



UIR

Unione degli Industriali
e delle imprese di Roma

I grandi eventi come occasione di sviluppo: le ricadute economiche per Roma 2020

novembre 2010



Lo studio nasce dalla volontà dell'Unione degli Industriali e delle imprese di Roma di analizzare – fin dall'avvio della corsa italiana verso i Giochi Olimpici del 2020, il 19 maggio 2010, con la scelta della candidatura di Roma – gli effetti potenziali di un evento di così grande rilievo per il territorio della Capitale e per l'intero sistema-Paese.

Daniela Quaranta Leoni, Direttore del Centro Studi UIR, da molti anni impegnata nel lavoro di approfondimento dei temi che determinano ricadute significative per lo sviluppo di Roma e del suo territorio, ha costituito e coordinato un gruppo di lavoro che ha esaminato nel dettaglio il Dossier di Candidatura predisposto dal Comune di Roma in occasione dell'application per le XXXII Olimpiadi e che ha valutato gli effetti economici positivi diretti, indiretti ed indotti, che l'assegnazione dei Giochi potrà determinare.

Il gruppo di lavoro, al quale va il ringraziamento per la passione, la competenza e la professionalità dimostrate nella realizzazione della prima importante fase di un progetto che non si esaurisce con questa pubblicazione, è composto da:

Paolo Bellino, Direttore Operativo dei Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006, giornalista pubblicista, è Direttore Generale del Torino Olympic Park, la Fondazione che gestisce il patrimonio immobiliare realizzato per Torino 2006, di cui ha predisposto il concept e il piano industriale. Da sempre nel mondo dello sport, ha collaborato alla realizzazione di oltre quaranta eventi sportivi internazionali.

Paolo Verri, Event and Urban Planner, si occupa di città e sviluppo urbano dal 1998. Direttore del Piano strategico della città di Torino dal 2000 al 2006, ha diretto la Fondazione Atrium Torino per la promozione delle Olimpiadi dal 2004 al 2006 e, dal 2007 al 2010, è stato Direttore di Italia 150, il Comitato per le celebrazioni del 150° dell'Unità d'Italia.

Giuseppe Russo, Head of Research e Amministratore di STEP Ricerche S.r.l., esperto di Impact Analysis ed autore di oltre 30 pubblicazioni nel campo dei modelli quantitativi applicati all'economia reale e finanziaria.

Sara Cassetta, Research Assistant - Quantitative Data Analyst di STEP Ricerche S.r.l.

Silvia Conte, Antonella Fascioli e Rosalia Martelli, Ricercatrici Senior del Centro Studi UIR.

Lo studio si basa sui dati del Dossier di Candidatura di Roma ai XXXII Giochi Olimpici e XVI Giochi Paralimpici del 2020 e rappresenta la prima parte di un lavoro più complesso e approfondito che verrà realizzato nel corso del 2011, in vista del *wishing city*.

INDICE

PARTE PRIMA – I VANTAGGI ECONOMICI DEI GRANDI EVENTI

1. *Gli eventi come motore di sviluppo globale*
 - 1.1 *Gli eventi segnano la storia del mondo*
 - 1.2 *Gli eventi fissano tempi e modi del cambiamento*
2. *Candidarsi ad un grande evento da i suoi frutti anche se non si vince*
3. *I vantaggi economici di un territorio che si candida e che ospita un grande evento*
4. *Il pubblico dei grandi eventi come co-promotore e catalizzatore di interessi pubblico-privati*
 - 4.1 *La passione per lo sport: legacy dell'evento e legame vincente con gli sponsor*
5. *Una squadra di sponsor privati al servizio dell'evento*
6. *L'importante è partecipare, ma se si vince è meglio*

PARTE SECONDA – LE RICADUTE ECONOMICHE DI ROMA 2020

7. *Executive Summary*
8. *L'impatto della spesa preparativa in conto capitale: il valore del capitale preservato e del capitale costruito*
9. *L'impatto della spesa organizzativa*
10. *L'impatto turistico*
11. *Il fatturato totale delle Olimpiadi e il conseguente gettito fiscale*

Bibliografia

PARTE PRIMA – I VANTAGGI ECONOMICI DEI GRANDI EVENTI

1. Gli eventi come motore di sviluppo globale

Gli eventi, sportivi e culturali, nazionali e internazionali, si moltiplicano. Nonostante l'opportunità di comunicare a distanza sia sempre più pervasiva, nonostante le crisi politiche, nonostante le difficoltà economiche, gli eventi hanno un ruolo sempre più forte nella società contemporanea. Soprattutto quegli eventi che hanno un seguito internazionale sembrano avere sempre più rilevanza nella storia delle comunità che li ospita – sia essa una città, una regione, uno stato, in taluni casi addirittura un continente. Dagli anni Ottanta ad oggi questa tendenza ha valorizzato in particolare i grandi eventi mediatici, e quelli sportivi innanzitutto. Mentre gli Expo commerciali, nati alla metà esatta del XIX secolo, faticano a causa dell'invasione dell'e-commerce, e prosperano senza aiuto dei media solo nelle grandi aree metropolitane del Far East e dei paesi del BRIC, gli eventi sportivi non perdono smalto, ma anzi si confermano i driver di una serie di potenzialità tutt'oggi di grande rilievo.

1.1. Gli eventi segnano la storia del mondo

È opportuno, prima di scendere nel dettaglio, ricordare alcuni di questi momenti che hanno percorso la storia degli ultimi trent'anni: Mosca 1980, visibilità dell'URSS dominante; Los Angeles 1984, ritorno degli USA come protagonisti dello sviluppo e della democrazia; Seul 1988, l'ingresso della nuova Corea come grande mercato mondiale e grande produttore di tecnologia (la "Germania asiatica"); Barcellona 1992, l'arrivo di una nuova, straordinaria città-comunità nel mercato del turismo e della cultura; Sidney 2000, l'Australia mostra i suoi giovani; Pechino 2008, comincia il secolo cinese. Oltre a questi, i Mondiali di calcio in Germania del 2006, con l'appropriazione delle piazze da parte dei giovani tedeschi nati durante la riunificazione e tutti alle soglie della maggiore età, e quelli del Sudafrica del 2010, con il pallone che apre il mercato dell'Africa e porta alla ribalta nuove possibilità di sviluppo dei mercati mondiali. Un emozionante lungometraggio di eventi che dominano in modo straordinariamente evidente la scena della memoria recente del commercio e della cultura mondiale.

1.2. Gli eventi fissano tempi e modi del cambiamento

Gli eventi consentono a chi li organizza – solitamente un soggetto pubblico, al più un soggetto pubblico-privato – di avere date certe per i propri progetti (una certezza che nell'età dell'incertezza, come la definì già nel 1977 il grande economista nordamericano John Kenneth Galbraith, diventa valore assoluto), di avere buoni, anzi ottimi motivi per mettere tutti gli interessati intorno ad un tavolo per lavorare insieme senza lasciare spazio alle divisioni, alle invidie, ai particolarismi, di parlare con operatori privati disinteressati a quelle che di solito possono diventare questioni lunghe e difficili da trattare (trasformazioni urbane, investimenti commerciali, promozioni locali su larga scala).

2. Candidarsi a un grande evento dà i suoi frutti anche se non si vince

La presentazione della candidatura per organizzare le Olimpiadi è associata a costi economici e, di conseguenza, implica anche rischi politici. Preparare il miglior dossier possibile comporta inevitabilmente costi in termini di investimenti in risorse umane, ricerche, consulenze, marketing, elaborazione e stesura del progetto, con il rischio che la candidatura non vada a buon fine. Ma è errato ritenere che la presentazione della candidatura produrrà dei benefici solo se avrà esito favorevole. Innanzi tutto, occorre tener presente che candidarsi equivale immediatamente a rilanciare il profilo internazionale e la visibilità della città: dimostrare di crederci rappresenta comunque un punto di forza e la scelta di candidarsi è già di per sé una mossa vincente. Questo vale anche per la creazione del consenso della comunità locale, il cui appoggio al progetto e il sentire l'evento sono la prima dimostrazione della sua validità. In secondo luogo, la presentazione della candidatura per un tale evento richiede obbligatoriamente la collaborazione tra autorità comunali, regionali e nazionali: tale collaborazione, una volta messa in moto, può continuare anche se le Olimpiadi non dovessero essere assegnate, per portare avanti un progetto di sviluppo che vada ben oltre l'evento stesso, e che potrà quindi essere ugualmente realizzato. La candidatura sotto questo aspetto può dunque accelerare la pianificazione dello sviluppo di lungo periodo. Essa inoltre obbliga la città ad identificare una propria metrica per il successo, che rimane in ogni caso un elemento centrale per i progetti futuri anche nell'eventualità in cui la candidatura non dovesse avere esito positivo. E' poi fondamentale che il rapporto con gli sponsor non si esaurisca nel caso di esito negativo della candidatura, ma diventi duraturo lungo tutto il processo di sviluppo creando comunque una ricaduta concreta anche per gli investitori privati.

Infine, va considerato che l'effetto catalizzatore sulla trasformazione urbana derivante dall'ospitare una edizione olimpica è, in larga misura, avvertibile sin dalla fase preliminare della candidatura: qualunque sia l'esito finale, l'essere obbligati a compiere l'intero processo di progettazione e ad incanalare le sinergie necessarie contribuirà a far sì che l'amministrazione locale possa individuare più chiaramente gli obiettivi di sviluppo urbano di ampio respiro su cui concentrarsi o comunque creare un contesto per possibili candidature future, avendo acquisito una notevole capacità di project management.

3. I vantaggi economici di un territorio che si candida e che ospita un grande evento

E' indubbio che la globalizzazione abbia fornito un impulso al desiderio di ospitare eventi internazionali: la globalizzazione economica si è infatti riflessa anche nella richiesta di ospitare eventi globali, dal momento che essi rappresentano una spinta ed una motivazione impellente (non rimandabile) per investimenti e progetti di sviluppo, innescando un circolo virtuoso (dal mercato immobiliare alle infrastrutture, ai servizi correlati) che va ben oltre l'economia generata dall'evento in sé. E' quindi interessante osservare le conseguenze che un rallentamento dell'economia quale quello in atto in questi ultimi anni può produrre sulla richiesta di organizzare manifestazioni di tale portata. Quali sono i benefici in termini di sviluppo urbano che le città che si candidano ad ospitare le prossime edizioni delle Olimpiadi si prefiggono di ottenere? Cosa fa sì che un evento globale abbia successo a livello locale? Al di là dell'inevitabile riconoscimento dei vantaggi in termini di ritorno di immagine e promozione del *brand* della città/paese ospitante, è importante considerare i rischi a cui si espone la città che intenda ospitare un'Olimpiade: si tratta di un'impresa rischiosa che, se mal gestita, può generare più costi che benefici. Ovviamente non esiste una ricetta infallibile per ottimizzare il successo, dal momento che le variabili, tra le quali le caratteristiche specifiche della città e gli obiettivi di sviluppo a cui si tende, sono troppe e troppo diverse. Nonostante ciò non si può negare che nel caso dell'Italia esista una comprovata *expertise* nell'organizzazione dell'Olimpiade, derivante da una esperienza recente di riconosciuto successo, che può senz'altro riflettersi e concretizzarsi nella capacità di evitare il ripetersi degli errori compiuti e di saper ottimizzare le opportunità che l'evento offre, minimizzando il rischio di costi imprevisti o sottovalutati e orientando e programmando al meglio le attività organizzative e lo sviluppo verso le future necessità del territorio.

