

La spesa del visitatore si riferisce alle spese aggiuntive all'interno di un'area geografica generate dai visitatori associati ad un evento sportivo. Per la maggior parte degli eventi, la spesa dei visitatori costituisce la principale componente economica d'impatto.

"Il cambiamento economico netto in una comunità ospitante che deriva dalla spesa attribuita a un evento o impianto sportivo"

03

Tuttavia, la Spesa dell'Organizzatore per l'organizzazione di un evento può anche generare spese aggiuntive nell'economia ospitante.

Collettivamente, l'ammontare che i visitatori e gli organizzatori spendono direttamente nell'economia ospitante attribuibile alla messa in scena di un evento può essere definito Impatto Economico Diretto.

Perchè misurare **Gli impatti economici**

La misurazione dell'impatto economico è diventata uno strumento potente e persuasivo per coloro che cercano di dimostrare i vantaggi finanziari che possono derivare dall'ospitare un evento sportivo.

La misurazione dell'impatto economico non solo consente agli enti del settore pubblico di valutare il proprio ritorno economico sull'investimento, ma consente anche agli organizzatori di eventi di sviluppare pratiche che ne massimizzino i benefici.



Strumento potente e persuasivo per coloro che cercano di dimostrare i vantaggi finanziari che possono derivare dall'ospitare un evento sportivo



04

➤ **FASE 1**
Definire
l'economia
ospitante

➤ **FASE 2**
Misurare la
spesa degli spettatori

- 2.1 Definire le ammissioni totali degli spettatori
- 2.2 Rimuovere gli spettatori ripetuti
- 2.3 Rimuovere residenti locali
- 2.4 Rimuovere gli spettatori occasionali
- 2.5 Considerazione dei tipi di spettatori
- 2.6 Calcolare la spesa dello spettatore per l'alloggio
- 2.7 CValcola le altre spese dello spettatore
- 2.8 Detrarre le perdite dirette

➤ **FASE 3**
Misurare la spesa
dei partecipanti

- 3.1 Stabilire sottogruppi di partecipanti
- 3.2 Ripetizione del processo spettatore (notando le differenze)

FASE 4 ➙
Misurare la spesa
dell'organizzatore
di eventi

- Sottrarre il reddito locale dalla spesa locale 4.1 ○
- Considerazioni per eventi guidati da promotori commerciali 4.2 ○

