

TOUR de France™
**GRAND DÉPART
FLORENCE
ÉMILIE-ROMAGNE
2024**

EFFETTO TOUR

L'IMPATTO ECONOMICO DE "LE GRAND DÉPART"
DEL TOUR DE FRANCE 2024 IN EMILIA-ROMAGNA

26 settembre 2024

Rimini, Grand Hotel, Centro Congressi

Realizzazione a cura di:

LA STRATEGIA DELLA REGIONE

PER LA PRIMA VOLTA NELLA SUA ULTRACENTENARIA STORIA, IL **TOUR DE FRANCE** È PARTITO DALL'ITALIA. IL **TERZO EVENTO PIÙ SEGUITO AL MONDO**, HA VISTO L'**ORGANIZZAZIONE DI 3 TAPPE** IN ITALIA E TUTTE E TRE HANNO COINVOLTO LA **REGIONE EMILIA-ROMAGNA**.



LA PORTATA STORICA DI QUESTO EVENTO HA CONVINTO LA REGIONE A REALIZZARE UNA **RICERCA** CHE ANALIZZASSE L'**INDOTTO** CHE TALE EVENTO HA SAPUTO GENERARE SUL SUO **TERRITORIO**.



LE TAPPE IN ITALIA



TAPPA 1

 SABATO, 29 GIUGNO

 FIRENZE > RIMINI



TAPPA 2

 DOMENICA, 30 GIUGNO

 CESENATICO > BOLOGNA



TAPPA 3

 LUNEDÌ, 1 LUGLIO

 PIACENZA > TORINO



IL PASSAGGIO IN EMILIA-ROMAGNA



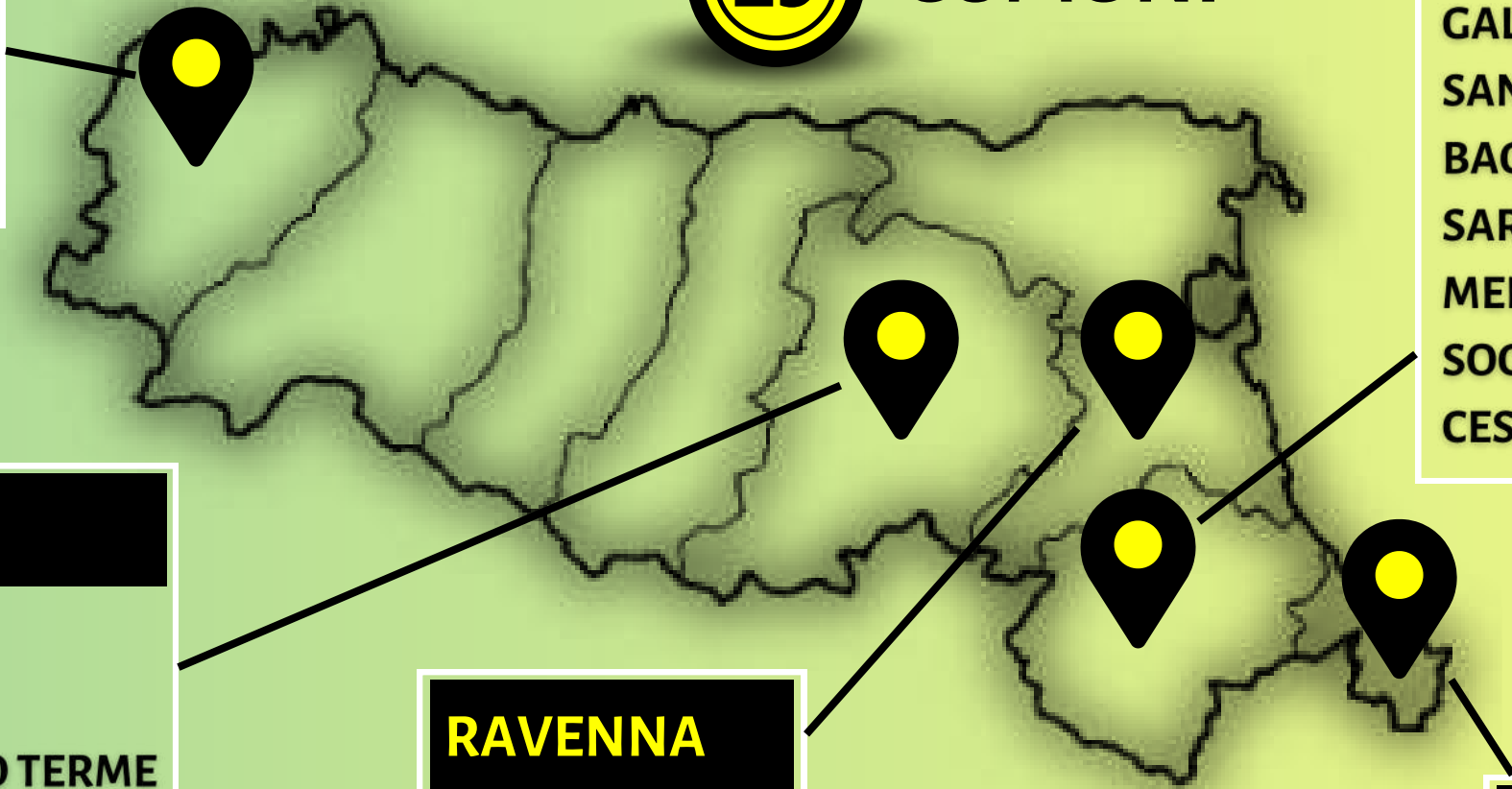
IL PASSAGGIO IN EMILIA-ROMAGNA



PIACENZA
PIACENZA
ROTOFRENO
SARMATO
CASTEL S. GIOVANNI

BOLOGNA
IMOLA
DOZZA
CASTEL S.PIETRO TERME
OZZANO DELL'EMILIA
S.LAZZARO DI SAVENA
PIANORO
BOLOGNA

5 PROVINCE
29 COMUNI



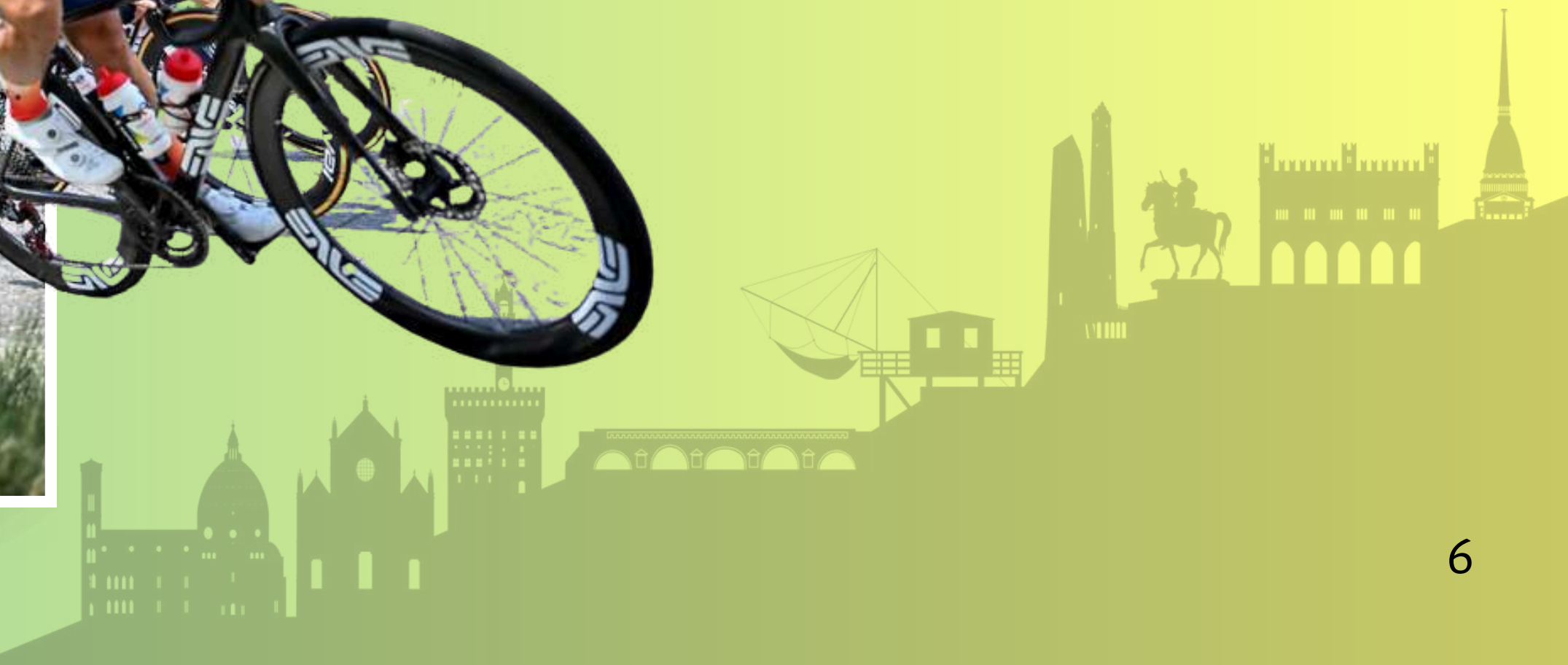
FORLÌ-CESENA
PREMILCUORE
GALEATA
SANTA SOFIA
BAGNO DI ROMAGNA
SARSINA
MERCATO SARACENO
SOGLIANO AL RUBICONE
CESENATICO

RAVENNA
CERVIA
RAVENNA
RUSSI
FAENZA
BRISIGHELLA
RIOLO TERME

RIMINI
NOVAFELTRIA
TALAMELLO
SAN LEO
RIMINI



LA RICERCA



LA REGIONE EMILIA-ROMAGNA E IL TOUR DE FRANCE

INTRODUZIONE



LA STRATEGIA DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA, INFATTI, MIRA AD ATTIRARE EVENTI SPORTIVI DI OGNI DIMENSIONE, DAI PIÙ PICCOLI AI GRANDI, CON L'OBIETTIVO DI **UNIRE IL MONDO DELLO SPORT E PORTARE BENEFICI AL TERRITORIO.**

IL RECENTE **TOUR DE FRANCE** È L'ESEMPIO PIÙ EMBLEMATICO DI QUESTA VISIONE: UN **EVENTO DI PORTATA INTERNAZIONALE** CHE NON SOLO ACCENDE I RIFLETTORI SULLA REGIONE, MA È CAPACE DI **TRAINARE L'INTERO MOVIMENTO SPORTIVO**, GENERANDO UN **IMPATTO DURATURO SU ECONOMIA, TURISMO E PASSIONE SPORTIVA.**



TUTTI I DATI E LE EVIDENZE EMERSI DALLA PRESENTE **RICERCA** SI RIFERISCONO ESCLUSIVAMENTE ALL'**ANALISI DELL'IMPATTO DEL TOUR DE FRANCE SULLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA**, CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLE **RICADUTE ECONOMICHE, TURISTICHE E SOCIALI** GENERATE.

NOTA METODOLOGICA

NELLA REALIZZAZIONE DI QUESTO STUDIO SONO STATE IMPIEGATE **INFORMAZIONI PROVENIENTI DA DIVERSE FONTI**. LA SINERGIA TRA VARI STRUMENTI DI ANALISI HA CONSENTITO DI OTTENERE UN **INSIEME DI DATI AMPIO E DETTAGLIATO**.