Sarà quindi fondamentale la capacità di dotarsi di un piano rigoroso e minuzioso, sfruttando e adattando alla realtà della città di Roma la *check list* già prodotta per Torino 2006: i benefici locali potranno essere garantiti solo da un'attenta pianificazione delle attività, sia organizzativa sia di sviluppo, e da un attento controllo dei costi. Le Olimpiadi possono svolgere un ruolo significativo in termini di sviluppo ma i benefici possono prodursi solo se l'evento è ben gestito nel suo complesso e se si può disporre di una programmazione analitica applicata con competenza e determinazione. Le Olimpiadi possono costituire un'occasione per attrarre investimenti esteri che altrimenti non avrebbero luogo, ma questo non significa che l'investimento non comporti vincoli. Ciò nonostante, la scelta di ospitare una Olimpiade rappresenta un'opportunità interessante che offre alla città di Roma e all'Italia uno strumento per "ospitare il mondo" e proiettare l'immagine che si sceglie di offrire attraverso i media globali. In tal modo l'Olimpiade può costituire sia un successo in sé, sia generare vantaggi permanenti, orientando, sull'esempio di Barcellona 1992, le energie dei Giochi per alimentare un piano di sviluppo di lungo periodo per la città Capitale.

4. Il pubblico dei grandi eventi come co-promotore e catalizzatore di interessi pubblico privati

Soprattutto gli eventi consentono ad un pubblico sempre più distratto di concentrare la propria attenzione. Oggi gli eventi – come già accadeva nell’antica Grecia, a Roma, durante il Medioevo, nel Rinascimento, con le feste barocche e appunto con gli Expo nell’Ottocento – sono in grado di catalizzare non solo le ambizioni di élites che cercano l’occasione giusta per cambiare radicalmente l’immagine di un territorio, ma anche l’esperienza dei gruppi sociali di ogni ceto, dei bambini, dei ragazzi, degli anziani. Una tendenza internazionale nella gestione degli eventi prevede infatti da qualche anno, e con peso sempre crescente, un ruolo attivo di una popolazione che normalmente è ai margini della società, che di solito è diffidente nei confronti della politica, e che è disponibile non tanto a farsi incantare o ammaliare dagli idoli dello sport e dello spettacolo (cosa che tuttavia continua ad accadere), ma soprattutto a giocare un ruolo diretto, di guida all’evento nel caso delle persone più avanti nell’età, che diventano quasi i saggi della città in grado di accompagnare il pubblico nazionale e internazionale all’interno della kermesse sia nei luoghi dello sport sia in quelli del turismo e della cultura. Nel caso dei bambini e dei ragazzi, si tratta di un pubblico di riferimento che di solito vive l’evento come la prima grande esperienza collettiva, vi partecipa ben a tre se non addirittura a quattro livelli: come studente, come figlio di genitori appassionati o comunque disponibili a farlo intervenire in occasioni come questa, in cui la città è sicura, “aperta”, come amico di altri ragazzi che partecipano più o meno attivamente in maniera diretta all’evento e infine – ma non in maniera banale – come spettatore televisivo o via internet dell’evento stesso. Sono occasioni nelle quali per la prima volta si impara un inno nazionale, si conoscono altri paesi, si comprende la differenza tra nazioni, si ammirano le loro bandiere e i loro campioni.

Davvero i grandi eventi sportivi, così come quelli culturali, mettono a fuoco processi di identità e di differenza che lasciano a lungo il segno nelle comunità che li ospitano. Oltre a questi importanti settori della società, di norma ai margini della vita pubblica e invece protagonisti salutari dei grandi eventi, altre comunità possono entrare di diritto tra i motori dell'appuntamento. Collegati ai giovani, ovviamente gli insegnanti, coinvolti solitamente con ampi programmi di educazione legati agli sport e alle manifestazioni di spettacolo o di cultura che vengono nel contempo organizzati; ma, ancora, occorre ricordare il ruolo dei ristoratori, degli albergatori, dei commercianti in genere e dei taxisti che nei giorni dell'evento, nonostante e contro ogni attesa degli organizzatori che li hanno sempre sentiti lontani, scettici, quasi oppositori del processo in corso "prima dell'evento", li vedono cambiare attitudine ed essere essi stessi la piattaforma di scambio dei migliori umori del territorio. È qualcosa che non va affatto lasciato al caso, anzi va pianificato con larghissimo anticipo; il che non impedisce, come appena accennato, che fino all'ultimo momento lo scetticismo prevalga sull'entusiasmo. Solo l'arrivo dei grandi ospiti internazionali, solo la diretta televisiva dell'inaugurazione, solo le grandi prestazioni degli atleti fanno cambiare il sentiment nei confronti dei Giochi.

4.1. La passione per lo sport: legacy dell'evento e legame vincente con gli sponsor

La passione è il motore anche per trovare i partner economici adatti, capaci di usare le Olimpiadi come vettore unico e inimitabile di informazioni, identità, stimolo al consumo. Senza una passione vera, il progetto di legacy per il territorio e le ricadute economiche non sono immaginabili. Ecco perché anche nel coinvolgimento dei partner privati – essenziale per la buona riuscita sia della candidatura sia dell'evento – occorre subito indicare non tanto il modello dei ritorni economici diretti quanto le opportunità di test, di innovazione, di orgoglio proprie dell'evento e dei marchi che possono esservi collegati. In particolare, nel declinare le esperienze straniere e nel confrontarle con quanto è possibile realizzare in Italia, occorre considerare che il nostro paese, secondo il Brand Nation Index elaborato annualmente a Oxford da Simon Anholt, è una nazione straordinariamente nota, apprezzata e desiderata. L'immagine dell'Italia a livello internazionale richiama i marchi del lusso, della cultura gastronomica, della moda, dell'automotive che generano un desiderio di consumo straordinario. Ne ha dato recentemente prova il Padiglione Italia all'Expo di Shanghai che ha riscosso un successo secondo solo al padiglione ufficiale cinese. Questo perché l'esposizione ha fatto leva sui valori fortemente riconoscibili dell'Italia; valori da mettere in risalto soprattutto nella fase della candidatura ad un grande evento.

5. Una squadra di sponsor privati al servizio dell'evento

Nomi e prodotti quali Ferrari, Bulgari, Zegna, Barilla, Ferrero, solo per citarne alcuni presenti e ampiamente apprezzati all'Expo cinese, devono essere vissuti non solo come sostegno al progetto di un evento italiano che si offre alla platea mondiale, ma come parte integrante. È infatti assolutamente essenziale promuovere l'evento non solo grazie allo sport e agli sportivi – in merito ai quali è necessario individuare testimonial al contempo noti, affidabili e possibilmente anglofoni – ma anche grazie alle imprese che tutti i giorni diffondono il made in Italy nel mondo. Un doppio binario, candidatura e marchio, che consente alle imprese un ritorno positivo già in fase di candidatura, e al contempo può offrire al soggetto che si candida spazi e visibilità in luoghi in cui altri arrivano solo a candidatura ampiamente scrutinata.

6. L'importante è partecipare, ma se si vince è meglio

Pur avendo una chiara strategia di sviluppo del proprio territorio, un piano di legacy corretto, una squadra di partner privati forte e coesa, pur riuscendo a governare il sistema pubblico e a trovare uno o più testimonial locali e nazionali che dialoghino con il sistema internazionale, una candidatura non è mai certa. Molte, troppe città sono entrate nell'urna sicure di vincere e ne sono uscite sconfitte: un caso clamoroso è quello di Chicago, candidatura sponsorizzata dalla Famiglia Obama ed accompagnata da un progetto di investimento urbanistico tale da fruttare al suo Sindaco, Richard Daley, il premio internazionale 2010 per "visionario urbano dell'anno". Tuttavia, candidarsi è un bene comunque, soprattutto se si entra nella short list, come è accaduto ad esempio a Londra e Parigi per le Olimpiadi estive del 2012, poiché, anche in caso di sconfitta, la candidatura può avere effetti importanti sulla comunità che l'ha proposta. È come allenarsi per una maratona: se si sceglie il metodo ottimale e poi a causa di un problema si salta l'obiettivo, l'allenamento è utile in sé e serve certamente per la gara successiva. Si tratta quindi di accertarsi almeno di un paio di elementi chiave:

- 1) essere consapevoli che bisogna preparare al meglio la candidatura in tutti i suoi elementi (politici, economici, sportivi, culturali, sociali, territoriali) a partire dalle legacies finali (usiamo qui il plurale, e forse il concetto meriterebbe un approfondimento perché, come abbiamo accennato, sono molte le aree di impatto di un grande evento e non c'è una legacy sola ma almeno due grandi aree di legacy: quelle materiali e quelle immateriali, entrambe fondamentali);

- 2) essere sicuri che la propria candidatura avrà un appoggio nazionale incondizionato. Questo secondo tema è oggi particolarmente “caldo” in Italia, perché il nostro paese arriva alla nuova candidatura con una serie di delusioni alle spalle. Da nazione trainante (e molto desiderata, come si diceva prima) rischiamo di essere percepiti come dilettanti che non conoscono veramente le regole del gioco e non si impegnano abbastanza nelle sedi opportune, confidando solo nella propria “bellezza” e nell’abilità di cucire un abito “tailor made” all’ultimo momento. Bisogna invece simulare tutto il percorso, sia quello che possibilmente accompagna verso la candidatura finale sia nell’immediato dopo. I case histories sono così numerosi che non c’è più spazio per chi voglia solo approntare un buon dossier di candidatura. Serve un percorso chiaro per il dopo, sia esso vincente o meno. E’ una sceneggiatura che va scritta e riscritta nei minimi dettagli e che si deve poter mettere in scena anche qualora non si trovasse il consenso per produrla davvero.

L’obiettivo della Fondazione Roma 2020 dovrebbe essere proprio quello di garantire che tutto ciò accada.

PARTE SECONDA – LE RICADUTE ECONOMICHE DI ROMA 2020

7. Executive Summary

La realizzazione di un grande evento genera molteplici effetti, incidendo sull'economia locale, regionale, nazionale e sull'uso e la gestione del territorio, configurandosi come motore per lo sviluppo di attività e servizi.

La città di Roma ha proposto la propria candidatura per ospitare i XXXII Giochi olimpici e XVI Giochi paralimpici del 2020. I grandi eventi come questo costituiscono un'importante occasione per il territorio in cui si svolgono. Essi accelerano i processi di trasformazione e riqualificazione delle città, attirano flussi turistici, generano valore per le filiere locali, lasciano un'eredità di esperienza, infrastrutture e di attrattività che non si esaurisce con l'evento stesso. A fronte degli investimenti pubblici e privati per la realizzazione di un evento, è possibile valutarne quantitativamente l'impatto, traducendo queste stime in euro per rispondere alla domanda: quali e quanti sono i benefici generati dalle spese affrontate?