➤ **FASE 5**
IMPATTO ECONOMICO
DIRETTO

Definizione dell'economia ospitante

Passaggio 1



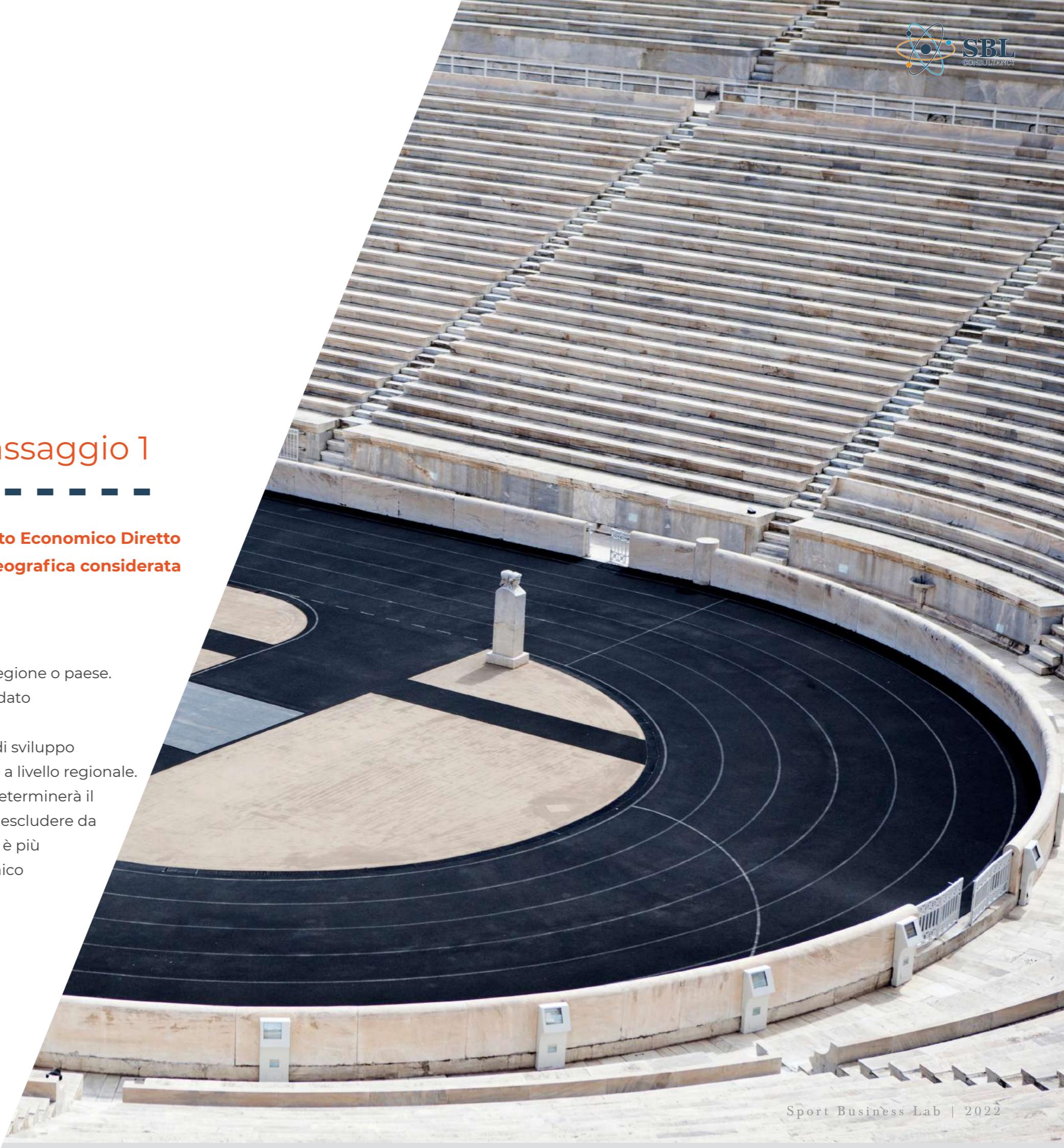
Il punto di partenza per il calcolo dell'Impatto Economico Diretto attribuibile ad un evento è stabilire l'area geografica considerata ovvero l'Economia Ospitante.

L'economia ospitante è di solito definita come una città, contea, regione o paese.

La scelta dell'economia ospitante può essere influenzata dal mandato dell'agenzia che fornisce supporto finanziario all'evento.

Ad esempio, se l'evento è finanziato principalmente dall'Agenzia di sviluppo regionale, sarebbe ragionevole per loro di voler misurare l'impatto a livello regionale.

La definizione dell'economia ospitante è una fase critica perché determinerà il confine spaziale selezionato, determinando cosa includere e cosa escludere da qualsiasi potenziale valutazione d'impatto. Come regola generale, è più probabile che gli eventi producano un maggiore impatto economico diretto su una città o paese ospitante piuttosto che su una regione o nazione.





Misurare la spesa degli spettatori

Passaggi da 2.1 a 2.5

— — — — —

Una volta definita l'economia ospitante, la fase
successiva prevede la determinazione della
spesa degli spettatori nell'economia ospitante.



Questa fase comprende principalmente:

- Calcolare il numero di spettatori idonei (passaggi da 2.1 a 2.5).
Questo processo prende il numero totale di spettatori presenti all'evento e lo riduce per rendere conto dei residenti e dei visitatori occasionali.
Applicare i modelli di spesa degli spettatori (passaggi da 2.6 a 2.8).
- Questo processo si basa sulla considerazione dei dati dei sondaggi relativi ai modelli di spesa degli spettatori, per poi applicarli allo spettatore idoneo.