SI È SCELTO DI ADOTTARE UN **APPROCCIO PRUDENZIALE**, PONENDO PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA **COERENZA** E ALL'**AFFIDABILITÀ** DEL DATO, AL FINE DI RIDURRE AL MINIMO MARGINI DI ERRORE E GARANTIRE LA MASSIMA **ACCURATEZZA** NELLE CONCLUSIONI.



TIM PEOPLE ANALYTICS FLASH
Report celle telefoniche



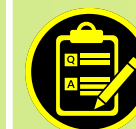
DATI ISTAT
Indagine statistica



AUDIENCE, TV & SOCIAL
Report ufficiali Tour de France



RILEVAZIONI TURISMO E-R
Report delle presenze alberghiere



SURVEY CARTACEE SUL POSTO
Somministrazione al pubblico presente



SURVEY MODALITÀ CAWI
Contatto con tutti i Comuni attraversati



INDAGINI MODALITÀ CATI
Interviste a Bike Hotel e Tour Operator

IL PASSAGGIO IN EMILIA-ROMAGNA

GLI IMPATTI PRESI IN ESAME



IMPATTO IMMEDIATO

Impatto diretto generato da atleti, pubblico e staff dal 29 giugno al 1 luglio 2024

Turisti che decidono di visitare l'Emilia-Romagna dopo aver seguito il Tour de France **dal vivo, in tv e sui social**

IMPATTO DIFFERITO

Turisti che decidono di visitare l'Emilia-Romagna dopo aver partecipato ad **eventi e attività promozionali**

IMPATTO DIFFERITO

LE PERSONE COINVOLTE IN EMILIA-ROMAGNA

ATLETI E ORGANIZZAZIONE

PROFESSIONISTI E ATLETI COMPONGONO LA MACCHINA ORGANIZZATIVA CHE MUOVE IL TOUR DE FRANCE. UN DATO CHE NON PUÒ ESSERE TRASCURATO QUANDO SI CALCOLA L'INDOTTO GENERATO DA QUESTO EVENTO.



176

CICLISTI



840

STAFF A SUPPORTO DEGLI ATLETI



OLTRE
4 MILA
PERSONE



1.991

STAFF A.S.O.

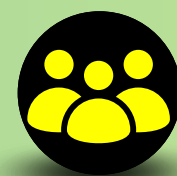


OLTRE 1.000

MEDIA, POLIZIA, SICUREZZA, ...



LE PERSONE
COINVOLTE IN
EMILIA-ROMAGNA
GLI SPETTATORI



1.403.589
PUBBLICO PRESENTE

- All'arrivo della prima tappa a **Rimini**
- Alla partenza della seconda tappa a **Cesenatico**
- All'arrivo della seconda tappa a **Bologna**
- Alla partenza della terza tappa a **Piacenza**
- Lungo tutto il **percorso** in Emilia-Romagna



94,9%



5,1%

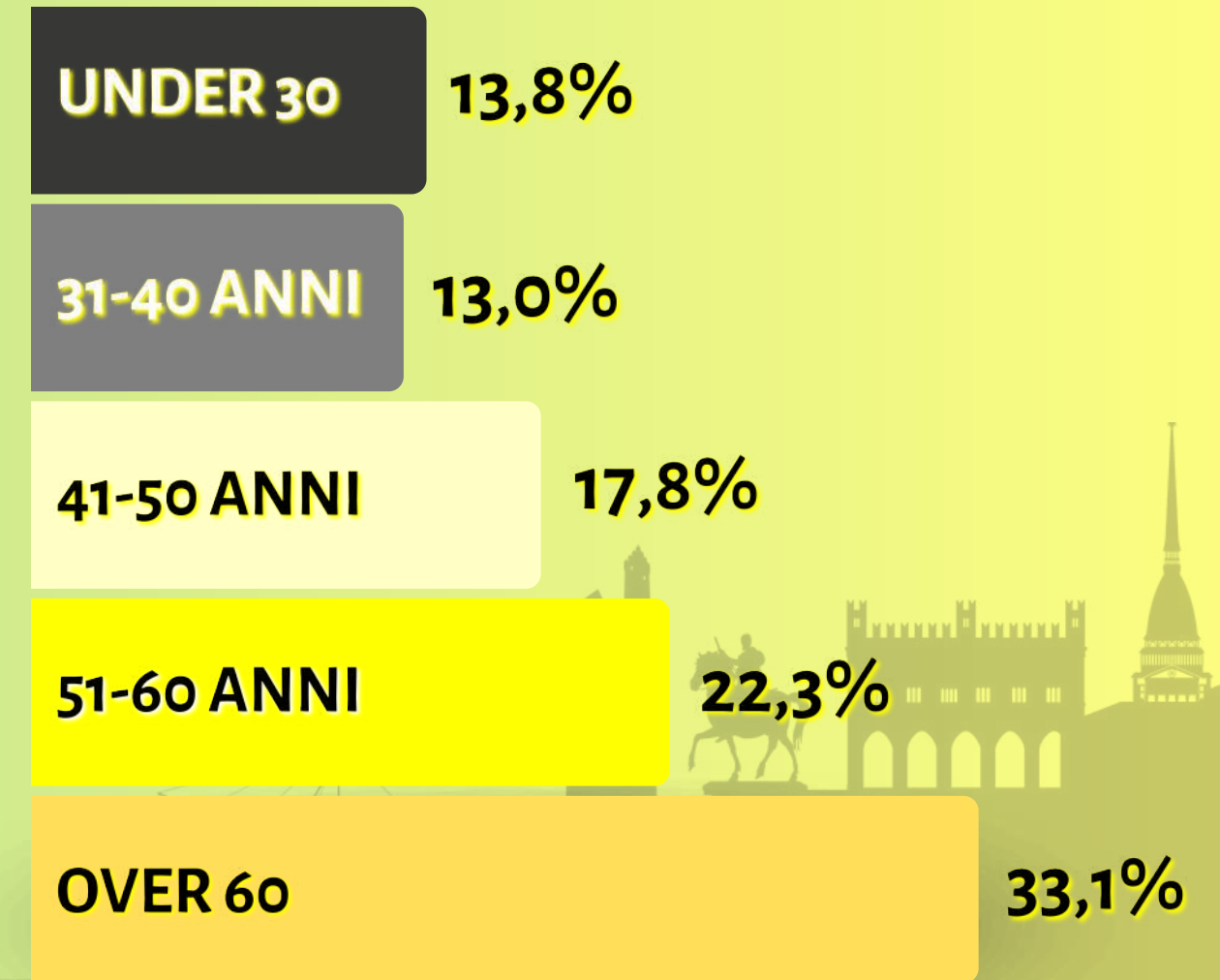
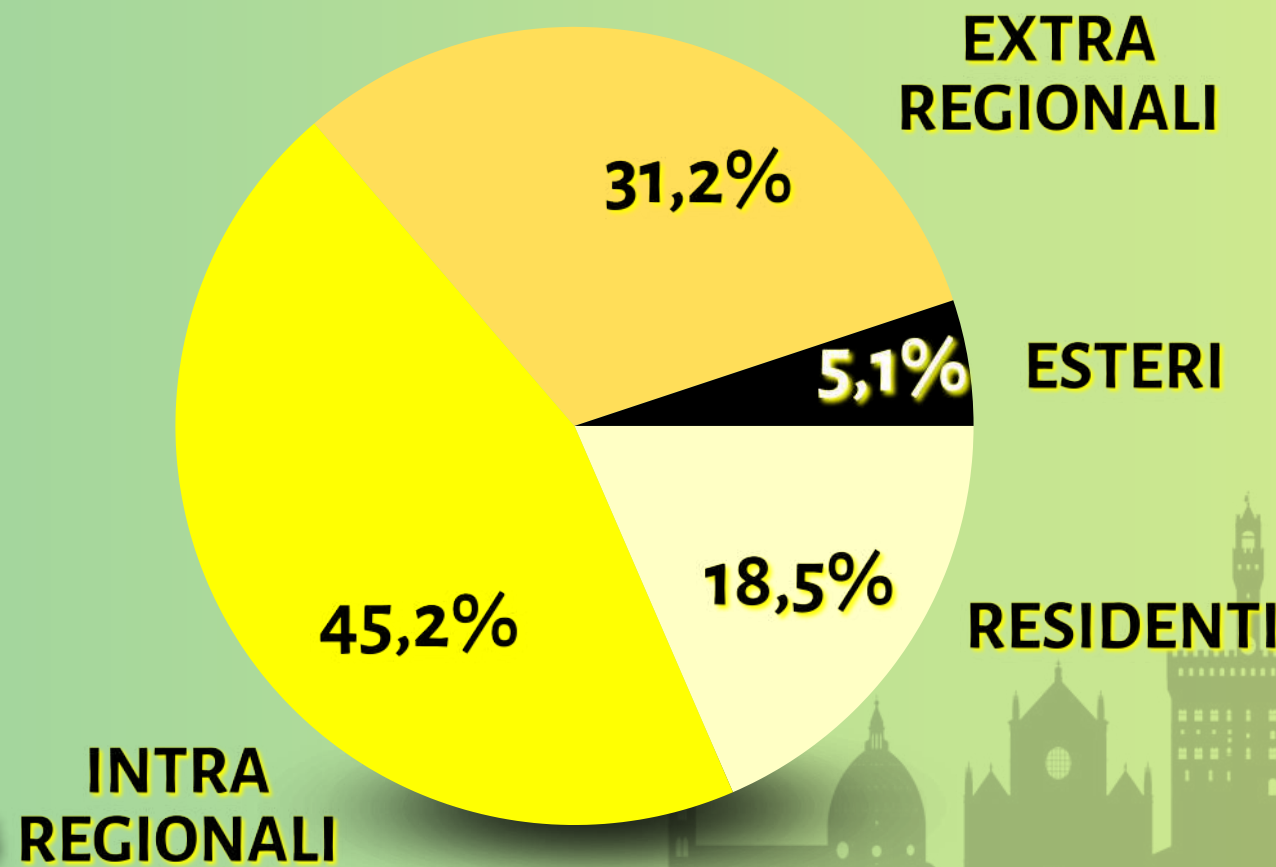
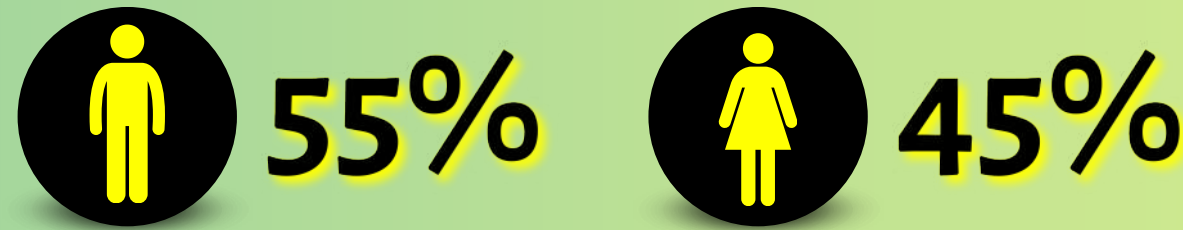