La metodologia utilizzata per la valutazione degli impatti si basa su un modello "a blocchi": vengono identificati i principali driver della generazione di valore e per ciascuno viene utilizzata la tecnica di valutazione di impatto appropriata (tramite moltiplicatori diversi a seconda del tipo di spesa¹).

Gli impatti relativi ad una spesa o ad un investimento si dividono in tre tipologie: diretti, indiretti e indotti.

¹ I moltiplicatori utilizzati sono stati realizzati integrando il modello di Leontief (matrici input – output e dipendenze intersettoriali) con il modello Keynesiano.

Per comprenderne il significato, consideriamo un esempio: la realizzazione di un'infrastruttura, che si concretizza attraverso un investimento per la progettazione, l'ideazione e la realizzazione dell'opera in questione.

Il valore finale generato sarà costituito non solo dall'infrastruttura realizzata, ma anche da tutti gli effetti positivi attivati sulle filiere produttive locali in termini di fatturato e di occupazione, in qualche modo riconducibili all'investimento iniziale.

La ricaduta interesserà direttamente il settore di destinazione (settore delle costruzioni) e i primi settori connessi alla realizzazione del progetto (effetto diretto), in secondo luogo genererà la produzione dei settori attivati (effetto indiretto) che a sua volta si trasformerà in reddito, destinato a re-immettersi nel ciclo economico stimolando quindi la generazione di beni e servizi (effetto indotto). Il meccanismo che si attiva è una "moltiplicazione" del valore iniziale, la cui entità dipende dai settori economici coinvolti: per tale ragione vengono utilizzati diversi moltiplicatori input output, che tengono conto delle relazioni che intercorrono tra i vari settori interessati.

Una volta individuati gli input (spese sul territorio connesse all'Olimpiade) e gli output diretti (spesa turistica generata grazie all'evento), è possibile stimare gli effetti indiretti e indotti che ciascun blocco avrà sul territorio, in termini di fatturato e di ULA (unità di lavoro annualizzate standard) generate. I moltiplicatori utilizzati sono stati calcolati in termini locali² per la regione Lazio, in modo da interpretare il più fedelmente possibile i reali rapporti intersettoriali esistenti.

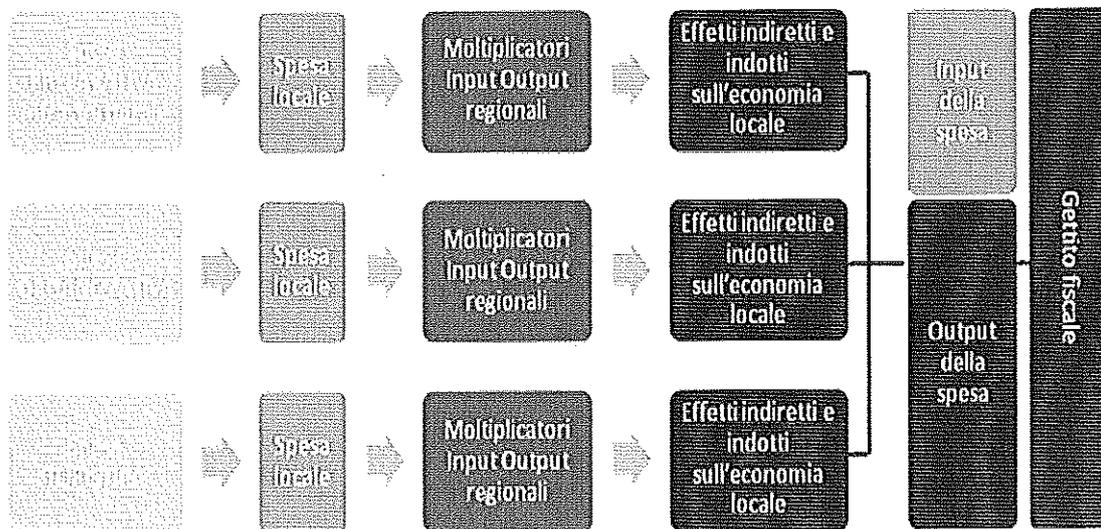
² Elaborazioni Step Ricerche su matrice input – output Istat.

Un ulteriore elemento di calcolo è costituito dal valore del gettito fiscale prodotto dall'evento, insieme al quoziente di auto-copertura della spesa, che definisce quanta parte dell'investimento pubblico darà luogo a flussi fiscali di ritorno.

I blocchi della generazione di valore considerati nel caso delle Olimpiadi di Roma 2020 sono i seguenti:

- 1) spesa preparativa;
- 2) spesa organizzativa e di gestione;
- 3) spesa turistica connessa all'evento.

Figura 1: L'impatto economico delle Olimpiadi a Roma: il flussogramma di input e output legati all'evento



I principali risultati dello studio sono qui di seguito esposti:

- a) le spese e gli **investimenti** (pubblici e privati) per la realizzazione delle Olimpiadi, stimati attorno a **15 miliardi di €**, genereranno un **fatturato totale** di quasi **33 miliardi di €**, con un effetto leva (fatturato totale/input) pari a 2,2; si stima inoltre che le **ULA** dirette, indirette e indotte generate sul territorio regionale ammonteranno a **149 mila**;

- b) la componente di spesa più ingente è rappresentata dagli **investimenti in conto capitale** per la costruzione e la ristrutturazione infrastrutturale: essi ammontano a **12,7 miliardi di €** (85% dell'input totale di spesa), e includono opere che, oltre ad essere funzionali allo svolgimento dei Giochi, rappresenteranno una vera e propria eredità per il territorio locale. Si stima che gli investimenti direttamente connessi alle Olimpiadi ammontino a 2,2 miliardi di €, mentre i restanti 10,5 fanno riferimento ad investimenti infrastrutturali già programmati ma comunque fondamentali per l'evento. Si pensi ad esempio agli investimenti per gli aeroporti, le infrastrutture di collegamento, il Parco Fluviale del Tevere. Aggiungendo gli effetti indiretti e indotti sul territorio, si calcola che il **fatturato** relativo a questo blocco di spesa ammonterà a **24 miliardi di €**, con un numero di **ULA generate pari a 109 mila**;

- c) la seconda componente della **spesa** sul territorio è rappresentata dagli investimenti **di tipo organizzativo**, pari a **2,3 miliardi di €** (15% dell'input totale), che con gli effetti indiretti e indotti arriverà a generare un fatturato di 4,1 miliardi di € e più di **17 mila ULA**;

- d) un primo output diretto delle Olimpiadi è rappresentato dall'**impatto turistico**: si stima che, in occasione dei Giochi, arriveranno sul territorio 3,6 milioni di persone (tra turisti veri e propri, atleti, accompagnatori, media e sponsor). Saranno 2 milioni i turisti attirati dalle Olimpiadi e provenienti dall'estero o da altre regioni italiane. Questo porterà una spesa diretta pari a 2,7 miliardi di € (secondo una stima prudentiale delle spese di pernottamento) che a sua volta genererà effetti indiretti e indotti fino ad un **fatturato totale di 4,9 miliardi di €**, con un impatto occupazionale pari a **23 mila ULA**;
- e) secondo la nostra stima, che può essere considerata prudentiale (non sono stati quantificati eventuali altri effetti quali ad esempio le esternalità immobiliari), **ogni euro investito nei Giochi Olimpici vale in realtà 2,2 euro** sul territorio del Lazio;
- f) l'analisi fiscale mette in luce che, a fronte del fatturato complessivo sul territorio (33 miliardi di €), in un arco di tempo variabile si produrrebbe un **gettito pari a 3.050 Mio €**. La percentuale di auto copertura della spesa risulta pari al 40,8%;
- g) la generazione di valore avviene **anche al di fuori dei confini regionali**: si stima che vi sia **un'ulteriore componente di fatturato** generato pari a **12,4 miliardi di €**, e ulteriori **25 mila ULA** sul territorio italiano al di fuori del Lazio. Il moltiplicatore totale nazionale risulta pari a 3, vale a dire che ogni euro speso per le Olimpiadi si traduce complessivamente in 3€ sul territorio nazionale.

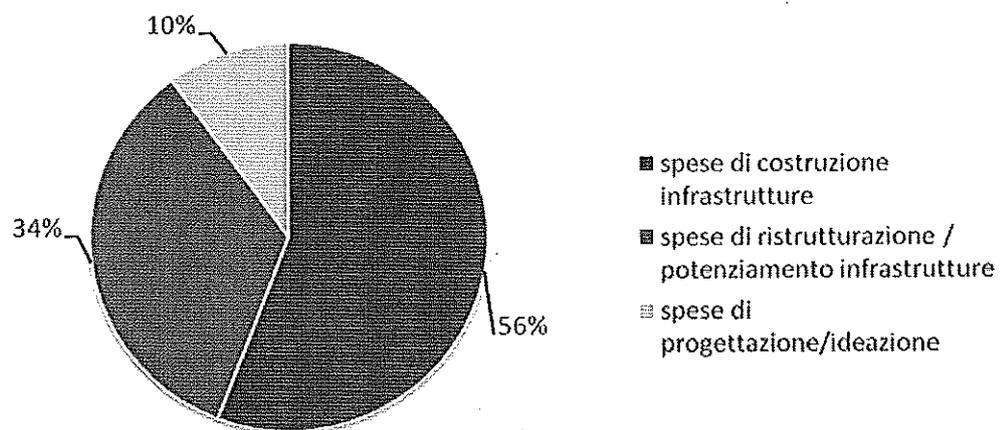
8. L'impatto della spesa preparativa in conto capitale: il valore del capitale preservato e del capitale costruito

Nel primo blocco di impatti economici si considera la produzione di valore aggiunto regionale a seguito della preparazione dei luoghi per le Olimpiadi. Si tratta di quantificare l'effetto della creazione di capitale infrastrutturale generico (come le infrastrutture stradali e di collegamento), nonché quello per la preparazione delle infrastrutture specifiche (luoghi destinati ad essere le sedi degli eventi).

Si prevede l'utilizzo di 42 impianti di gara, di cui 33 esistenti³: 5 saranno da costruire, e 4 avranno carattere temporaneo. Per tale ragione, la spesa preparativa è stata suddivisa tra:

- a. spesa di costruzione (infrastrutture nuove)
- b. spesa di ristrutturazione / potenziamento (infrastrutture già esistenti)
- c. spesa di progettazione / ideazione (relativa alle prime due voci)

Figura 2: Composizione percentuale della spesa preparativa⁴



³ Fonte: Dossier Roma 2020.

⁴ Nostre elaborazioni su dati Dossier Roma 2020.

Si stima che la spesa di progettazione (sia per la costruzione di infrastrutture ex novo che per la ristrutturazione di infrastrutture già esistenti) ammonti al 10% circa dell'importo totale⁵ delle spese in conto capitale.