2.1 - Definire le ammissioni totali all'evento

L'accuratezza delle stime della spesa dei visitatori dipende dall'accesso ad una frequenza di buona qualità dati. Registri accurati relativi ai gruppi accreditati come partecipanti, funzionari e personale dei media sono solitamente disponibili presso gli organizzatori. I dati sulle presenze degli spettatori risultano essere la variabile principale nella definizione del totale delle ammissioni all'evento.

La stima del numero di spettatori è meno problematica per gli eventi con biglietto e/o gli eventi che si verificano all'interno di uno stadio o di un'arena. Un approccio più scientifico dovrebbe essere impiegato riguardo eventi ad accesso aperto ed eventi gratuiti, soprattutto dove sono coinvolte grandi distanze (es. maratone).

2.2 - Rimuovere gli spettatori ripetuti

Quando si ha a che fare con gli spettatori, l'approccio alla misurazione delle presenze dovrebbe consentire differenziazione tra visite (ingressi totali) e visitatori (individui). Questo può includere, ad esempio, una considerazione su quanti giorni di un evento le persone partecipano.

Nel caso in cui un evento si svolga su più luoghi, allora sarebbe opportuno ridurre il peso totale degli ingressi per tenere conto della possibile visualizzazione ripetuta in più località. Sondaggi possono essere necessari a tal fine, in particolare nel caso di eventi senza biglietto. Anche a eventi con biglietto, potrebbe esserci una differenza tra il numero di biglietti venduti e il numero effettivo di persone frequentanti.

Tuttavia, i dati disponibili al botteghino record o un database di vendita dei biglietti, forniscono un'indicazione ragionevole del numero di persone diverse che partecipano ad un evento e può essere utilizzato come proxy per il lavoro di indagine.

2.3 - Sottrarre residenti locali

La partecipazione a eventi sportivi è solo un'attività del tempo libero. In sostanza, gli eventi sono in competizione tra di loro, e con altri settori dell'industria del tempo libero.

In altre parole, ogni €1 speso per una forma di attività per il tempo libero è potenzialmente €1 in meno speso per un'altra attività. La spesa della popolazione locale nell'economia ospitante è semplicemente un ricircolo di denaro che già esisteva lì.

Quando si valutano decisioni di investimento nel settore pubblico, la considerazione dell' "addizionalità" è considerata la migliore pratica. Il Libro Verde definisce l'addizionalità come segue:

"Un impatto derivante da un intervento è aggiuntivo se non si sarebbe verificato in assenza dell'intervento. Di conseguenza la spesa delle persone normalmente residenti all'interno dell'area di impatto definita è considerata 'peso morto' e non inclusa nei calcoli dell'impatto economico diretto."

2.4 - Sottrarre visitatori occasionali

Non tutti gli spettatori non locali che visitano l'economia ospitante potranno essere inclusi nel calcolo dell'Impatto Economico Diretto di un evento. La spesa dei visitatori occasionali dovrebbe essere considerata un peso morto nel calcolo dell'impatto economico quando:

- L'evento non era il motivo principale per cui si trovavano nell'area di impatto definita.
- I visitatori hanno cambiato l'orario della loro visita in concomitanza con l'evento.

2.5 - Considerazione dei tipi di spettatori

Gli eventi coinvolgono diversi tipi di spettatori che possono essere raggruppati in base alle caratteristiche del loro soggiorno nell'economia ospitante.

- Soggiornanti commerciali - Visitatori che fanno uso di hotel, pensioni o altre attività commerciali d'alloggio in Host Economy.
- Soggiornanti non commerciali - Visitatori che pernottano in Host Economy ma non pagano l'alloggio, ad esempio alloggiando da amici o parenti.
- Visitatori giornalieri - Visitatori che non pernottano nell'Economia Ospitante. Questo sottogruppo può includere qualcuno che soggiorna commercialmente o non commercialmente al di fuori dell'economia ospitante.

La logica di questa classificazione è che i modelli di spesa di questi sottogruppi non sono gli stessi.



Misurare la spesa degli spettatori

Passaggi da 2.6 a 2.8

Una volta calcolato il numero di spettatori idonei secondo i passaggi precedenti (da 2.1 a 2.5), devono essere determinati i modelli di spesa per calcolare la spesa complessiva stimata associata agli spettatori (passaggi da 2.6 a 2.8). La metodologia utilizzata per valutare l'Impatto Economico Diretto di solito prevede alcuni lavori di indagine.