LE PERSONE COINVOLTE IN EMILIA-ROMAGNA

GLI SPETTATORI



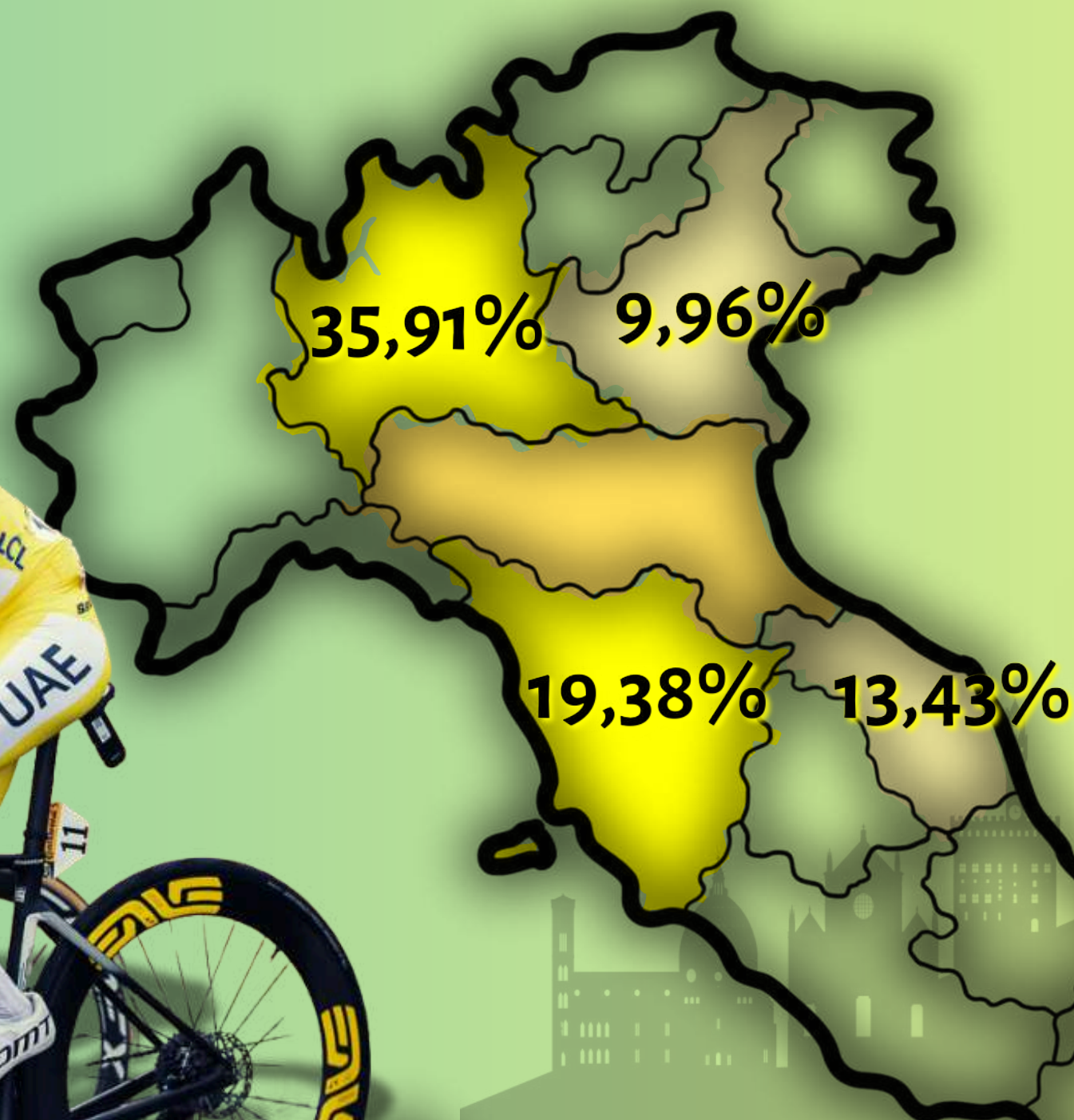
IL PUBBLICO CHE HA PARTECIPATO SI È RIVELATO ESTREMAMENTE **ETEROGENEO**. L'EVENTO HA SUSCITATO UN FORTE RICHIAMO, IN PARTICOLARE TRA GLI ITALIANI, CHE, IN VIRTÙ DELLA STORICITÀ DEL MOMENTO, HANNO AFFOLLATO I **PUNTI DI PASSAGGIO DEL TOUR DE FRANCE**.



LE PERSONE COINVOLTE IN EMILIA-ROMAGNA

PROVENIENZA DEGLI SPETTATORI EXTRA REGIONALI

GLI SPETTATORI EXTRA REGIONALI PROVENGONO PRINCIPALMENTE DAI TERRITORI ADIACENTI ALL'EMILIA-ROMAGNA, IN PARTICOLARE DALLA LOMBARDIA.



LE PERSONE COINVOLTE IN EMILIA-ROMAGNA

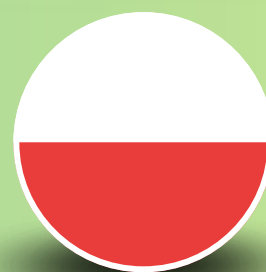
PROVENIENZA DEGLI SPETTATORI ESTERI



LA PROVENIENZA DEGLI **SPETTATORI STRANIERI** È MOLTO PIÙ ETEROGENEA E DIVERSIFICATA. OLTRE AI **PRINCIPALI PAESI DI PROVENIENZA**. SI SEGNALE CHE QUASI UN **1%** DELLE PRESENZE TURISTICHE NEL PERIODO ANALIZZATO **PROVIENE DAL CONTINENTE NORD AMERICANO**, QUINDI USA E CANADA.



12,0%



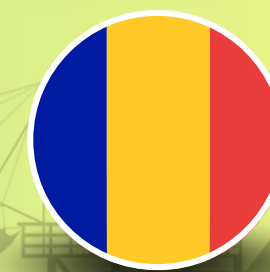
8,6%



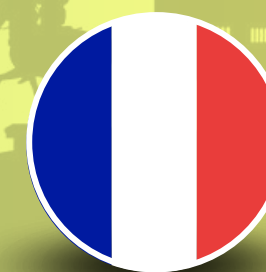
7,3%



7,1%



6,6%



6,2%

LE PERSONE COINVOLTE IN EMILIA-ROMAGNA

L'ATTIVITÀ DEI MEDIA



LE GRAND DÉPART DEL TOUR DE FRANCE HA COINVOLTO CENTINAIA DI BROADCASTER ED EMITTENTI TELEVISIVE, CHE HANNO PERMESSO DI VALORIZZARE L'EVENTO E IL TERRITORIO.



TRASMISSIONE IN 190 PAESI



4.400 ORE DI TRASMISSIONE



**81 MILIONI DI VISUALIZZAZIONI
VIDEO SUI SOCIAL**



14 MILIONI DI INTERAZIONI



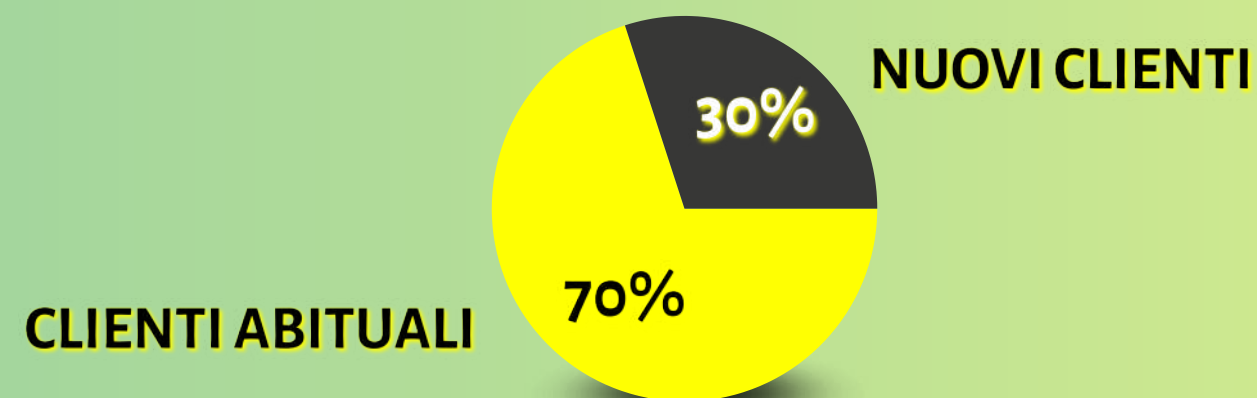
DATI RILEVATI DAL 27 GIUGNO AL 1 LUGLIO 2024,
RIFERITI ALLE SOLE TAPPE ITALIANE

LE PERSONE COINVOLTE IN EMILIA-ROMAGNA

L'OPINIONE DI TOUR OPERATOR E BIKE HOTEL



VISTA L'UNICITÀ DELL'EVENTO E LA PARTICOLARITÀ DEL TARGET COINVOLTO (**CICLOTURISTI**), SI È SCELTO DI APPROFONDIRE L'ANALISI CON **UN'INDAGINE QUALITATIVA** CHE COINVOLGESSE I **PRINCIPALI TOUR OPERATOR** E **BIKE HOTEL EMILIANO-ROMAGNOLI**.



Venuti in Emilia-Romagna appositamente per il Tour de France

Hanno partecipato a più tappe, anche lungo il percorso

Il 60% ha soggiornato esclusivamente in Emilia-Romagna

Identikit del cliente



- Appassionato di turismo lento
- Alto spendente
- Viaggia in bassa stagione
- Soggiorno medio di 10-15 giorni
- Entusiasta del territorio e dei servizi
- Tornerà sicuramente in Regione



IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO



IMPATTO
ECONOMICO
IMMEDIATO

VOCI DI ANALISI



OSPITALITÀ ATLETI E ORGANIZZAZIONE



OSPITALITÀ PUBBLICO



SPESE EXTRA



INVESTIMENTI



ENTRATE FISCALI

IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO

OSPITALITÀ



È STATO DIMOSTRATO QUANTO IL TOUR ABBAIA **IMPATTATO SU TUTTE LE CITTÀ DELL'INTERA REGIONE**, COINVOLGENDO NON SOLO LE STRUTTURE RICETTIVE DELLE PROVINCE INTERESSATE, MA ANCHE LE **AREE NON DIRETTAMENTE COINVOLTE DAL PERCORSO**.