Più della metà della spesa preparativa è riconducibile ad investimenti per la costruzione di infrastrutture (7.111 Mio €), seguiti dalle spese di ristrutturazione e potenziamento (4.342 Mio €). Le spese di progettazione e ideazione corrispondenti ammontano a circa 1.272 Mio €.

In Tab. 1 è possibile osservare l'incidenza delle spese per tipologia di destinazione: la fetta più consistente degli investimenti a budget (6.000.000 €) è dedicata alle infrastrutture connesse alla mobilità (47% del totale).

Tabella 1: Budget degli investimenti in conto capitale⁶

Infrastrutture	Totale 2010-2020
<i>Aeroporti</i>	€ 3.600.000.000
<i>Infrastrutture di collegamento</i>	€ 6.000.000.000
<i>Parco fluviale del Tevere</i>	€ 550.000.000
<i>Villaggio olimpico</i>	€ 600.000.000
<i>Villaggio media</i>	€ 200.000.000
<i>IBC</i>	€ 180.000.000
<i>MPC</i>	€ 120.000.000
<i>Hotel</i>	€ 100.000.000
<i>Sistemi di gestione ambientale</i>	€ 330.000.000
<i>Altri e imprevisti (3%)</i>	€ 370.662.000
<i>Impianti sportivi</i>	€ 275.000.000
<i>Tor Vergata</i>	€ 400.000.000
Totale	€ 12.725.662.000

⁵ Fonte: dati Torino 2006.

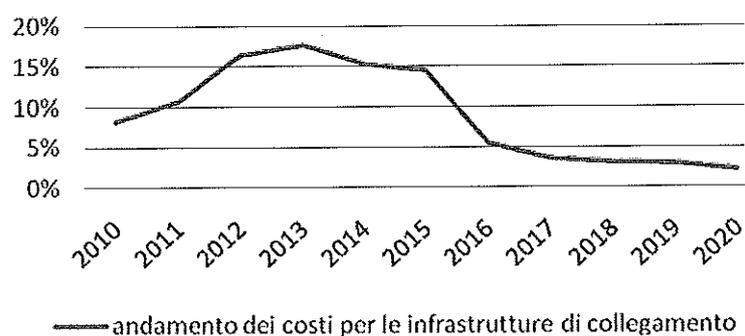
⁶ Fonte: Dossier Roma 2020.

Si stima che gli investimenti direttamente connessi alle Olimpiadi ammontino a 2,2 miliardi di €, mentre i restanti 10,5 si riferiscono ad investimenti già programmati⁷ ma comunque fondamentali per l'evento: aeroporti, infrastrutture di collegamento, Parco Fluviale del Tevere e Tor Vergata.

Per quanto riguarda l'orizzonte temporale, si stima che le spese di costruzione ex novo coprano generalmente un periodo di realizzazione di circa 4 anni, e che siano precedute dalle spese per la corrispondente progettazione, affrontate a loro volta nei 3 anni che precedono l'inizio dell'opera. Nel caso di spese di ristrutturazione / potenziamento, si è invece preferito considerare un periodo di realizzazione più breve, pari a 2 anni, anche in questo caso preceduto dal relativo periodo di progettazione.

Per quanto riguarda le sole spese relative alle infrastrutture di collegamento (6 miliardi di €), l'orizzonte temporale è stato tarato in base ai dati a disposizione: per alcune delle opere sono disponibili date di inizio e fine lavori, e in alcuni casi tali opere risultano già in fase di avvio (si veda Fig. 3).

Figura 3: Andamento dei costi per le infrastrutture di collegamento⁸



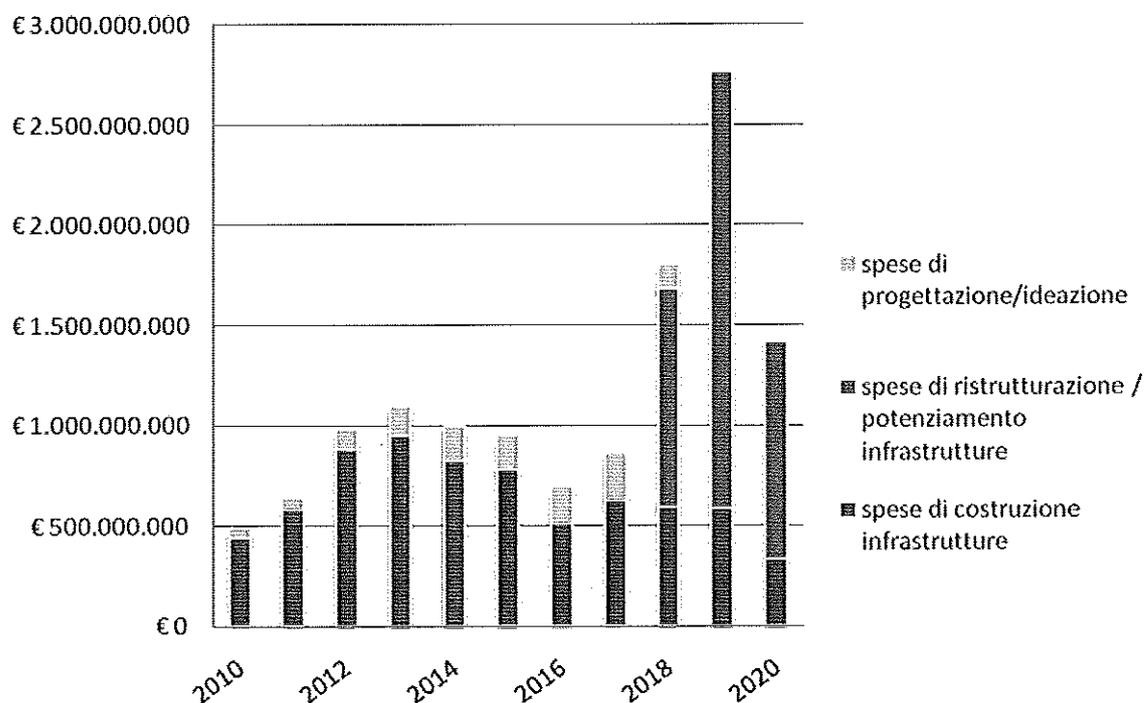
⁷ Essi fanno riferimento a una progettualità che il Comune di Roma e Aeroporti di Roma Spa hanno già posto in essere e che il progetto di Candidatura olimpica ha adottato, secondo le previsioni di finanziamento fatte all'Amministrazione e da ADR.(Fonte: Dossier Roma 2020).

⁸ Fonte: dati da Dossier Roma 2020.

Come si può osservare in Fig. 4, l'anno di maggiore impegno dal punto di vista degli investimenti sul territorio (2.780 Mio €) sarà quello precedente ai Giochi Olimpici (2019), durante il quale si concentreranno le spese di potenziamento delle infrastrutture esistenti, in parallelo ad una spesa ancora sostenuta per quanto riguarda la realizzazione di infrastrutture ex novo. Come è plausibile immaginare, a causa proprio del tempo necessario per la loro realizzazione, gli investimenti relativi alla costruzione di infrastrutture ex novo si estenderanno su un orizzonte temporale più lungo.

Le spese di progettazione e ideazione andranno invece ad esaurirsi attorno al 2018, lasciando spazio alle vere e proprie spese di realizzazione.

Figura 4: Evoluzione temporale della spesa preparativa in conto capitale



L'impatto sull'economia della regione si distribuisce in modo diverso sui vari settori economici a seconda della tipologia di spesa iniziale. Le tabelle input output Istat presentano 59 settori economici e riguardano l'intero territorio nazionale. Nel presente studio tali matrici sono state regionalizzate per analizzare lo specifico territorio laziale in base alle proprie caratteristiche economiche intersettoriali, e semplificate per quanto riguarda la numerosità dei settori presi in esame.

I 59 settori Istat sono stati ricondotti in 6 macrosettori economici, attivati in modo più o meno consistente a seconda della tipologia di spesa in input. Essi sono:

1. *Agricoltura*;
2. *Energia e estrattive*, che include petrolio e gas naturale, servizi legati all'estrazione, energia elettrica, raccolta e distribuzione dell'acqua;
3. *Industria*, che include alimentari, beni di consumo non durevoli, chimica industriale, macchine e apparecchi meccanici, elettrici, ottici;
4. *Costruzioni*;
5. *Servizi tradizionali*, che includono commercio, alberghi e ristoranti, istruzione, sanità, attività culturali e sportive, trasporti, PA e difesa;
6. *Servizi avanzati*, che includono attività professionali, R&S, computer e servizi connessi, servizi di intermediazione monetaria e finanziaria.

Nel caso della spesa preparativa in conto capitale, costituita principalmente da costruzione e potenziamento di infrastrutture, ci si aspetta dunque che il settore maggiormente attivato in modo diretto sia il quarto (*Costruzioni*).

Tabella 2: Impatti diretti, indiretti e indotti sui 6 maggiori settori economici della spesa preparativa in conto capitale (Mio €)

	INPUT	IMPATTO DIRETTO	IMPATTO INDIRETTO E INDOTTO	IMPATTO TOTALE
AGRICOLTURA	0	54	30	84
ENERGIA E ESTRATTIVE	542	700	270	971
INDUSTRIA	2.576	2.292	932	3.223
COSTRUZIONI	4.581	4.321	1.552	5.874
SERVIZI TRADIZIONALI	2.418	3.709	2.556	6.264
SERVIZI AVANZATI	2.609	3.912	3.682	7.594
TOTALE (Mio €)	12.726	14.988	9.023	24.010

Tabella 3: Impatto occupazionale diretto, indiretto e indotto della spesa preparativa in conto capitale sui 6 maggiori settori economici (ULA)

	ULA DIRETTE	ULA INDIRETTE E INDOTTE	ULA TOTALI
AGRICOLTURA	857	471	1.328
ENERGIA E ESTRATTIVE	915	353	1.268
INDUSTRIA	7.898	3.211	11.109
COSTRUZIONI	26.444	9.500	35.944
SERVIZI TRADIZIONALI	20.038	13.811	33.849
SERVIZI AVANZATI	13.181	12.407	25.588
TOTALE	69.333	39.753	109.086

A fronte di una **spesa pari a 12.726 Mio €**, si stima che sul territorio si generino ulteriori 11.285 Mio € di fatturati (quasi l'89% in più rispetto alla spesa iniziale), portando **l'impatto totale a 24.010 Mio €**.