Un questionario standard sull'impatto economico cerca di accertare la spesa dei visitatori per alloggi ed altre aree legate agli eventi. È importante riconoscere che un individuo potrebbe sostenere spese per conto di altre persone.

2.6 - Calcolare la spesa dello spettatore per l'alloggio

L'alloggio tende ad essere la voce di spesa più significativa negli studi sull'impatto economico.

Pertanto, è essenziale che le stime della spesa dei visitatori per l'alloggio devono essere affidabili. L'impatto sul settore ricettivo è relativamente semplice da calcolare, ed è riportato di seguito.

Numero di soggiorni commerciali

x Numero medio di notti trascorse in Host Economy

= Numero di pernottamenti commerciali

x Costo medio per letto-notte

= Spesa dello spettatore per l'alloggio

Il numero di soggiorni commerciali sarà stato determinato dalla sezione precedente (passaggi 2.1 a 2.5).

Il resto delle informazioni richieste può essere raccolto utilizzando sondaggi. Per gli eventi che tendono ad attrarre un gran numero di visitatori, i risultati ricavati dai sondaggi sono integrati da consultazioni con hotel e altri fornitori di servizi commerciali d' alloggio nell' economia ospitante .

Le domande da esplorare da tali consultazioni includono:

- Qual è stato il livello medio di occupazione e la tariffa delle camere raggiunti dagli operatori alberghieri durante il momento dell'evento?
- Come si confronta con i normali livelli di occupazione e con le tariffe delle camere nell'economia ospitante in periodi dell'anno simili?
- Sono state accettate prenotazioni specifiche o offerte speciali per l'evento?
- Gli operatori hanno respinto i visitatori dell'evento?

2.7 - Calcola la spesa di altri spettatori

Sebbene l'alloggio sia un elemento importante della Spesa dei visitatori, non è l'unico.

Le principali categorie di spesa insieme all'alloggio sono:

- Cibo e bevande
- Divertimento
- trasporto locale (es. autobus, taxi)
- Merce
- Shopping/Souvenir
- Altro (es. Benzina, Parcheggio)

Come per l'alloggio, la spesa degli spettatori per gli elementi di cui sopra può essere catturata tramite sondaggi e registrati su base giornaliera.

Si noti che la spesa per i biglietti non è elencata qui, né altre voci come le vendite dei programmi.

I biglietti e i programmi tendono ad essere una voce di entrata per l'organizzatore dell'evento, mentre le categorie di spesa sopra elencate sono di solito voci di entrate per i commercianti locali. Le entrate che prendono gli organizzatori di eventi da biglietti e programmi spesso vanno direttamente destinate per la copertura delle spese di allestimento dell'evento stesso. Di conseguenza, i biglietti e i programmi sono trattati al meglio in una sezione successiva, ovvero Spesa dell'organizzatore.

2.8 - Dedurre le perdite dirette

Quando i visitatori spendono denaro per (o intorno) un evento, parte di questo potrebbe lasciare immediatamente l'economia ospitante. Questa è una "perdita diretta".

Un esempio di dove ciò potrebbe accadere sono concessioni o stand fieristici non residenti nell'Economia Ospitante. Qualsiasi spesa sostenuta con tali operatori non locali non ha un impatto diretto nell'economia ospitante. I trader non locali tendono ad avere un'interazione minima con l'economia ospitante al di fuori dell'evento.

Mentre i commercianti dovrebbero pagare all'organizzatore dell'evento per i loro stand, tale spesa dovrebbe essere considerata nella Spesa dell'organizzatore per i motivi descritti sopra. Per cercare di tenere conto delle perdite, la spesa dei visitatori presso il sito dell'evento dovrebbe essere scontata per riflettere la quota di concessioni o stand commerciali al di fuori dell'Economia Ospitante.

