

FORMULA 1

CENSIS: IL VALORE DI UN GRAN PREMIO MONZA: 142MLN DI EURO, IMOLA: 85MLN

RICADUTE SU SISTEMA PRODUTTIVO ITALIANO: 80 MLN

BRAND TERRITORIALE: 86 MLN (MONZA: 50, IMOLA: 36)

VALORE MEDIATICO: 200 MILIONI

29 agosto 2024 – **142 milioni**: è questo il valore economico del Gran Premio di Monza 2023; non meno di **85 milioni**, quello del GP di Imola. Sono le stime contenute in *“Il valore di un Gran Premio di Formula 1”*, lo studio della Fondazione Censis, presentato, questa mattina, all’Autodromo Nazionale Monza, da **Giulio De Rita**.

L’indotto di Monza - superiore di circa 10 milioni rispetto alle attese, probabilmente per via del buon numero di *big spender*, che hanno approfittato del soggiorno a Milano per fare shopping (1.500 euro, in media) - si raggiunge grazie a: **spese per l’acquisto dei biglietti** (il cui ricavato torna al territorio per i costi di organizzazione), **merchandising, trasporti, alloggio e ristorazione**.

Non bisogna poi dimenticare le feste - circa 80 - che i tantissimi sponsor della F1 organizzano, prevalentemente a Milano, nella settimana che precede il GP: eventi con una non trascurabile ricaduta economica sul territorio. Senza tralasciare gli eventi *open* organizzati nelle piazze e nelle vie soprattutto di Monza.

300mila - in gran parte straniera – **le presenze complessive all’Autodromo Nazionale Monza**, nei tre giorni del GP, che hanno fornito un contributo determinante per raggiungere la cifra **record di 800mila presenze, in Lombardia, nel mese di settembre 2023**.

Un Gran Premio, però, è anche una **grandissima sfida tecnica**, che – tra tecnici, meccanici, piloti e ingegneri - coinvolge non meno di **3mila sfidanti**: 3mila persone che trascorrono una settimana in provincia, contribuendo sensibilmente ai bilanci dell’economia locale.

Ricavi diretti del GP di Monza (v.a.)

	Numero	Valore unitario medio	Importo
Pubblico	120.000	247,5	29.700.000
Spese in loco GP	120.000	60	7.200.000
Merchandising	120.000	77	9.240.000
Spese di trasporto	120.000	151	18.120.000
Spesa media alberghi	72.000	450	32.400.000
Spesa media altro	120.000	135	16.200.000
Squadre, addetti ai lavori, giornalisti	3.500	3.000	10.500.000
Big Spender	7.000	1.500	10.500.000
Shopping medio	9.000	700	6.300.000
Eventi organizzati dagli sponsor	80	30.000	2.400.000
Totale	-	-	142.560.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Liberty Media, 2023



RICADUTE SUL SISTEMA PRODUTTIVO ITALIANO: 80 MLN

Alle ricadute legate all'evento in sé e alla settimana in cui si svolge, bisogna aggiungere gli **80 milioni di euro l'anno delle ricadute a lungo termine sull'industria italiana**, in particolare quella legata ai motori e alla meccanica. Trattandosi di un beneficio "annuale" è giusto accorpare i due eventi e parlare di benefici della F1 sul sistema produttivo italiano, sia in termini di aumento del business che della rafforzata capacità di attrarre investimenti, anche in relazione al fatto che molti clienti e investitori vengono invitati a seguire il GP nel Paddock o nelle tante "area VIP" dei due circuiti.

BRAND TERRITORIALE: 86 MLN (MONZA: 50, IMOLA: 36)

I benefici a lungo termine - più immateriali, ma tutt'altro che trascurabili - riguardano anche la valorizzazione del brand della Città e della Regione. **Per l'immagine di Provincia e Regione, il Gran Premio di Monza, vale 50 milioni, quello di Imola, 36.** Una differenza dovuta al fatto che Monza ha una storia di Formula1 molto più lunga e le gare che si ripetono annualmente nella stessa località hanno implicazioni evocative molto diverse da eventi una tantum (come, ad esempio, una finale di Champions League), poiché legano a una località una storia decennale.

VALORE MEDIATICO: 200 MILIONI

A tutto questo, bisogna aggiungere i **200 milioni di euro del valore "potenziale" della copertura mediatica (media coverage value)** dei due GP. Gli oltre 150 milioni di spettatori live in 200 Paesi, a cui si devono aggiungere almeno altrettanti in differita o che guardano solo gli *highlight* prodotti dalle oltre 50 emittenti autorizzate o dal canale ufficiale F1 (che conta 8 milioni di iscritti), i 2,5 miliardi di contatti sulla rete e, infine, l'incalcolabile numero di "rilanci" fatti sui social, compongono un'enorme vetrina mediatica, un contenitore in cui è possibile veicolare messaggi promozionali legati all'industria meccanica, a quella alimentare, alla moda e al turismo, in una F1 - ormai "svincolata" da un'immagine esclusivamente motoristica - che è e sarà sempre più un grande show.

I COSTI

Un Gran Premio comporta, però, anche dei costi. In modo particolare, quelli legati all'organizzazione. Costi che, tra l'altro, sono in aumento. Affinché il GP sia in equilibrio è, quindi, necessario aumentare i ricavi, cosa che sarà possibile solo ampliando l'offerta - intrattenimento, comunicazione, promozione territoriale, industriale e commerciale - utilizzando le tantissime potenzialità del GP ancora non completamente espresse. Per far ciò, occorre la collaborazione e la partecipazione da parte di Istituzioni, Amministrazioni ed Enti pubblici e privati.

"Da questi numeri - ha commentato il Presidente dell'Automobile Club d'Italia, Angelo Sticchi Damiani - appare del tutto evidente che, negli ultimi sette anni (2017-2024, escludendo, ovviamente 2020 e 2021, per i gravi e imprevedibili problemi generati dal Covid) - grazie al GP di Monza - è rimasto sul territorio, considerando una media annua prudenziale di oltre 100mln all'anno, più di mezzo miliardo di euro".



“Mezzo miliardo – ha aggiunto Sticchi Damiani - che non solo giustifica, abbondantemente, l’investimento di 46 milioni di risorse dell’ACI - che, in quanto Federazione italiana dello sport automobilistico, non poteva certo perdere l’evento, in assoluto, più importante del calendario e che era chiamato a tale investimento dalla Legge Finanziaria 2017 – ma, soprattutto, rappresentano uno tra gli investimenti di denaro pubblico più produttivi della Regione Lombardia, dal momento che i 27 milioni investiti dalla Regione hanno prodotto un moltiplicatore di ben 20 volte”.

“Se consideriamo, infine – ha concluso il Presidente ACI – i 57 milioni (27 pubblici della Regione e i 30 di risorse ACI, depurate dall’annus horribilis 2021) gli investimenti per il GP di Monza hanno prodotto un moltiplicatore pari a 10 volte. Quali altri investimenti rendono altrettanto?”.



Automobile Club d'Italia



MONZA