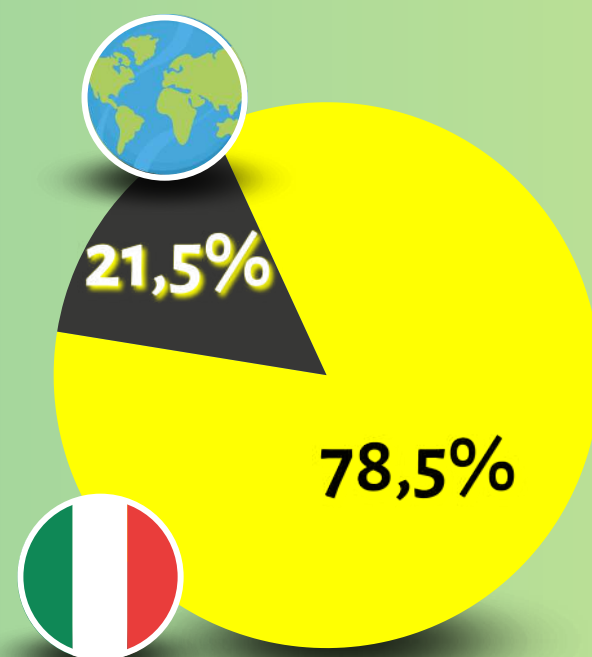
 **226.673** PRESENZE

 **648.186** NOTTI TOTALI

80,4%
Presenze alberghiere

18,9%
Presenze extra alberghiere

0,7%
Alloggi privati



 **Permanenza media** **5,86** notti

 **Permanenza media** **2,69** notti

IMPATTO
ECONOMICO
IMMEDIATO

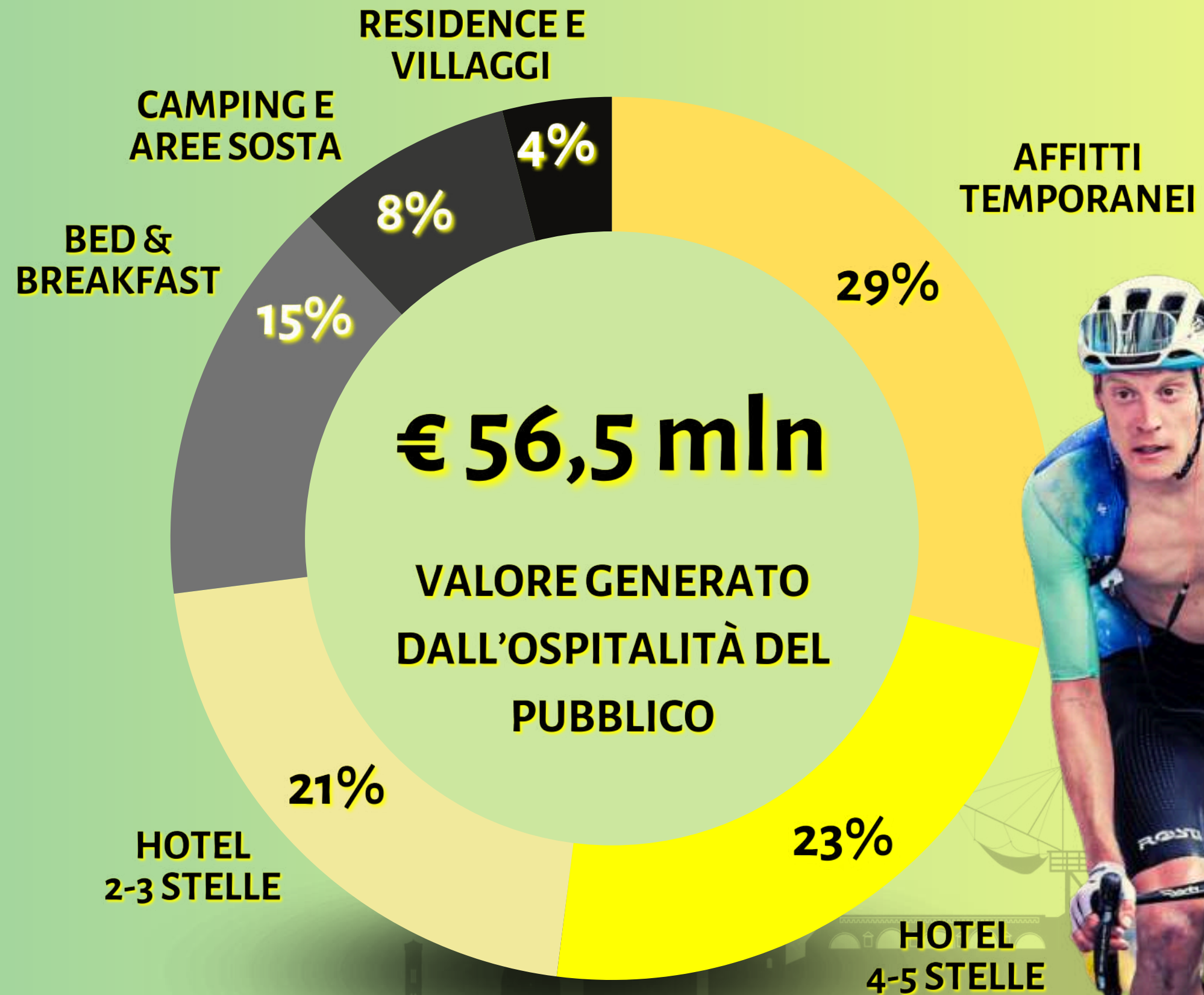
OSPITALITÀ ATLETI
E ORGANIZZAZIONE



SPESA COMPLESSIVA DICHIARATA DA A.S.O.
COMPRESIVA DELL'OSPITALITÀ E SPESE ACCESSORIE



IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO
OSPITALITÀ DEL PUBBLICO

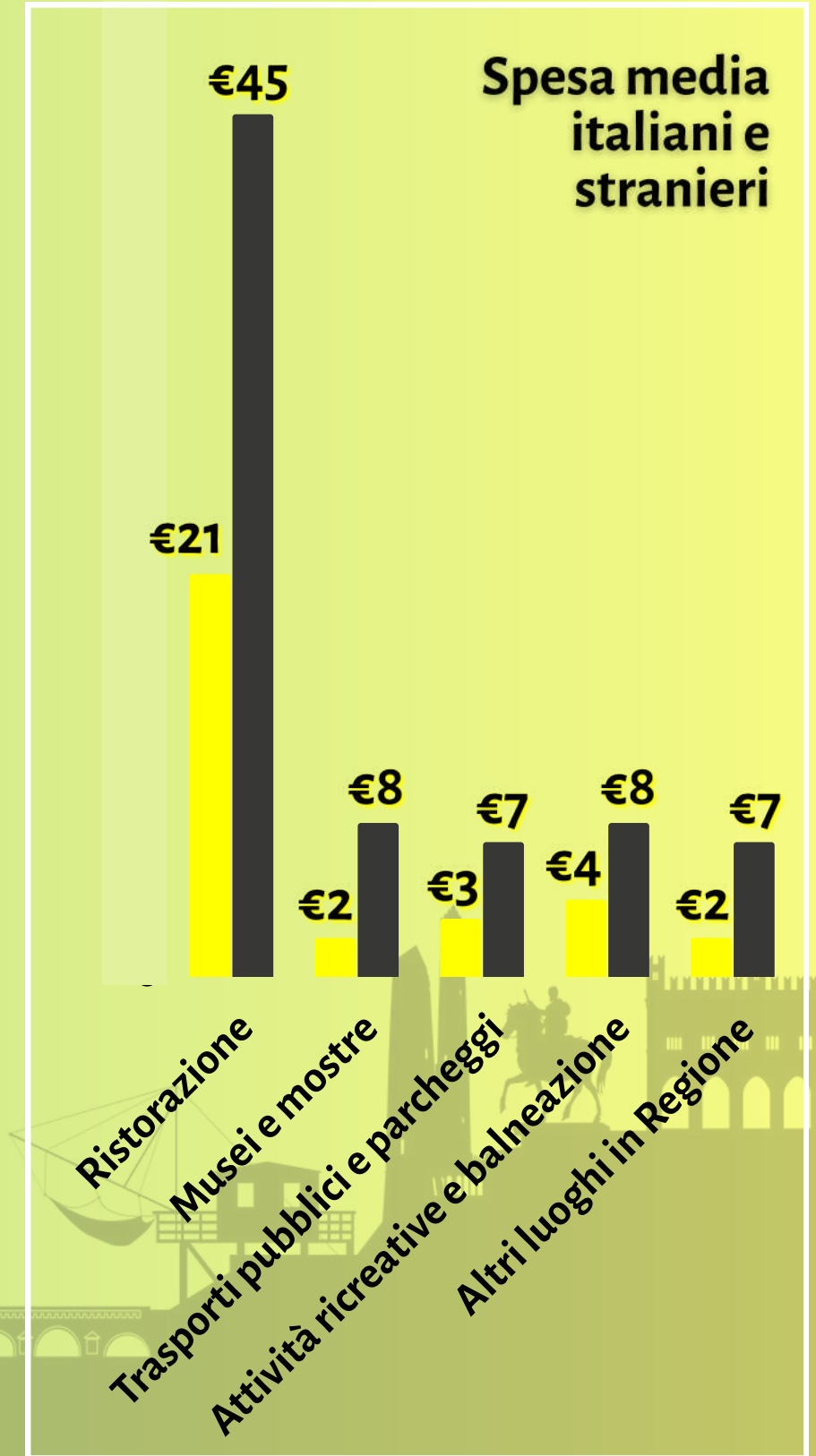


IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO

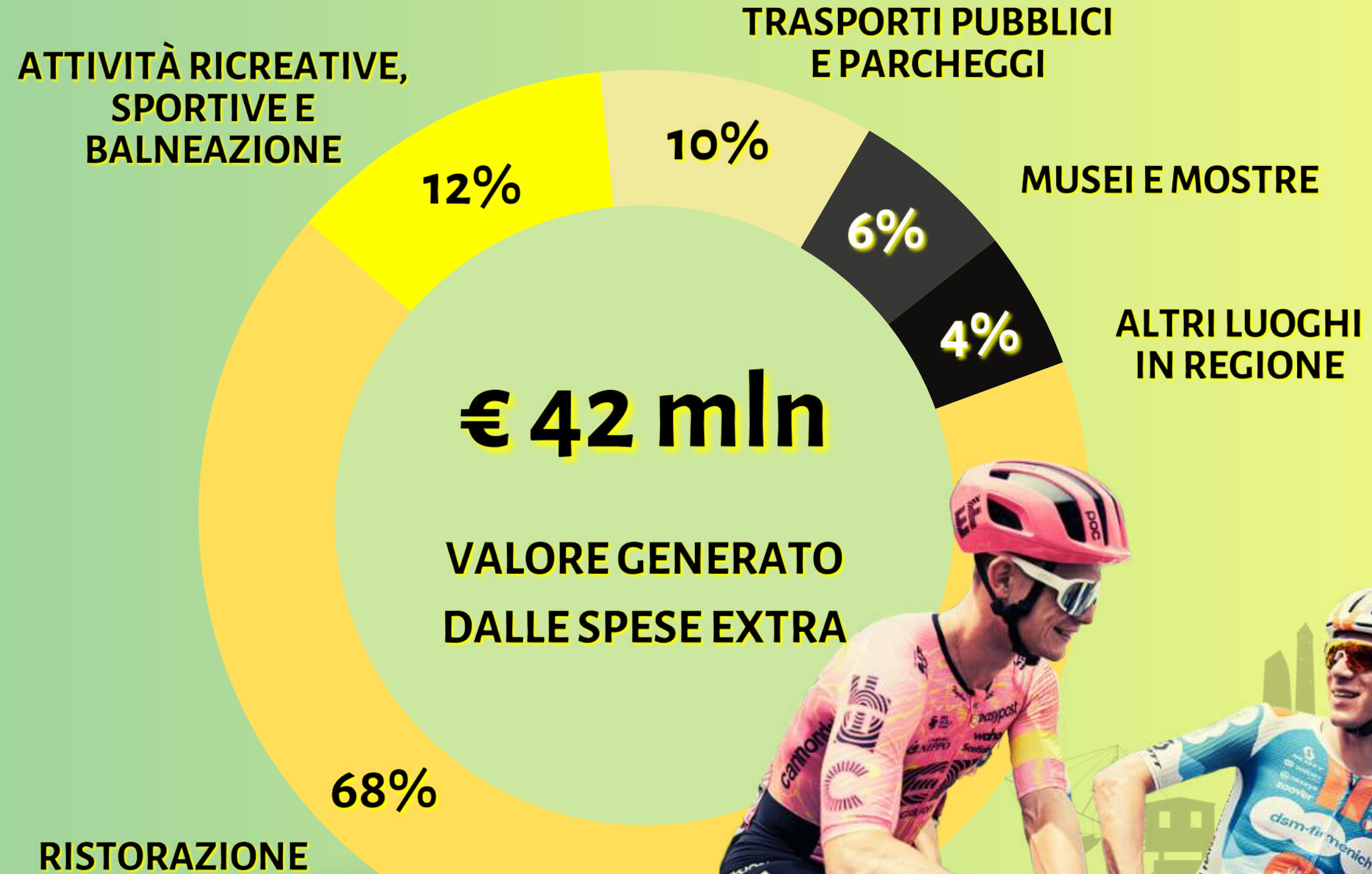
SPESE EXTRA



GRAZIE ALLE RISPOSTE FORNITE NEI QUESTIONARI, È STATO POSSIBILE CALCOLARE LE **SPESE AGGIUNTIVE SOSTENUTE DAGLI SPETTATORI** DEL TOUR DE FRANCE DURANTE IL LORO SOGGIORNO IN REGIONE. QUESTI IMPORTI SONO STATI VALUTATI TENENDO CONTO DELLA **DURATA DEL SOGGIORNO**, DISTINGUENDO TRA CHI HA PERNOTTATO E CHI HA PARTECIPATO ALL'EVENTO SOLO PER UNA GIORNATA, E DELLA **PROVENIENZA DEI VISITATORI**, DIFFERENZIANDO TRA ITALIANI E STRANIERI.



IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO
SPESE EXTRA



IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO

INVESTIMENTI

PER DETERMINARE L'INCIDENZA ECONOMICA DEGLI **INVESTIMENTI EFFETTUATI**, SONO STATE ANALIZZATE LE SPESE SOSTENUTE DALLE **AMMINISTRAZIONI LOCALI** ATTRAVERSATE DAL TOUR PER:



ADEGUAMENTO STRUTTURALE

LAVORI REALIZZATI SULLE **INFRASTRUTTURE LOCALI** COME LA RIQUALIFICAZIONE DELLE STRADE E IL MIGLIORAMENTO DELLA SEGNALETICA STRADALE, CHE LASCIANO UN'EREDITÀ DIRETTA SUL TERRITORIO.



MATERIALE DI VISIBILITÀ

COSTI SOSTENUTI PER LA REALIZZAZIONE DI **STRUMENTI DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE** UTILIZZATI SUL TERRITORIO PER VALORIZZARE IL PASSAGGIO DEL TOUR.



EVENTI E ATTIVITÀ PROMOZIONALI

SPESE SOSTENUTE PER **INIZIATIVE COLLATERALI**, CHE ANTICIPASSERO E ACCOMPAGNASSERO IL PUBBLICO VERSO L'EVENTO PRINCIPALE.



IMPATTO
ECONOMICO
IMMEDIATO

INVESTIMENTI

ADEGUAMENTO
STRUTTURALE

77%

MATERIALE DI
VISIBILITÀ

13%

EVENTI E ATTIVITÀ
PROMOZIONALI

10%

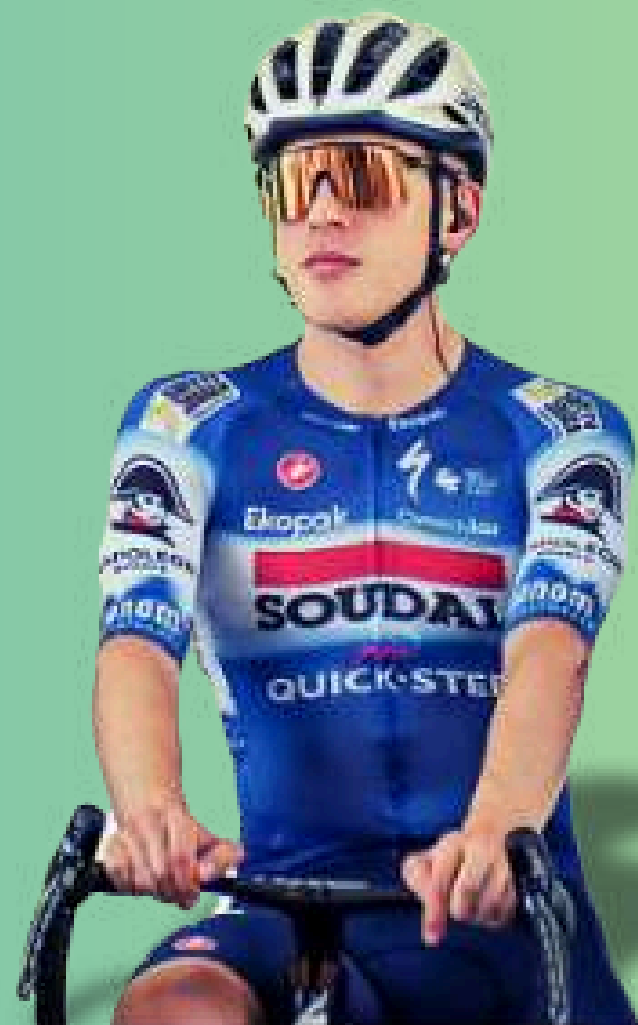
€1,5 mln

VALORE GENERATO
DAGLI INVESTIMENTI



IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO

ENTRATE FISCALI PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



PER EVIDENZIARE LA PARTE DI INDOTTO ECONOMICO IL CUI DESTINATARIO ULTIMO È LA **PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**, SONO STATE CALCOLATE LE **IMPOSTE**:



IMPOSTA SUL VALORE AGGIUNTO (IVA)

TUTTI GLI IMPORTI SONO STATI CALCOLATI AL **NETTO DELL'IVA**, SPECIFICA PER OGNI VOCE DI COSTO, PREVISTA DALLA NORMATIVA VIGENTE, ISOLATA E AGGREGATA PER VALUTARE IL **CONTRIBUTO FISCALE DIRETTO GENERATO DALLE SPESE CONNESSE ALL'EVENTO**.



IMPOSTA DI SOGGIORNO

È STATA POI AGGIUNTA LA **TASSA COMUNALE DI SOGGIORNO**, APPLICATA A CHI ALLOGGIA IN **STRUTTURE RICETTIVE**, IL CUI IMPORTO VARIA A SECONDA DELLA **CITTÀ** E DELLA **TIPOLOGIA DI STRUTTURA**, OLTRE OVVIAMENTE ALL'ENTITÀ DEL **PERNOTTAMENTO**.

TALI CONSIDERAZIONI HANNO PERMESSO DI MISURARE IL **PESO DEL GETTITO FISCALE PRODOTTO DALL'EVENTO**.



IMPATTO ECONOMICO IMMEDIATO

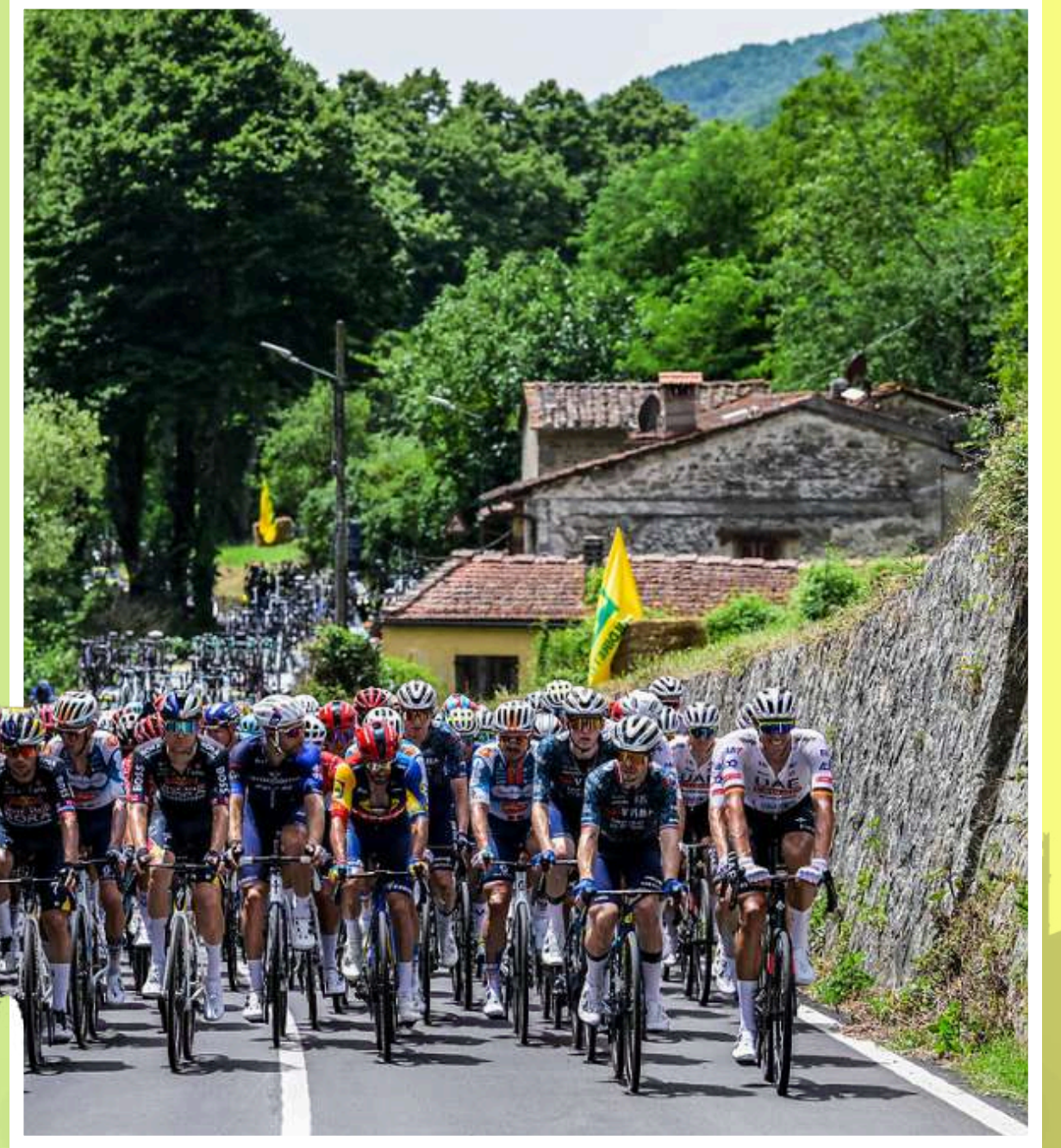
ENTRATE FISCALI PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



VALORE GENERATO DALLE ENTRATE FISCALI



VOCI DI SPESA	SPESA
OSPITALITÀ ATLETI E ORGANIZZAZIONE	€ 4,3 MLN
OSPITALITÀ SPETTATORI	€ 56,5 MLN
SPESE EXTRA	€ 42 MLN
INVESTIMENTI	€ 1,5 MLN
ENTRATE FISCALI	€ 20 MLN
TOTALE IMPATTO IMMEDIATO	€ 124,3 MLN



INVESTIMENTO DELLA REGIONE € 5,1 MLN

HANNO CONTRIBUITO ALL'INVESTIMENTO LA CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA, IL COMUNE DI CESENATICO, IL COMUNE DI RIMINI E IL COMUNE DI PIACENZA,
COME PREVISTO DALLA **DELIBERA DELLA GIUNTA REGIONALE DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA N. 1190 DEL 2023**