Misurare la spesa dei partecipanti

Passaggi da 3.1 a 3.2

Mentre è stato dimostrato che gli spettatori sono il principale motore dell'impatto economico, gli altri partecipanti possono dare anche un contributo significativo all'impatto economico di un evento.

Questo è particolarmente importante per eventi che potrebbero avere un numero elevato di partecipanti. Mentre alcuni gruppi di partecipanti come gli arbitri possono essere relativamente piccoli rispetto al numero di spettatori; tuttavia, spesso rimangono per l'intera durata dell'evento.

Allo stesso modo gli atleti possono arrivare diversi giorni prima di un evento sportivo per acclimatamento e formazione.



I principali gruppi di partecipanti a un evento dovrebbero quindi essere dettagliati e applicare un processo simile a questi gruppi come è stato descritto in dettaglio per gli spettatori (punti da 2.1 a 2.8).



3.1 - Stabilire sottogruppi di partecipanti

Per i grandi eventi, è richiesta la presenza di un numero di persone al di fuori degli spettatori.

Questi sono principalmente le persone che partecipano o gestiscono l'evento. È importante classificare i sottogruppi dei partecipanti in modo che il loro impatto economico possa essere misurato in modo simile agli spettatori.

Alcuni sottogruppi tipici includono:

- Atleti/Squadre/Partecipanti
- Media
- Funzionari
- Delegati
- Volontari

Gli organizzatori di eventi tenderanno ad avere accesso ad una buona qualità dati relativi a molti dei partecipanti in termini di numero e durata del soggiorno.

3.2 - Applicazione del processo di spesa dello spettatore

Per i gruppi di partecipanti, il processo di base descritto nei passaggi da 2.1 a 2.8 può essere applicato per valutare numero ammissibile e modelli di spesa. Ci sono tuttavia un paio di importanti esclusioni che si applicano solo agli spettatori e normalmente non dovrebbe essere applicato ai partecipanti:

- Il passaggio 2.2 riduce il numero totale di ammissioni per consentire agli spettatori abituali. Questo sarà in genere non richiesto per i partecipanti poiché il loro numero di solito può essere contato in modo abbastanza robusto dai dati dell'organizzatore come gli accrediti. Può essere comunque utile applicare il passaggio 2.3 che determinerà se il partecipante è un residente locale.
- Il passaggio 2.4 riduce il numero degli spettatori in base ai visitatori occasionali il cui motivo principale di visita della zona non è connesso all'evento. In genere si può fare un'ipotesi ragionevole che la maggior parte dei partecipanti non residenti (ad esempio un volontario o un funzionario) ha visitato la località per partecipare all'evento.



Misurare la spesa dell'organizzatore dell'evento

Passaggi da 4.1 a 4.2

La fase finale richiesta per valutare l'impatto economico diretto è la spesa netta degli organizzatori dell'evento all'interno dell'Economia Ospitante. L'organizzazione di grandi eventi può essere costosa e complessa, comprendendo flussi di reddito dall'interno e dall'esterno dell'economia ospitante e spese per contratti con fornitori interni ed esterni all'economia ospitante. È quindi necessario un calcolo per valutare la spesa netta degli organizzatori nell'Economia Ospitante.

Le stime dell'impatto economico dei grandi eventi a volte includono la spesa dei visitatori per i biglietti; però, non si deve presumere che tali spese andranno a beneficio dell'economia ospitante in quanto tali introiti sono normalmente utilizzati dall'organizzatore per compensare i costi di allestimento della manifestazione.