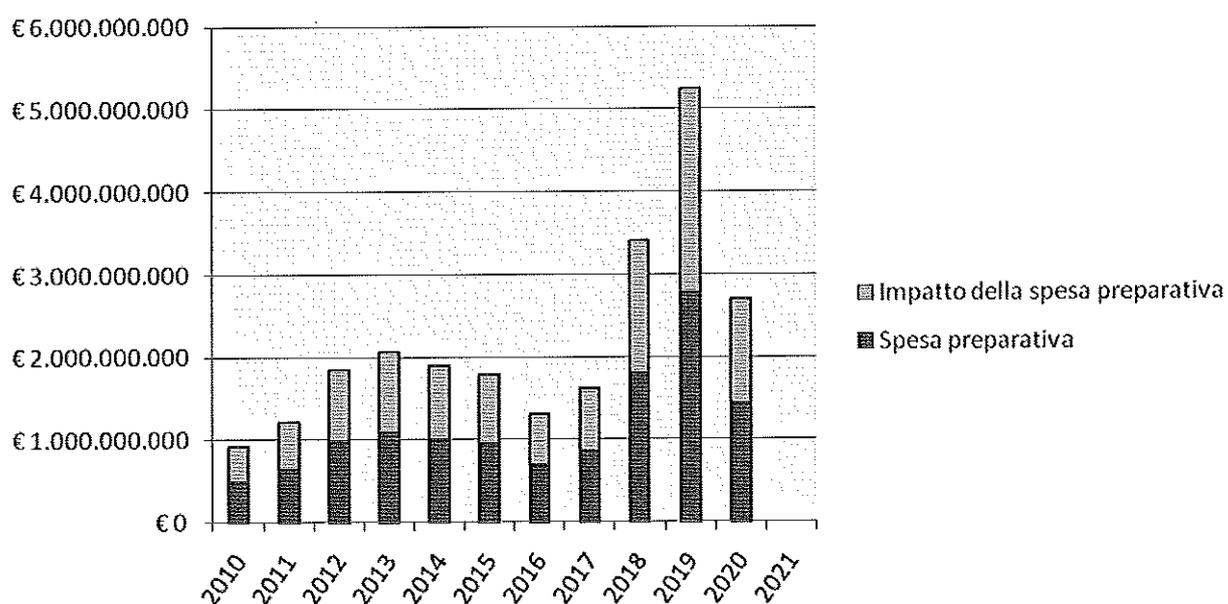
L'impatto occupazionale corrispondente ammonterebbe a **109.086 ULA**, di cui 69.333 dirette e 39.753 indirette e indotte.

L'analisi settoriale degli impatti conferma che il settore economico su cui incidono maggiormente le spese in conto capitale è quello delle costruzioni, in quanto direttamente attivato dalla realizzazione e dal potenziamento di infrastrutture.

Tuttavia negli impatti indiretti e indotti cresce l'incidenza anche di altri settori (soprattutto i servizi), proprio per il meccanismo di attivazione di spese in settori non direttamente coinvolti dall'investimento iniziale.

L'impatto corrispondente alla spesa preparativa in conto capitale, essendo proporzionale alla spesa stessa, si distribuisce in modo simile nel corso degli anni dal 2010 al 2020, concentrandosi in modo particolare nei due anni che precedono l'evento (23% dell'impatto totale nel 2019 e 14% nel 2018).

Figura 5: Evoluzione temporale della spesa preparativa e del relativo impatto



Il blocco delle spese in conto capitale, proprio per l'entità degli input (12,7 miliardi di €) costituisce la voce con maggiore incidenza sul territorio in termini di valore aggiunto e di fatturato.

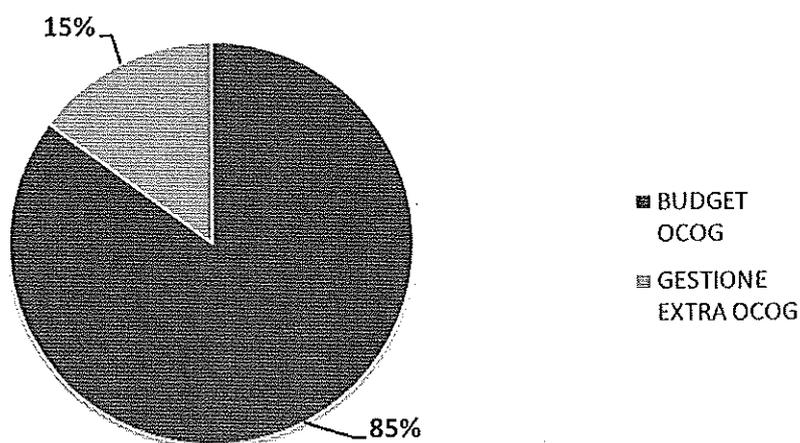
9. L'impatto della spesa organizzativa

Nel secondo blocco si tratta di prendere in considerazione tutti gli effetti dei budget dell'organizzazione degli eventi e delle manifestazioni. Anche in questo caso si dovrà tener conto di diverse tipologie di spesa: la spesa organizzativa diretta (di OCOG), che rappresenta l'85% di questo blocco, e la spesa di gestione extra OCOG, che rappresenta il restante 15%.

L'impatto della spesa organizzativa sarà valutato attraverso un procedimento analogo a quello utilizzato nel paragrafo precedente, ma darà probabilmente luogo a risultati differenti.

Infatti, la spesa di gestione si dirige verso settori diversi da quelli di destinazione della spesa infrastrutturale e possiede moltiplicatori che attivano i 6 macrosettori economici in modo ancora differente: ci si aspetta una maggiore incidenza sul settore dei servizi.

Figura 6: Composizione percentuale della spesa organizzativa



La spesa organizzativa imputabile al Comitato Organizzatore (OCOG) rappresenta la parte più consistente (85%) del blocco che stiamo considerando. In Tab. 4 è possibile osservare uno spaccato delle spese proprie del Comitato Organizzatore dei Giochi, stimato sulla base del benchmark⁹, e delle spese di gestione extra OCOG (dal Dossier Roma 2020).

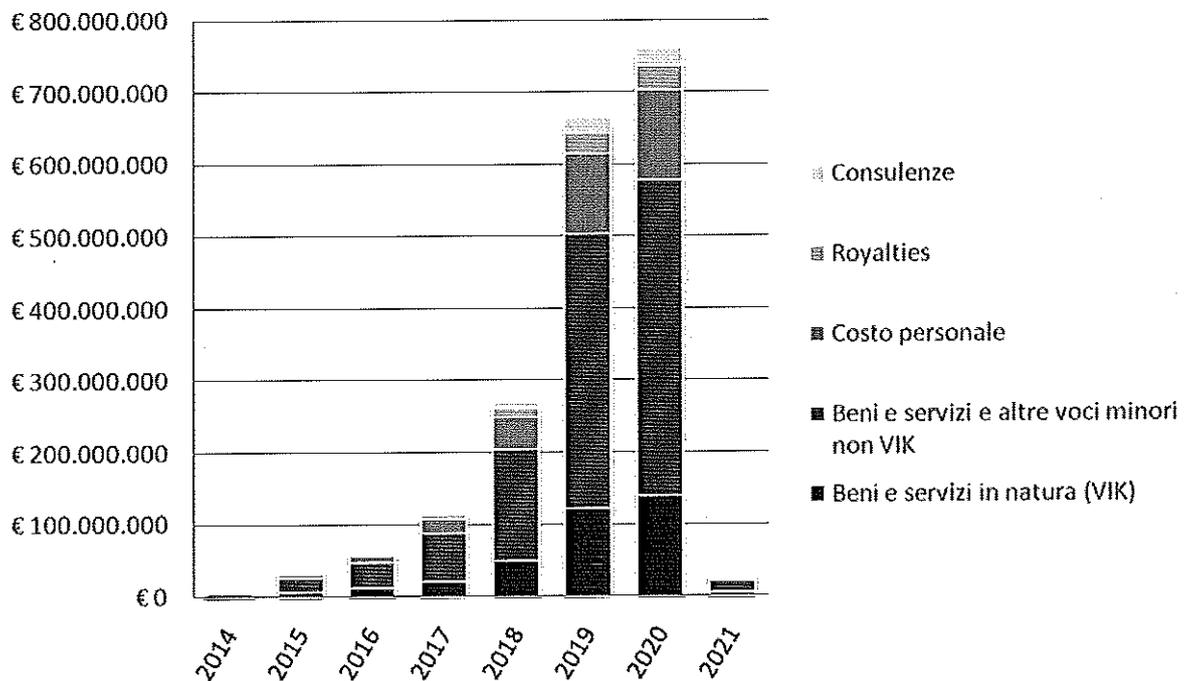
Tabella 4: Suddivisione del budget delle spese di gestione OCOG ed extra OCOG

GESTIONE OCOG	Totale 2014-2021	GESTIONE EXTRA OCOG	Totale 2020
<i>Beni e servizi in natura (VIK)</i>	€ 351.926.182	<i>Sicurezza</i>	€ 50.000.000
<i>Beni e servizi e altre voci non VIK</i>	€ 1.115.976.445	<i>Trasporti</i>	€ 10.000.000
<i>Costo personale</i>	€ 319.511.928	<i>Servizi medici</i>	€ 20.000.000
<i>Royalties</i>	€ 86.438.010	<i>Servizi ambientali</i>	€ 66.000.000
<i>Consulenze</i>	€ 61.741.435	<i>Programma culturale</i>	€ 50.000.000
		<i>Decoro urbano</i>	€ 30.000.000
		<i>Progetti speciali</i>	€ 100.000.000
		<i>Altro e imprevisti (3%)</i>	€ 9.780.000
Totale OCOG	€ 1.935.594.000	Totale Extra OCOG	€ 335.780.000

Per quanto riguarda l'andamento temporale degli importi elencati, si stima che la spesa organizzativa del Comitato, da consuetudine olimpica, si sviluppi nel corso dei 6 anni precedenti l'evento, e che si esaurisca l'anno successivo (2021), con le competenze di chiusura: in questo caso l'arco temporale coperto andrà dal 2014 al 2021 (si veda Fig.7). Per quanto concerne le spese di gestione extra OCOG, essendo direttamente connesse al periodo dei Giochi, si stima che si collochino principalmente nell'anno dell'evento.

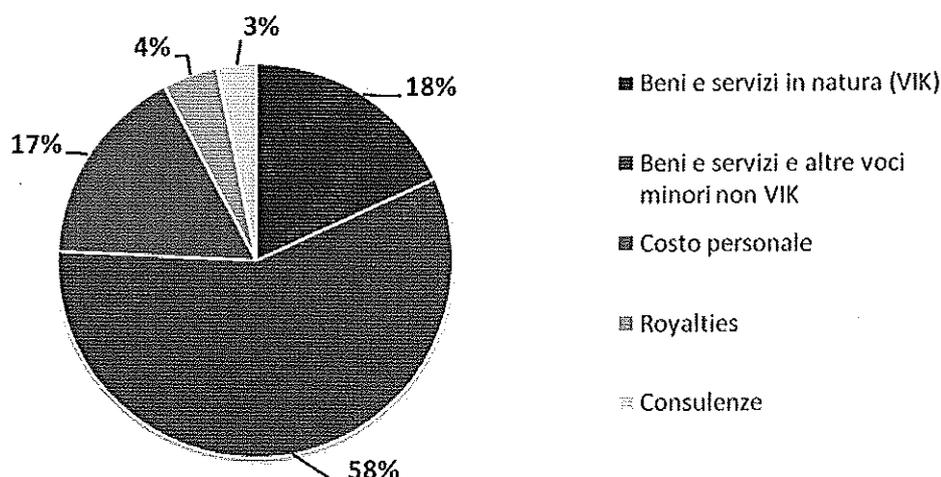
⁹ Fonte: Benchmark su dati CIO Torino 2006, Salt Lake City 2002, Atene 2004, Vancouver 2010.