IMPATTO IMMEDIATO € 124,3 MLN



MOLTIPLICATORE

24,3



IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO ENTRO 12-18 MESI

IMPATTO
ECONOMICO
DIFFERITO

VOCI DI ANALISI



ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA
VISIBILITÀ TV



ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA
VISIBILITÀ SOCIAL



ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA
EVENTO



ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA
EVENTI COLLATERALI

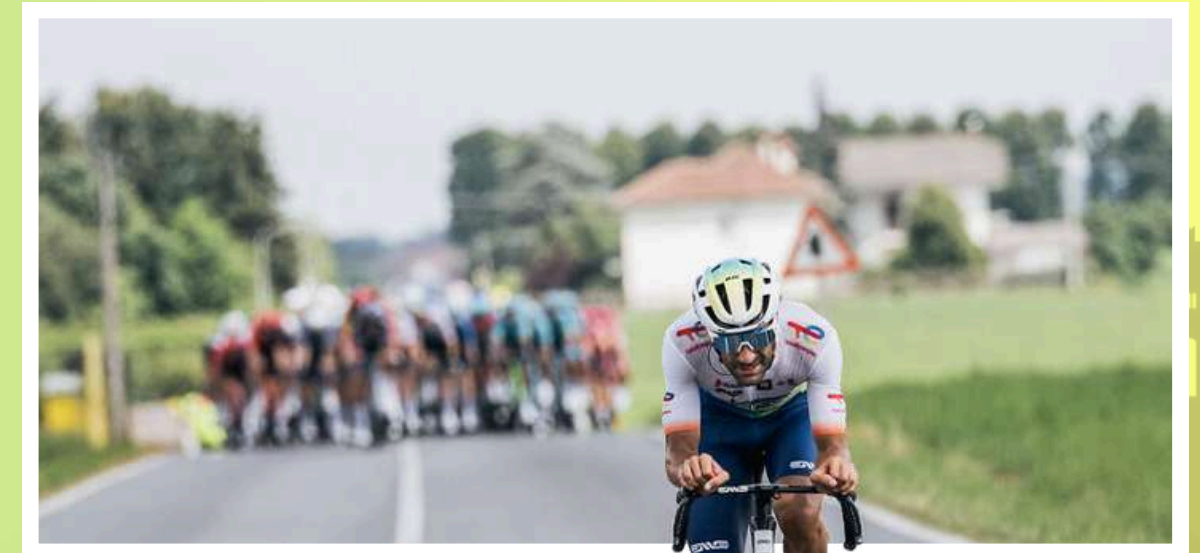
IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

UN EVENTO COME "LE GRAND DÉPART" DEL TOUR DE FRANCE HA, SUL TERRITORIO CHE LO OSPITA, UN **EFFETTO PROLUNGATO**, GRAZIE ALL'ENORME **ESPOSIZIONE MEDIATICA** CHE RILANCIA E VALORIZZA, MOLTO OLTRE LA MANIFESTAZIONE STESSA, L'IMMAGINE E IL BRAND TERRITORIALE. PER MISURARE QUESTO **IMPATTO DI LUNGO PERIODO** È STATA ANALIZZATA LA CAPACITÀ DI TRASFORMARE LA VISIBILITÀ OTTENUTA (DAL VIVO E SUI MEDIA) IN **RITORNO TURISTICO**, NEI MESI SUCCESSIVI AL TOUR (12-18).

È STATA VALORIZZATA LA **SPESA** CHE I TURISTI SOSTERRANNO SIA PER L'ALLOGGIO CHE PER ALTRE SPESE, SULLA BASE DELLE INFORMAZIONI RACCOLTE TRAMITE GLI STRUMENTI UTILIZZATI.

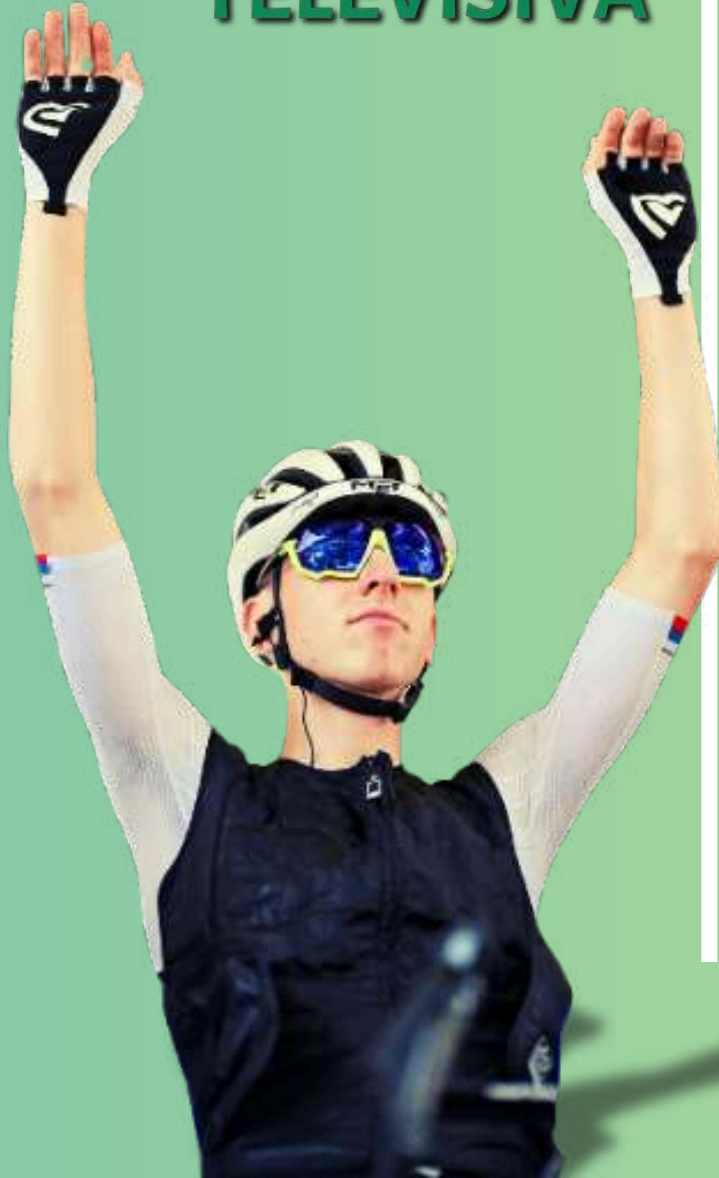


80 €	Costo medio pernottamento	80 €
21 €	Costo medio ristorazione	45 €
3 €	Media altre spese	8 €
2 gg	Durata media soggiorno	5 gg



IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

AUDIENCE TELEVISIVA



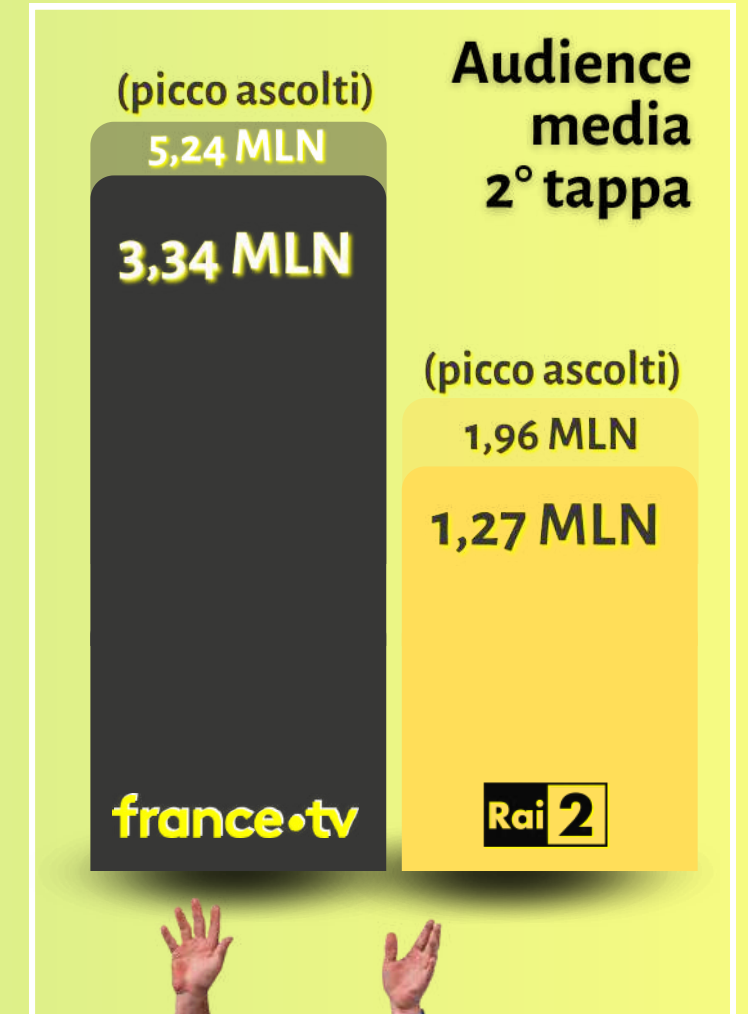
PARTENDO DAL DATO COMPLESSIVO SULL'AUDIENZA EUROPEA E APPLICANDO STATISTICHE COERENTI ALLA LETTERATURA PRESENTE SUL TEMA E AD ALTRE RICERCHE E FONTI, È STATO DEFINITO IL VALORE GENERATO DAI TURISTI CHE HANNO SCOPERTO L'EMILIA-ROMAGNA ATTRAVERSO LA TRASMISSIONE TELEVISIVA DEL TOUR.