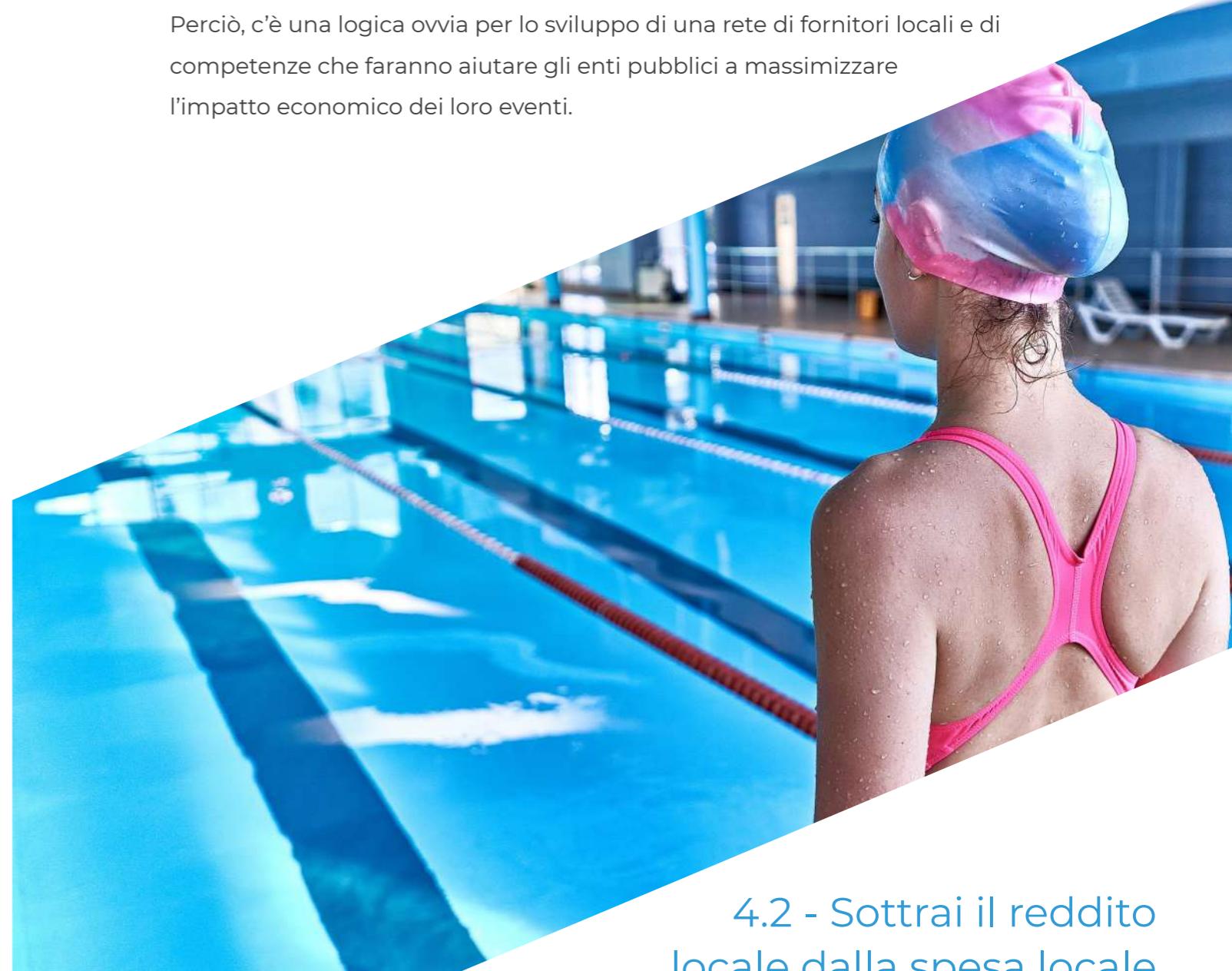
È imperativo che gli organizzatori di eventi si impegnino nel processo di valutazione fornendo l'accesso a documentazione finanziaria pertinente.



4.1 - Sottrai il reddito locale dalla spesa locale

Le transazioni degli organizzatori di eventi possano avere un impatto negativo sull'economia ospitante, in particolare laddove i servizi di supporto e le competenze sono esternalizzati.

Perciò, c'è una logica ovvia per lo sviluppo di una rete di fornitori locali e di competenze che faranno aiutare gli enti pubblici a massimizzare l'impatto economico dei loro eventi.



4.2 - Sottrai il reddito locale dalla spesa locale

La maggior parte degli eventi finanziati con fondi pubblici rischia di raggiungere il pareggio in termini finanziari (cioè reddito = costo). D'altra parte, la maggior parte degli eventi guidati da promotori commerciali sono progettati per ottenere un profitto. Per facilitare il confronto tra eventi e in linea con la produzione di una stima "almeno" dell'impatto economico, la raccomandazione è di escludere i profitti dal calcolo dell'Impatto Economico Diretto.