Figura 7: Evoluzione temporale del budget OCOG



Lo spaccato del solo budget OCOG mette in luce come l'incidenza maggiore sia data dai beni e servizi in natura (VIK e non VIK costituiscono il 76% dell'intero budget), seguiti dai costi per il personale (17%), dalle Royalties (4%) e dalle consulenze (3%).

Figura 8: Suddivisione delle spese del comitato (OCOG)¹⁰



Analizzate le caratteristiche delle spese organizzative e di gestione connesse alla realizzazione dell'evento, passiamo al calcolo degli effetti da esse generati sulla filiera locale.

Tabella 5: Impatti diretti, indiretti e indotti della spesa organizzativa (Mio €) sui 6 maggiori settori economici

	INPUT	IMPATTO DIRETTO	IMPATTO INDIRETTO E INDOTTO	IMPATTO TOTALE
AGRICOLTURA	78	66	29	96
ENERGIA E ESTRATTIVE	225	224	69	293
INDUSTRIA	601	440	193	633
COSTRUZIONI	78	100	61	160
SERVIZI TRADIZIONALI	603	793	471	1.264
SERVIZI AVANZATI	687	912	735	1.647
TOTALE (Mio €)	2.271	2.535	1.559	4.094

¹⁰ Fonte: Benchmark su dati CIO Torino 2006, Salt Lake City 2002, Atene 2004, Vancouver 2010.

Tabella 6: Impatto occupazionale diretto, indiretto e indotto della spesa organizzativa sui 6 maggiori settori economici (ULA)

	ULA DIRETTE	ULA INDIRETTE E INDOTTE	ULA TOTALI
AGRICOLTURA	1.055	466	1.521
ENERGIA E ESTRATTIVE	293	90	383
INDUSTRIA	1.515	667	2.182
COSTRUZIONI	610	372	982
SERVIZI TRADIZIONALI	4.287	2.545	6.832
SERVIZI AVANZATI	3.074	2.477	5.551
TOTALE	10.833	6.618	17.451

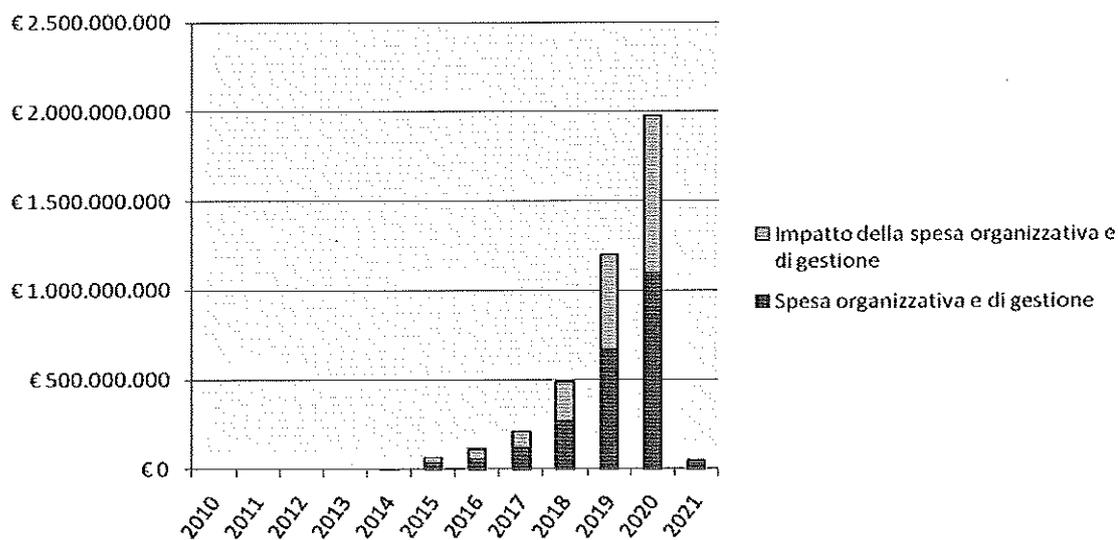
A fronte di una **spesa** pari a **2.271 Mio €**, si stima che sul territorio si generino ulteriori 1.823 Mio € di fatturati (circa l'80% in più rispetto alla spesa in input), portando l'**impatto totale** a **4.094 Mio €**.

Si stima inoltre che l'impatto occupazionale generato ammonti a **17.451 ULA**, di cui 10.833 dirette e 6.618 indotte.

Come ci si poteva aspettare, il settore economico su cui più incidono in modo diretto le spese di gestione è quello dei servizi (sia tradizionali che avanzati), che include attività professionali, trasporti, attività culturali, informatica e servizi connessi.

L'impatto corrispondente calcolato, essendo proporzionale alla spesa in input, si distribuisce in modo ad essa speculare nel corso degli anni dal 2014 al 2021, concentrandosi in modo particolare nel 2020 (48%) e nel 2019 (29%).

Figura 9: Evoluzione temporale della spesa organizzativa e di gestione, e del relativo impatto indiretto e indotto



Il blocco delle spesa organizzativa, a fronte di un input di 2.271 Mio €, genera un impatto totale sulla filiera locale pari a 4.094 Mio €, accompagnato da un numero di ULA totali pari a 17.451.

10. L'impatto turistico

In quest'ultimo blocco si intende valutare la ricaduta legata alla presenza turistica ed ai conseguenti consumi sul territorio. Nel caso di un'Olimpiade, a differenza di altre tipologie di evento, la natura della manifestazione comporta l'arrivo di molteplici categorie di persone, oltre al semplice turista fruitore degli eventi. Saranno presenti atleti, allenatori, dirigenti, addetti stampa, parenti degli atleti: la cosiddetta famiglia olimpica allargata.

Tenendo in considerazione le diverse caratteristiche che contraddistinguono tali soggetti, sia in termini di permanenza che di spesa sul territorio, è stato predisposto un calcolo di impatto ad hoc, che parte dai dati illustrati in Tab. 7.

Si è ritenuto opportuno considerare il "CASO BASE" come punto di partenza per il calcolo di impatto, ma di contemplare tuttavia anche altre due alternative (con differenti stime dei dati), in modo da ottenere una forbice di valori più ampia per l'impatto turistico. Avremo dunque:

- CASO BASE (con permanenza in base a *minimum stay olimpico* e spese di pernottamento stimate da United Nations);
- CASO 1 (con permanenza in base a *minimum stay olimpico* e spese di pernottamento stimate a partire dal Dossier Roma 2020, come limite superiore della forbice);
- CASO 2 (con permanenza turistica tradizionale e spese di pernottamento stimate da United Nations, come limite inferiore della forbice).

Tabella 7: Categorie di persone con le relative stime di permanenza e spesa sul territorio (CASO BASE)

<i>Categorie</i>	<i>Persone stimate</i>	<i>Permanenza media</i>	<i>Spesa di pernottamento</i>	<i>Spesa giornaliera</i>
<i>Atleti</i>	11.000	17	€ 0,00	€ 43,30
<i>Accompagnatori</i>	5.500	17	€ 0,00	€ 43,30
<i>Arbitri</i>	2.783	17	€ 0,00	€ 43,30
<i>CIO, IFs e NOCs</i>	4.823	17	€ 0,00	€ 43,30
<i>Media</i>	23.000	17	€ 146,20	€ 107,00
<i>Vips e ospiti vari (sponsors, delegazioni future città candidate, etc.)</i>	105.227	5	€ 157,20	€ 115,00
<i>Spettatori stranieri</i>	1.211.747	5	€ 157,20	€ 115,00
<i>Spettatori residenti in altre regioni di Italia</i>	791.589	5	€ 157,20	€ 97,00
<i>Spettatori provenienti dal Lazio (escursionisti)</i>	647.664	-	-	€ 90,00
<i>"Famiglia Olimpica"</i>	186.081	16	€ 157,20	€ 107,00
TOTALE	3.634.615			

- **La stima del flusso di persone generato dalle Olimpiadi**

Partendo dal numero di biglietti disponibili (9.000.000), e considerando cautelativamente la vendita dell'85% di essi¹¹, possiamo stimare che i biglietti realmente venduti siano 7.650.000. Generalmente il numero di biglietti acquistati per ogni transazione eseguita è pari a 2,6¹²: questo ci porta ad un numero di spettatori (intesi come persone e non come presenze) che si attesta attorno a **2.940.000** non accreditati. Suddividendo secondo consuetudine olimpica per le categorie presenti, si ottiene che i turisti italiani saranno circa 1,4 milioni, gli stranieri 1,2 milioni, gli sponsor e le delegazioni future 105 mila, la Famiglia Olimpica 186 mila.

¹¹ Dossier Roma 2020.

¹² Fonte TicketOne.

Gli spettatori italiani si suddividono inoltre tra turisti (permanenza > 1 giorno) ed escursionisti (provenienti dalla regione Lazio e definiti come escursionisti poiché non pernottano in strutture ricettive): essi rappresentano circa il 45% degli spettatori italiani complessivi.

Le prime 5 categorie indicate in tabella rientrano invece tra gli accreditati, e sono stati stimati come segue: si considera che gli atleti olimpici siano circa 11.000, seguiti da circa 5.000 accompagnatori¹³, e che la presenza dei media sia pari a circa 23.000¹⁴ persone. Il numero di arbitri si può ragionevolmente attestare attorno a 2.800, mentre quello di CIO, IFs e NOCs attorno a 4.800.

- ***La stima delle spese sul territorio per categoria di persone***

Per quanto riguarda il CASO BASE e il CASO 1, si considera il *minimum stay olimpico*, cioè una permanenza media derivante dalla “consuetudine olimpica”: si stima che mediamente i turisti legati agli eventi olimpici si fermino sul territorio 5 giorni (un periodo più lungo rispetto alla permanenza media turistica che, su Roma, si attesta attorno a 3 giorni¹⁵ e che verrà utilizzata nel CASO 2).

Per quanto riguarda la “famiglia olimpica allargata”, costituita da allenatori, dirigenti, arbitri e addetti stampa, si considera che si fermi sul territorio per l’intera durata dell’evento (attorno ai 17 giorni). Per gli accompagnatori (familiari) degli atleti si stima invece una permanenza (*minimum stay olimpico*) di 16 giorni nel CASO BASE e nel CASO 1, mentre essa viene ridotta alla media turistica tradizionale nel CASO 2.

¹³ Fonte: nostre elaborazioni su dati Pechino 2008 e Atene 2004.

¹⁴ Fonte: medie su dati Pechino 2008 e Atene 2004. Si è preferito utilizzare questo dato statistico poiché le cifre riportate sul Dossier Roma 2020 (18.000 giornalisti) potrebbero risultare sottostimate.

¹⁵ Istat, Noitalia, edizione 2010 su dati 2007.