QUASI
150 MILIONI
SPETTATORI IN EUROPA

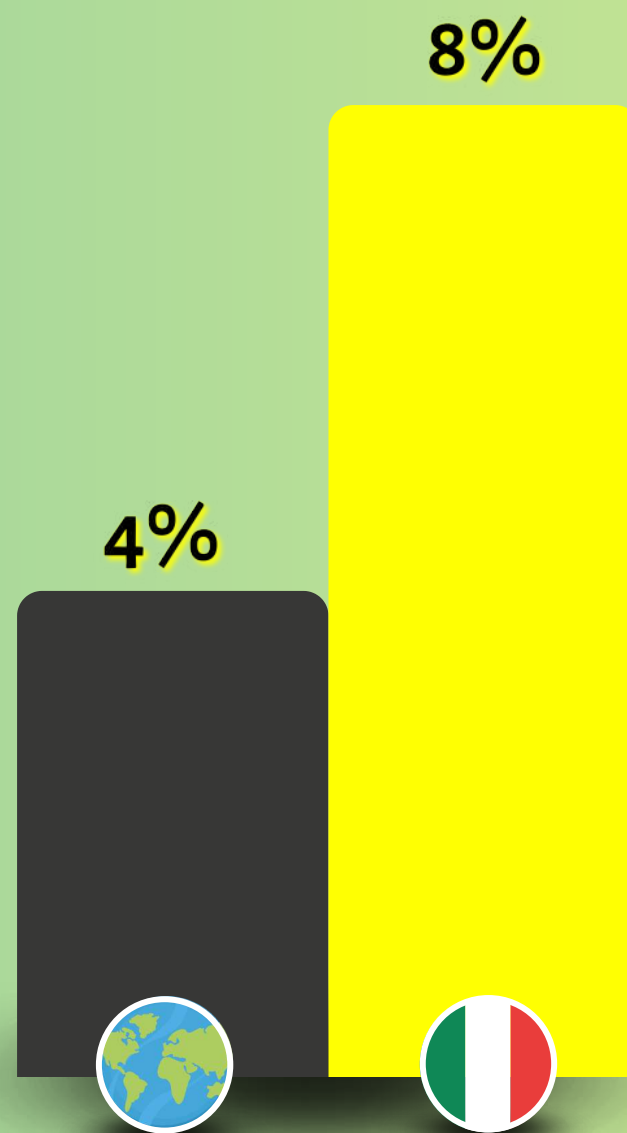


185 MILIONI
ORE VISTE IN DIRETTA TV
PER "LE GRAND DÉPART"

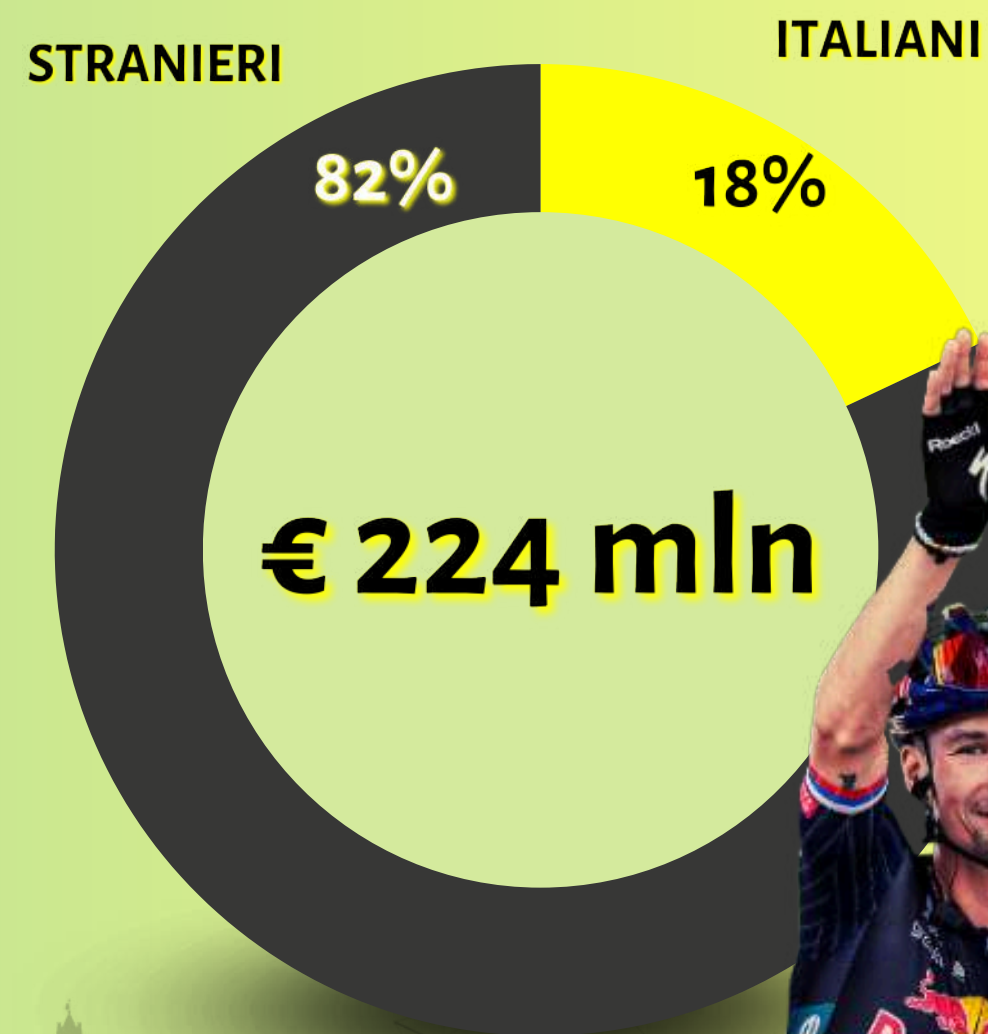


IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

ATTRATTIVITÀ TURISTICA DERIVATA DALLA VISIBILITÀ TV



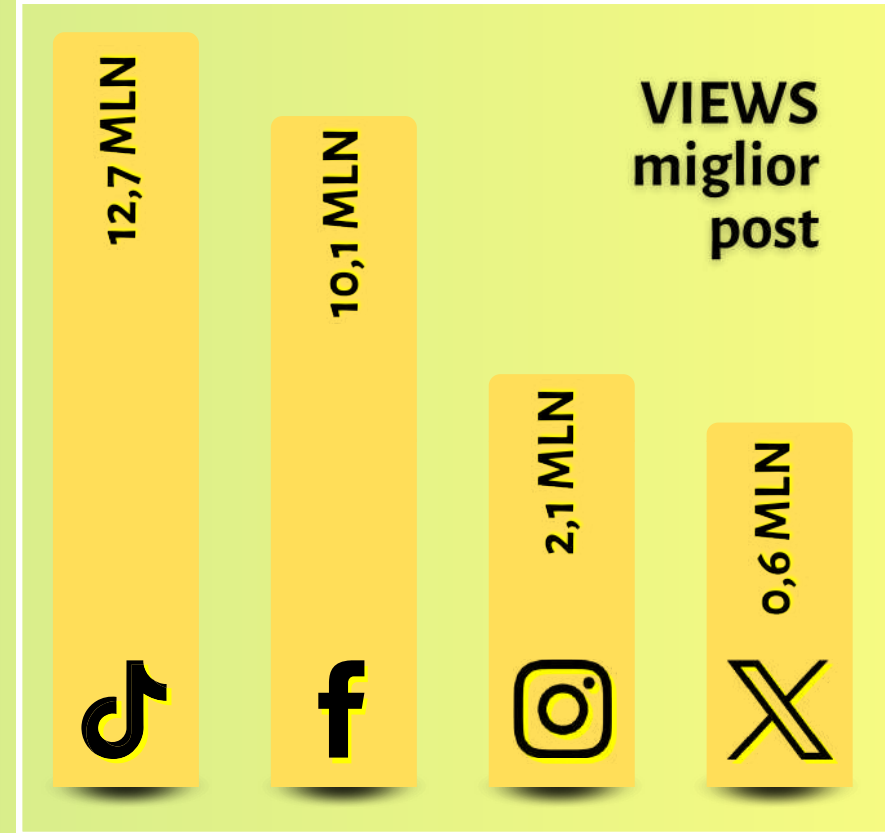
Visiteranno l'Emilia-Romagna



IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

SOCIAL MEDIA

IL DATO RELATIVO ALLA **CONVERSIONE IN TURISTI DEGLI UTENTI DEI SOCIAL MEDIA** È STATO MISURATO IN MODO ESTREMAMENTE **CAUTELATIVO**, PER EVITARE IL DOPPIO CONTEGGIO DEI PROFILI, SIA TRA LE DIVERSE PIATTAFORME SOCIAL, SIA RISPETTO AGLI SPETTATORI TELEVISIVI GIÀ CONTEGGIATI PRECEDENTEMENTE.



13,7 MILIONI
FAN SUI SOCIAL NETWORK



1,5 MILIARDI
IMPRESSION



IMPATTO
ECONOMICO
DIFFERITO

ATTRATTIVITÀ
TURISTICA DERIVATA
DALLA VISIBILITÀ
SOCIAL

1,75%

0,75%



Visiteranno
l'Emilia-Romagna

STRANIERI

80%

20%

ITALIANI

€ 31,7 mln



IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

IL PUBBLICO DAL VIVO

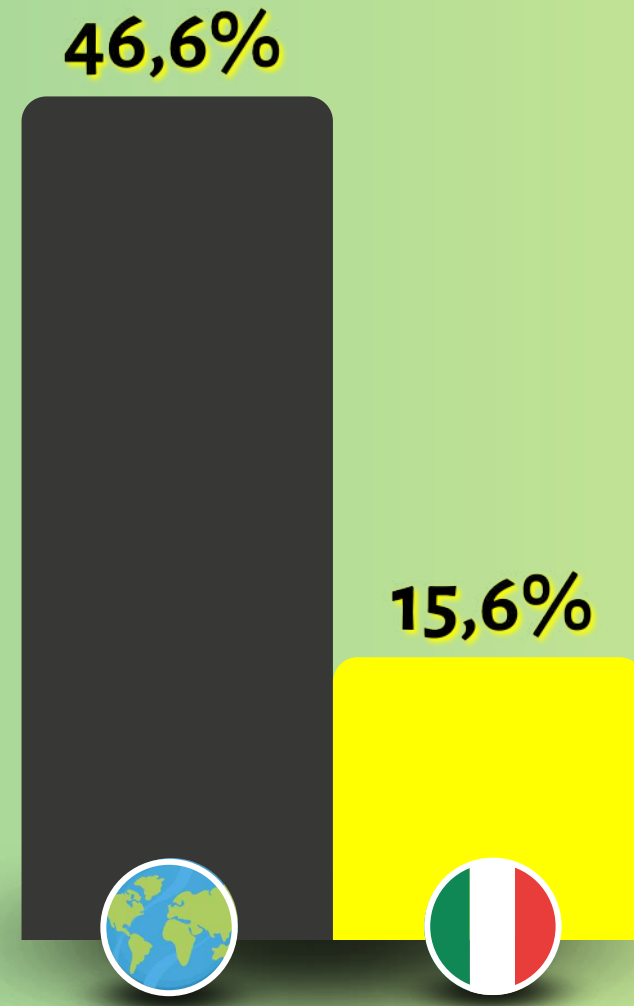
I QUESTIONARI SOMMINISTRATI DURANTE LE FASI DI **ARRIVO E PARTENZA DELLE TAPPE** IN EMILIA-ROMAGNA HANNO RESTITUITO UNA **FORTE PROPENSIONE DEL PUBBLICO A TORNARE IN REGIONE** NEI MESI SUCCESSIVI ALL'EVENTO. CHI MANIFESTA QUESTA VOLONTÀ DICHIARA CHE LO FAREBBE SIA PER PRATICARE COME **CICLOTURISTA**, E RIPERCORRERE I LUOGHI ATTRAVERSATI DAL TOUR, SIA PER DEDICARSI AD **ALTRE ESPERIENZE TURISTICHE**.

LE PERCENTUALI OTTENUTE SONO STATE CONSIDERATE SEMPRE IN MODO CAUTELATIVO, TENENDO CONTO CHE LA CONVERSIONE DELL'INTERESSE IN VISITE DEV'ESSERE **REALE** E DEVE AVVENIRE ENTRO UN **PERIODO RELATIVAMENTE BREVE** (12-18 MESI).