Calcolo dell'impatto economico diretto

Passaggio 5



I vari calcoli dai passaggi da 1 a 4 possono ora essere riuniti per determinare l' Impatto economico diretto

- Esempio calcolatore impatto economico diretto

Misurare la spesa degli spettatori (Fasi 2.1 to 2.5)

Fase 2.1 - Definire il totale delle ammissioni all'evento

Totale Apettatori Ammessi

Fase 2.2 - Rimuovere Spettatori Ripetuti

E.g. Numero medio di giorni dell'evento a cui si partecipa

Numero di diversi spettatori

Fase 2.3 - Rimuovere Residenti Locali

% di spettatori residenti nel Paese/economia ospitante

Numero di spettatori non-locali

Fase 2.4 - Rimuovere Visitatori Casuali

% di spettatori non-locali che sono visitatori casuali

Numero di visitatori specifici dell'evento

Fase 2.5 - Considerare i Tipi di Spettatori

Soggiornanti Commerciali

Soggiornanti non Commerciali

Visitatori giornalieri

Esempio	Calcolo
25000 A	
12500 C=A/B	
6250 E = (I - D) / C	
5000 G = (I - F) / E	
750 (15%) H	
500 (10%) I	
3,750 (75%) J	

Misurare la Spesa degli Spettatori (Fasi 2.6 to 2.8)

Fase 2.6 - Calcolare Spesa Spettatori per strutture ricettive

Numero di Soggiornanti Commerciali (esempio 2.5)

Numero medio di notti spese del Paese/economia ospitante

Numero di pernottamenti commerciali

Costo medio per pernottamento (per persona)

Ricavi per settore ricettivo

Fase 2.7 - Calcolare altre spese relative ai visitatori dell'evento

Numero totale di visitatori specifici dell'evento (esempio 2.5)

Numero medio di giorni frequentati (esempio 2.2)

Visite giornaliere generate

Spesa media per prodotti/servizi non ricettivi

Spesa non ricettiva visitatori

Fase 2.8 - Dedurre perdite dirette

Spesa visitatori con commercianti non locali

Spesa spettatori

750 H

2 K

1,5 L = H x K

50,00 € M

75.000,00 € N =LxM

5000 G

2 B

10000 O= G x B

30,00 € P

300.000,00 € Q= O x P

75.000,00 € R

300.000,00 € S=N+Q-R

Calcolare Impatto Economico Diretto (Fase 5)

Spesa Spettatori (Fase 2)

300.000,00 € S

Spesa Partecipanti (Fase 3)

200.000,00 € T

SPESA VISITATORI IDONEA

U=S+T

500.000,00 €

100.000,00 € V

W=U+V

Spesa Organizzatore (Step 4)

IMPATTO ECONOMICO DIRETTO

600.000,00 €

Credits

Sport Event Impact: impatto economico diretto

Sport Business Lab consultancy è responsabile di tutti i diritti. Sono proibite le divulgazioni e gli utilizzi per fini di lucro senza una richiesta di autorizzazione sottoscritta dal rappresentante legale.