Per quanto riguarda la quantificazione delle spese, il costo di pernottamento utilizzato nel CASO BASE e nel CASO 2 deriva dalle stime di *International Civil Service Commission of the United Nations*, relative alla città di Roma: il costo di 157,2 € si ricava dal costo medio annuo per l'occupazione di una stanza singola, incrementato del 12% circa per passare al costo medio per stanza doppia. Tale cifra è stata applicata alle categorie degli spettatori, degli ospiti vari e degli accompagnatori, mentre nel caso dei media si è utilizzata una stima inferiore. È necessario considerare infatti che i media possono essere ospitati sia nel villaggio media che nelle strutture alberghiere, e nella prima ipotesi va imputato un costo di pernottamento calmierato. Si considera che a Roma il villaggio per i media sarà attrezzato per ospitare il 30%¹⁶ circa dei giornalisti e degli operatori televisivi, e per questa percentuale è stata stimata una spesa di pernottamento inferiore, sulla base di stime AICA (Associazione Compagnie Alberghiere), attorno ai 121 €. Si è ottenuto quindi per questa categoria un costo medio di pernottamento pari a 146 €. Per quanto riguarda gli escursionisti, non è stato imputato alcun costo di pernottamento poiché la loro permanenza sul territorio rimane inferiore ad un giorno.

Per il CASO 1, il costo di pernottamento è stato calcolato in base alle cifre pubblicate sul Dossier Roma 2020, sensibilmente maggiori rispetto a quelle considerate nel CASO BASE.

Per quanto concerne la spesa giornaliera sul territorio, essa è stata stimata in modo differente a seconda del soggetto considerato¹⁷.

¹⁶ Dati da Dossier Roma 2020: 5.000 posti letto presso il Media Center, ulteriori 13.000 giornalisti presso strutture alberghiere.

¹⁷ Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere.

Per quanto riguarda le prime 4 categorie (atleti, allenatori, arbitri, CIO, IFs e NOCs), si è preferito considerare una spesa media "calmierata", costituita dal costo giornaliero sul territorio senza spese di pernottamento e di servizi vari (i.e. trasporto), poiché si suppone che essi siano ospiti del comitato organizzatore per quanto riguarda la maggior parte delle necessità. Tali costi sono già stati considerati infatti all'interno del budget organizzativo e di gestione, e il relativo impatto è stato dunque già incluso nei blocchi precedenti.

Per quanto riguarda i Vip (sponsor, delegazioni delle future città candidate), è stato considerato un valore di spesa giornaliera comprensivo dei servizi sul territorio (115 € per turisti prevalentemente di origine straniera). Per turisti di origine italiana la corrispondente spesa, comprensiva di servizi, ammonta a 97 €, mentre per gli accompagnatori e per i media (di provenienza sia italiana che straniera) ammonta a 107 €. Questo è dovuto al fatto che generalmente risulta maggiore la propensione alla spesa dei turisti stranieri, rispetto a quella di turisti provenienti da altre regioni italiane.

Analizziamo l'impatto turistico rispetto al CASO BASE.

In seguito all'arrivo di 3,6 milioni di persone in occasione dei Giochi (il 60% è costituito da turisti veri e propri), si stima che la spesa sul territorio ammonti a 2.669 Mio €. Essa rappresenta già di per se un output dell'evento olimpico, poiché costituisce un'immediata ricaduta di introiti sul territorio. Tali spese si manifestano principalmente come consumi, incidendo sui settori economici locali in modo ancora diverso rispetto ai blocchi di spesa (in conto capitale e organizzativa) considerati in precedenza.

Tabella 8: Impatti diretti, indiretti e indotti della spesa turistica sui 6 maggiori settori economici (Mio €) nel CASO BASE

	INPUT	IMPATTO DIRETTO	IMPATTO INDIRETTO E INDOTTO	IMPATTO TOTALE
AGRICOLTURA	133	114	49	163
ENERGIA E ESTRATTIVE	0	91	23	114
INDUSTRIA	934	661	291	952
COSTRUZIONI	0	30	46	76
SERVIZI TRADIZIONALI	1.121	1.361	710	2.071
SERVIZI AVANZATI	480	763	734	1.497
TOTALE (Mio €)	2.669	3.020	1.853	4.872

Tabella 9: Impatto occupazionale diretto, indiretto e indotto della spesa turistica sui 6 maggiori settori economici (ULA) nel CASO BASE

	ULA DIRETTE	ULA INDIRETTE E INDOTTE	ULA TOTALI
AGRICOLTURA	1.811	782	2.593
ENERGIA E ESTRATTIVE	118	30	148
INDUSTRIA	2.278	1.002	3.280
COSTRUZIONI	182	280	462
SERVIZI TRADIZIONALI	7.354	3.835	11.189
SERVIZI AVANZATI	2.572	2.473	5.045
TOTALE	14.315	8.403	22.718

Sebbene nel corso del calcolo dei successivi impatti (gettito fiscale, moltiplicatore e fatturato totale delle Olimpiadi) si sia deciso di utilizzare il CASO BASE dell'impatto turistico, vediamo in che modo incidono sui risultati anche i casi 1 e 2.

Tabella 10: Confronto tra le diverse ipotesi di impatto turistico

Categorie	Persone stimate	CASO BASE		CASO 1 (max)		CASO 2 (min)	
		Permanenza media	Spesa di pernottamento	Permanenza media	Spesa di pernottamento	Permanenza media	Spesa di pernottamento
Atleti	11.000	17	€ 0,0	17	€ 0,0	17	€ 0,0
Accompagnatori	5.500	17	€ 0,0	17	€ 0,0	17	€ 0,0
Arbitri	2.783	17	€ 0,0	17	€ 0,0	17	€ 0,0
CIO, IFs e NOCs	4.823	17	€ 0,0	17	€ 0,0	17	€ 0,0
Media	23.000	17	€ 146,2	17	€ 334,8	17	€ 146,2
Vips	105.227	5	€ 157,2	5	€ 426,6	3	€ 157,2
Spettatori (stranieri)	1.211.747	5	€ 157,2	5	€ 426,6	3	€ 157,2
Spettatori (resto Italia)	791.589	5	€ 157,2	5	€ 426,6	3	€ 157,2
Spettatori (Lazio)	647.664	-	-	-	-	-	-
"Famiglia Olimpica"	186.081	16	€ 157,2	16	€ 426,6	3	€ 157,2
	3.634.615		€ 2.668.898.979		€ 4.526.679.464		€ 1.418.548.960

La spesa generata sul territorio è molto differente a seconda del caso considerato: nell'ipotesi di base è pari a 2.669 Mio €, nel caso 1 è il 70% in più (4.527 Mio €), mentre nel caso 2 è il 47% in meno (1.418 Mio €).

Ma in termini di impatto locale, quali sono le differenze tra le 3 ipotesi di flusso turistico? I risultati ottenuti sono riassunti in Tab.11 e 12.

Tabella 11: Impatti totali, in Mio €, per caso considerato

	IMPATTO TOTALE CASO BASE	IMPATTO TOTALE CASO 1	IMPATTO TOTALE CASO 2
AGRICOLTURA	163	277	87
ENERGIA E ESTRATTIVE	114	193	60
INDUSTRIA	952	1614	506
COSTRUZIONI	76	128	40
SERVIZI TRADIZIONALI	2071	3512	1101
SERVIZI AVANZATI	1497	2540	796
TOTALE (Mio €)	4.872	8.264	2.590

Tabella 12: Impatti totali, in ULA generate, per caso considerato

	ULA TOTALI CASO BASE	ULA TOTALI CASO 1	ULA TOTALI CASO 2
AGRICOLTURA	2.593	4.398	1.378
ENERGIA E ESTRATTIVE	148	252	79
INDUSTRIA	3.280	5.563	1.743
COSTRUZIONI	462	784	246
SERVIZI TRADIZIONALI	11.189	18.977	5.947
SERVIZI AVANZATI	5.045	8.557	2.682
TOTALE	22.718	38.531	12.075

11. Il fatturato totale delle Olimpiadi e il conseguente gettito fiscale

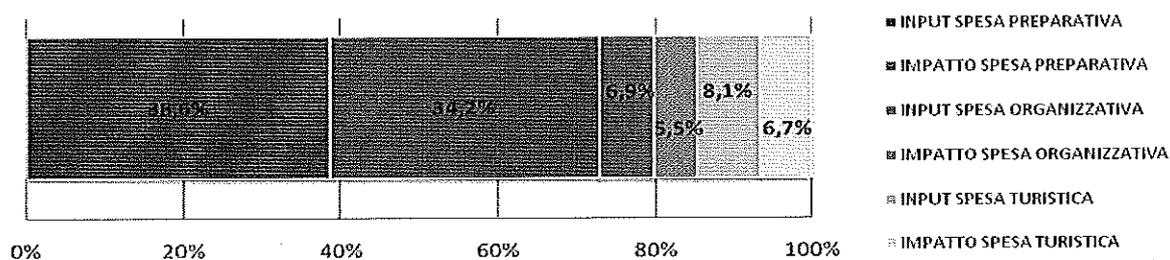
Il **fatturato totale** generato dalle Olimpiadi risulta pari a **32.977 Mio €** sul territorio regionale, a fronte di un investimento diretto pari a 14.997 miliardi di €: l'effetto diretto, indiretto e indotto ammonta a 17.980 miliardi di €.

Osservando la scomposizione, si nota che l'incidenza maggiore è data dal primo blocco analizzato, cioè dalla spesa preparativa infrastrutturale, che tra input e corrispondente impatto (24 miliardi di €) rappresenta il 72% del fatturato totale.

La seconda componente è rappresentata dalla spesa turistica generata, e al suo conseguente impatto sul territorio regionale: 5,38 miliardi di €, pari al 16% del totale.

Infine il secondo blocco, rappresentato dalla spesa organizzativa, con un ammontare di 4,1 miliardi di €, pari al 12% del totale.

Figura 10: La scomposizione percentuale del fatturato totale connesso alle Olimpiadi



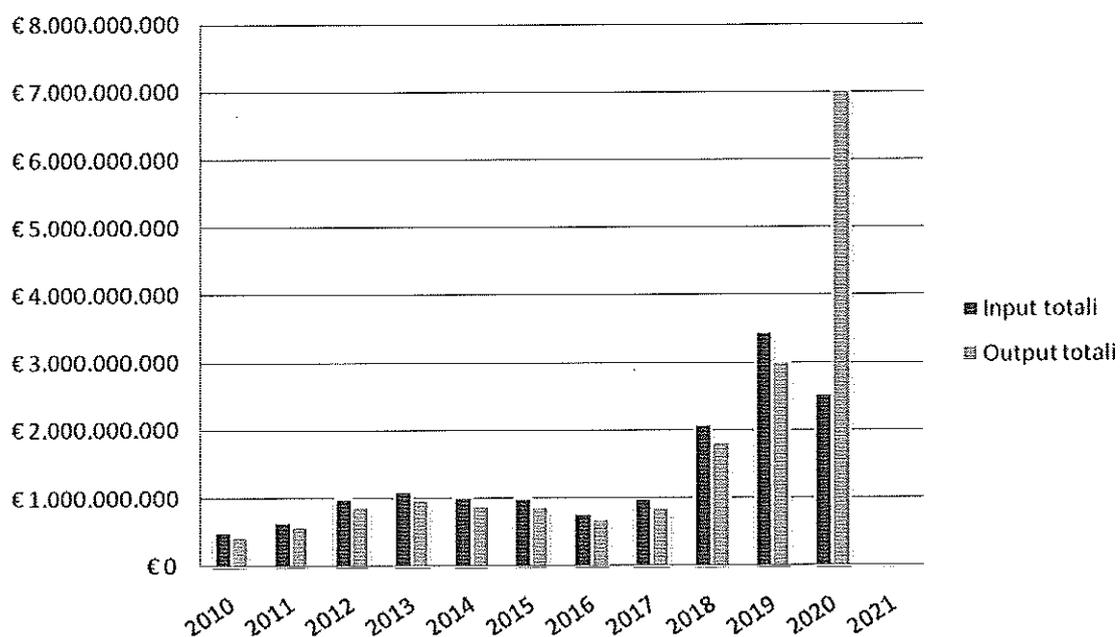
Ricapitolando il calcolo degli impatti illustrato nei paragrafi precedenti, possiamo dire che alla base dell'analisi esiste la differenziazione tra input e output. Esistono degli input essenziali, senza i quali gli effetti indiretti e indotti o le spese indotte, come quella turistica, non si possono materialmente produrre.