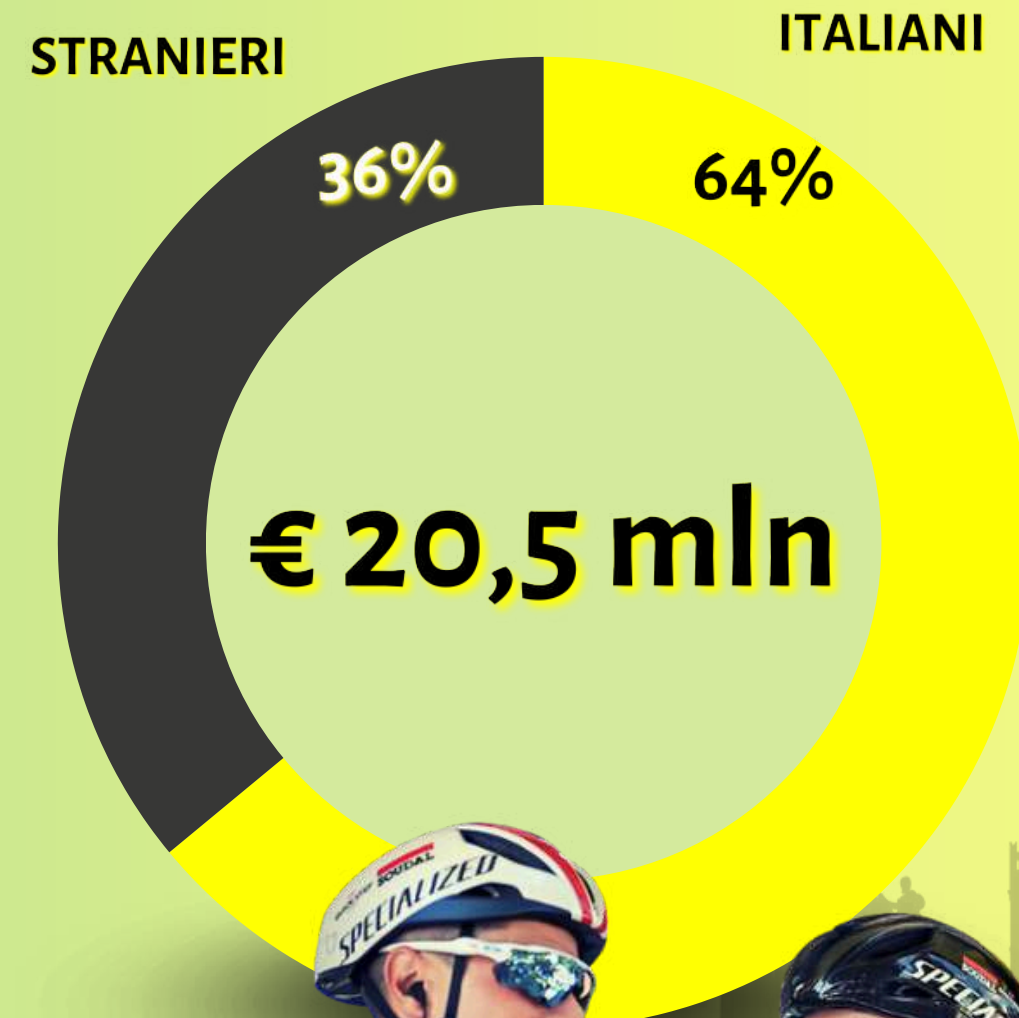


IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

ATTRATTIVITÀ TURISTICA DERIVATA DALLA VISIBILITÀ DELL'EVENTO



Ritourneranno in Emilia-Romagna



IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

GLI EVENTI COLLATERALI DI PROMOZIONE



OLTRE 80 EVENTI

ORGANIZZATI NEI COMUNI ATTRAVERSATI DAL TOUR DE FRANCE



OLTRE IL 90%

ORGANIZZATI DALLE ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO IN SINERGIA CON LE AMMINISTRAZIONI COMUNALI



OLTRE 40 MILA

PERSONE COINVOLTE IN QUESTE ATTIVITÀ DI AVVICINAMENTO AL TOUR



TRENO REGIONALE ROCK TOUR DE FRANCE



PRESENTAZIONE LIBRO "IL GIALLO DEL TOUR"



GRAND DÉPART 2024

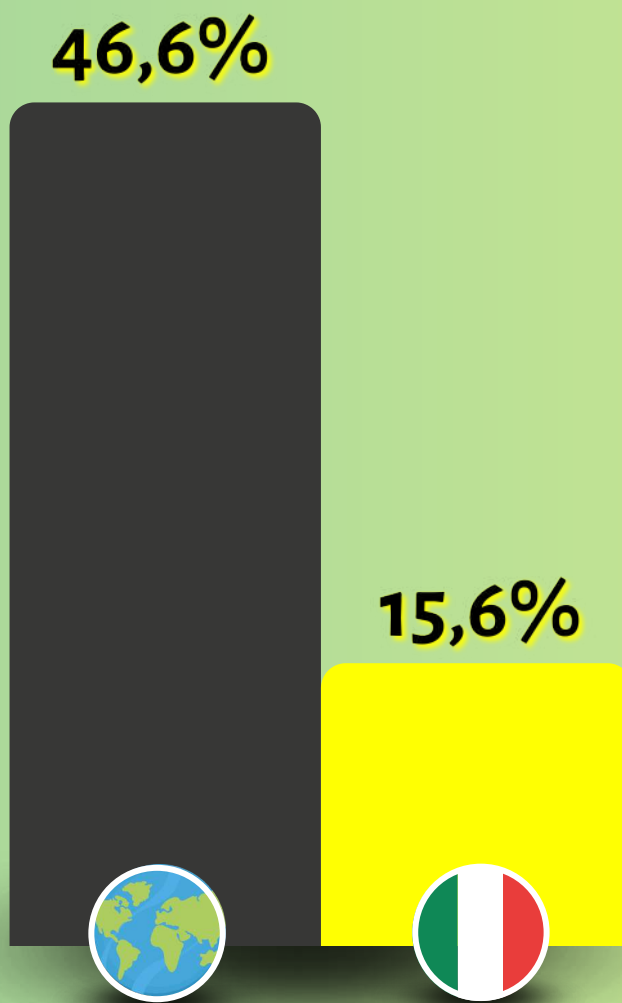
L'ÉTAPE PARMA BY TOUR DE FRANCE



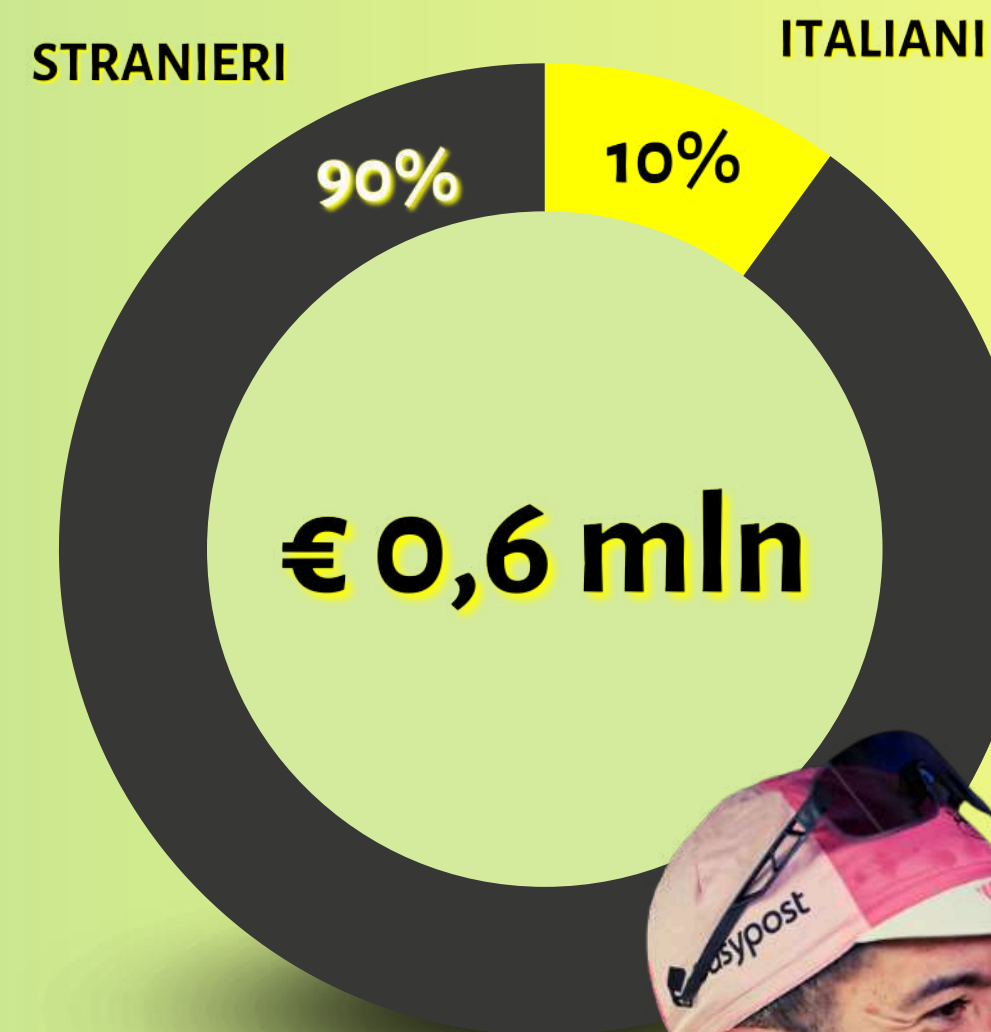
DOCUFILM "LA GRAND DÉPART"

IMPATTO ECONOMICO DIFFERITO

ATTRATTIVITÀ TURISTICA DERIVATA DALLA VISIBILITÀ DEGLI EVENTI COLLATERALI



Ritourneranno in Emilia-Romagna



VOCI DI SPESA

ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA VISIBILITÀ TV

SPESA

€ 224 MLN

ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA VISIBILITÀ SOCIAL

€ 31,7 MLN

ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA EVENTO

€ 20,5 MLN

ATTRATTIVITÀ TURISTICA DA EVENTI COLLATERALI

€ 0,6 MLN

TOTALE IMPATTO DIFFERITO

€ 276,8 MLN



LA LEGACY

OSPITARE UNA MANIFESTAZIONE DI TALE PORTATA, ANCHE GRAZIE A TUTTI GLI EVENTI COLLATERALI ORGANIZZATI, HA UN EFFETTO CHE NON È POSSIBILE QUANTIFICARE ECONOMICAMENTE NELL'IMMEDIATO, MA CON UN **IMPATTO IMPORTANTE NELLA VITA DI COMUNITÀ**:



**ISPIRAZIONE PER I
GIOVANI CICLISTI**



**AUMENTO
DELL'INTERESSE
VERSO LA
DISCIPLINA**



**INCORAGGIAMENTO
PER UNO STILE DI
VITA SANO E ATTIVO**



**PROMOZIONE
DELL'USO
QUOTIDIANO
DELLA BICICLETTA**

A FAVORE DI QUESTA TESI, RICERCHE SUL TEMA DIMOSTRANO COME LO **SROI MEDIO DEL SETTORE SPORT** SIA DI **3 EURO DI BENEFICI SOCIALI GENERATI PER OGNI EURO PUBBLICO INVESTITO**, SULLA BASE DI **SEI PARAMETRI** (RIDUZIONE DELLE SPESE SANITARIE, COINVOLGIMENTO DEI NEET, VALORE ECONOMICO DEL TEMPO DA SPETTATORE, RIDUZIONE DELLA CRIMINALITÀ, VALORE DEL VOLONTARIATO NEGLI ENTI NO PROFIT E INCREMENTO DELLE SPESE PER INFORTUNI).



LA REGIONE EMILIA-ROMAGNA E IL TOUR DE FRANCE

CONCLUSIONI

I DATI DIMOSTRANO CHE L'**EFFETTO TOUR** È STATO SIGNIFICATIVO PER TUTTO IL **TERRITORIO REGIONALE**.

NEI PRIMI MESI E ANNI SARÀ POSSIBILE VERIFICARE ANCHE L'**EREDITÀ SOCIALE, TURISTICA E REPUTAZIONALE** CHE TALE EVENTO HA RAPPRESENTATO PER L'EMILIA-ROMAGNA.



TOUR de france™
**GRAND DÉPART
FLORENCE
ÉMILIE-ROMAGNE
2024**

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

SG+

SPORT ADVISOR



**UNIVERSITÀ
DI PARMA**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI

CeRS

Centro di Ricerche
sullo Sport
Università di Parma