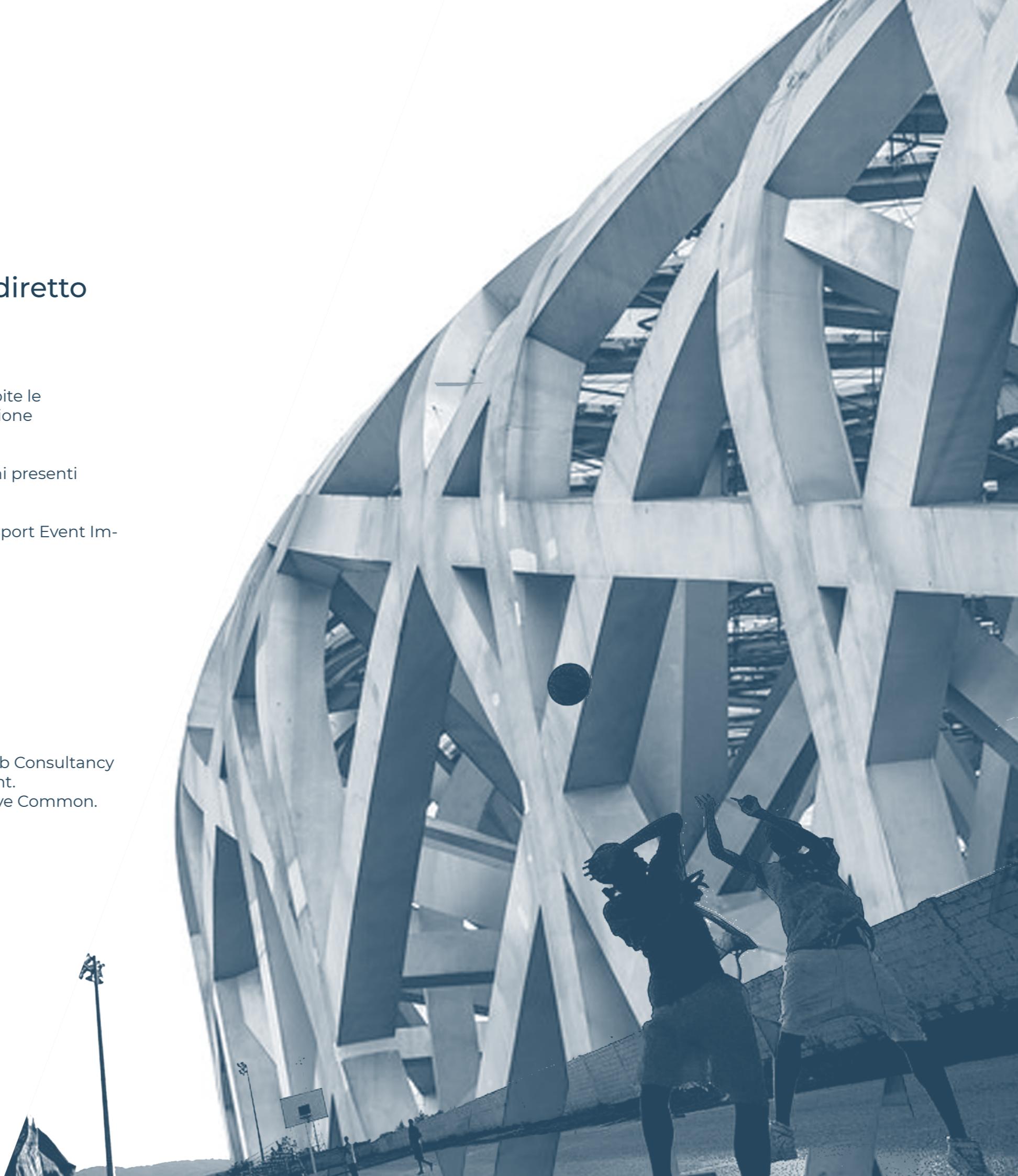
Sono proibite la riproduzione, il metodo e il trattamento dell'informazioni presenti all'interno del report.

Si autorizza la riproduzione di estratti parziali, con citazione della fonte "Sport Event Impact: impatto economico diretto – Sport Business Lab Consultancy 2021".



Le rappresentazioni grafiche sono state realizzate da Sport Business Lab Consultancy
e le immagini utilizzate sono esenti dal vincolo del copyright.

La licenza di utilizzo delle immagini rispetta i criteri stabiliti da Creative Common.





UNIONE EUROPEA

Fondo sociale europeo



LAZIO EUROPA
LAZIOEUROPA.IT



SBL
CONSULTANCY

Sedi

🏡 Via Camerata Picena, 361

📍 00138 Roma RM

📞 +39 06 92 93 5071

🏡 Universitat de Barcelona

📍 08028 Barcelona

📞 +39 06 92 93 5071

Contatti 📩

- valerio.dellasala@sblconsultancy.it
- amministrazione@sblconsultancy.it
- marketing@sblconsultancy.it
- partnership@sblconsultancy.it