Tra gli input includiamo i finanziamenti istituzionali e non, che stanno alla base della spesa preparativa e organizzativa, senza i quali non si potrebbe realizzare l'evento. Tra gli output invece includiamo tutte le altre voci esaminate: gli effetti indiretti e indotti che la spesa attiva sul territorio e l'impatto turistico diretto, indiretto e indotto sul territorio. In una parola, tutto quanto di addizionale viene "portato" dallo svolgersi dell'evento olimpico.

Come si può osservare in Fig. 11, gli input e gli output si scompongono sul territorio in modo diverso a seconda dell'annualità considerata: il picco di output (molto superiore all'input) che si individua nel 2020 è dovuto al fatto che la spesa turistica si concentra proprio durante il periodo dell'evento.

Durante gli anni di preparazione, la proporzione tra input e output della spesa si mantiene invece più omogenea e costante.

Figura 11: La scomposizione temporale degli input e output delle Olimpiadi



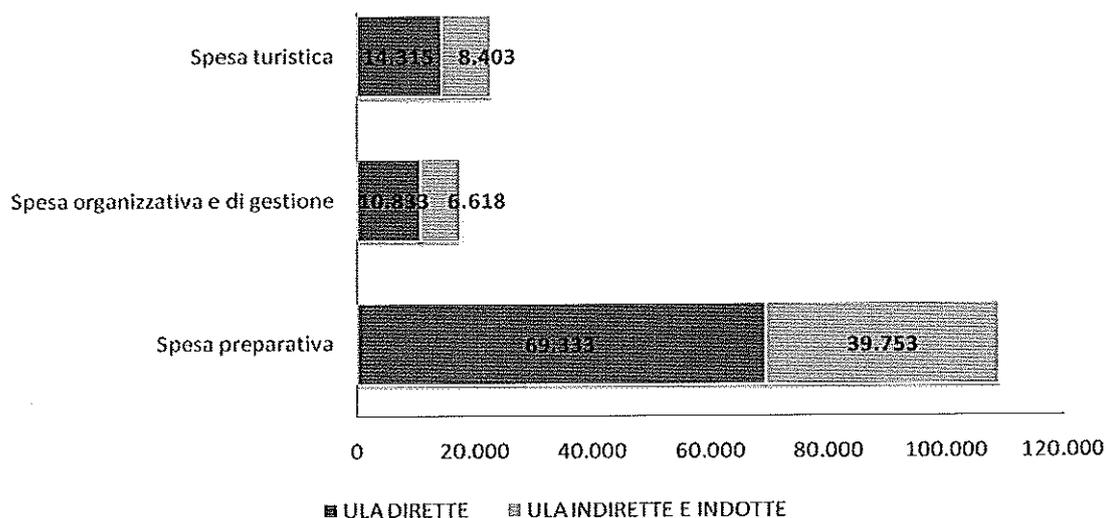
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	TOT
Input totali (Mio €)	489	642	980	1.097	1.004	984	755	975	2.075	3.444	2.525	26	14.997
Input totali (%)	3,3%	4,3%	6,5%	7,3%	6,7%	6,6%	5,0%	6,5%	13,8%	23,0%	16,8%	0,2%	100,0%
Output totali (Mio €)	434	570	869	972	890	870	665	855	1.817	2.998	7.019	21	17.980
Output totali (%)	2,4%	3,2%	4,8%	5,4%	5,0%	4,8%	3,7%	4,8%	10,1%	16,7%	39,0%	0,1%	100,0%

Conoscere gli input e gli output totali ci permette di ricavare il cosiddetto effetto leva, o **moltiplicatore totale regionale** della spesa: il rapporto tra l'impatto totale e la spesa netta iniziale è pari a 2,2, che significa che ogni euro speso sul territorio in realtà ha un valore pari a **2,2 €**.

In altre parole, una spesa pari a 1 €, genera come conseguenza sul territorio ulteriori spese pari a 1,2 €.

Per quanto riguarda l'impatto occupazionale, si stima che il numero totale di ULA generate sia pari a 149 mila: come illustrato in Fig. 12, è la spesa preparativa in conto capitale che porta con se un maggior numero di ULA (73% del totale), a fronte di investimenti di maggiore entità sul territorio.

Figura 12: Effetto occupazionale per blocco considerato



Gli impatti illustrati finora riguardano esclusivamente il Lazio, tuttavia la generazione di valore avviene anche al di fuori dei confini regionali: si stima che vi sia un'ulteriore componente di fatturato generato pari a 12,4 miliardi di euro, e ulteriori 25 mila ULA (si veda Tab.13).

Ogni euro speso per le Olimpiadi in realtà si traduce in **2,2 €** sul **territorio regionale** ma, se si considera anche l'ulteriore effetto al di fuori della regione, il moltiplicatore totale risulta pari a 3: ogni euro speso si traduce complessivamente in **3 €** sul **territorio nazionale**.

Tabella 13: Gli impatti extraregionali in termini di fatturato e ULA

	LAZIO	RESTO D'ITALIA	ITALIA
Fatturato totale	32.977.275.450 €	12.410.145.579 €	45.387.421.029 €
ULA generate	149.255	25.348	174.603
Moltiplicatore	2,2	0,8	3,0

Riconduciamo ora il fatturato generato sul territorio regionale dalle Olimpiadi in imponibili pro-forma, ai fini delle diverse imposte dell'ordinamento tributario corrente (per il momento, senza ipotizzare alcun "federalismo fiscale"). Poi attribuiamo le aliquote medie statistiche derivate dal confronto delle statistiche sul gettito con la contabilità nazionale, cui è legata la tavola input output utilizzata per il calcolo degli impatti. In ultimo, attribuiamo i gettiti all'erario nazionale o agli enti locali per considerare in che percentuale le spese pubbliche per l'evento sarebbero coperte dal gettito complessivo figurativo.

A fronte della spesa pubblica e istituzionale, il valore generato dalla spesa complessiva ammonterebbe a 32.977 Mio €: come si può osservare in Tab. 13, tale importo produrrebbe, in un arco di tempo variabile, un gettito pari a 3.049 Mio €. Confrontando tale somma con la spesa pubblica che ha "innescato" la generazione di nuovo fatturato, si trova che con le maggiori tasse si riuscirebbe a coprire il 40,3 per cento della spesa. Osservando la composizione del gettito, si scopre che 2.701 Mio € sarebbero direttamente incamerati dall'erario nazionale, mentre i residui 348 milioni verrebbero incassati dagli enti locali o trasferiti agli stessi dallo Stato, come quote partecipative di gettiti.

Tabella 14: Stima del gettito fiscale generato dalle Olimpiadi

<i>IMPONIBILI FISCALI PF</i>	<i>IMPONIBILI PRO FORMA</i>	<i>ALIQUOTE UNITARIE</i>	<i>GETTITO FISCALE</i>
<i>IMPONIBILE IVA SCAMBI INTERNI</i>	6.348.125.524	12,5%	793.515.691
<i>IMPONIBILE IRPEF</i>	6.925.227.844	16,7%	1.336.568.974
<i>IMPONIBILE IRES</i>	2.077.568.353	27,5%	571.331.297
<i>IMPONIBILE IRAP</i>	5.540.182.276	3,9%	216.067.109
<i>IMPONIBILE ADDCOM IRPEF</i>	6.925.227.844	0,5%	35.318.662
<i>IMPONIBILE ADDREG IRPEF</i>	6.925.227.844	1,4%	96.953.190
<i>TOTALE GETTITO FIG.</i>			3.049.754.922
<i>DI CUI GETTITO REGIONALE</i>			313.020.299
<i>DI CUI GETTITO LOCALE</i>			35.318.662
<i>DI CUI GETTITO NAZIONALE</i>			2.701.415.962

È necessario tuttavia sottolineare quali siano le ipotesi alla base di quest'analisi fiscale:

- il budget OCOG non prevede alcun finanziamento pubblico da parte del Governo, del Comune di Roma, della Provincia di Roma e della Regione Lazio;
- gli investimenti in infrastrutture e impianti sono stati considerati di natura pubblica per il 58%.

I risultati ottenuti possono essere considerati prudenziali poiché possono esistere eventuali altri effetti, quali ad esempio le esternalità immobiliari: è plausibile immaginare che il progetto di riqualificazione urbanistica e ambientale (i.e. Parco Fluviale del Tevere) provochi un incremento del valore immobiliare delle unità abitative più o meno adiacenti alla zona in questione. Attraverso l'analisi dei progetti operativi aggiornati, sarebbe possibile individuare i mq interessati dall'aumento di valore, insieme alla stima dell'incremento (€/mq).

La quantificazione delle esternalità immobiliari comporterebbe un aumento del fatturato totale connesso alle Olimpiadi, un incremento dell'effetto leva (moltiplicatore totale) e, da un punto di vista fiscale, un maggiore gettito fiscale grazie al calcolo della futura ICI incamerata dall'erario.

Bibliografia

Clark, G. (2008), *Local Development Benefits from Staging Global Events*, OECD.

Facoltà di Economia- Università degli Studi di Torino, *Progetto Capitale Culturale - Cultura motore di sviluppo per Torino*, Edizione 2007-2009.

Hughes, H. (2000), *Arts, Entertainment and Tourism*, Butterworth-Heinemann.

Russo G., Bonessa E. (2006), *Torino 2015: scenari costruiti con un modello input-output*, in Russo G. e Terna P., *I numeri per Torino*, Otto Editore, Torino.

William A. Schaffer (1999), *Regional Impact Models*, Georgia Institute of Technology.

Sito Associazione Compagnie Alberghiere ITALIA, www.aica-italia.it.

Ministero del Turismo, Osservatorio nazionale del turismo, www.ontit.it.

Sito ufficiale Roma 2020, www.2020roma.it.

Sito dell'Istituto Nazionale di Statistica, www.istat.it.

