



Il Sole
24 ORE
RICERCHE E STUDI



GRANDI EVENTI SPORTIVI A ROMA QUATTRO ANNI CHE VALGONO UN'OLIMPIADE

Analisi d'impatto del business
generato nella Capitale

ROMA

Assessorato Grandi Eventi, Sport,
Turismo e Moda



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

SOMMARIO

INTRODUZIONE A CURA DI ANDREA GIANOTTI	3
PREFAZIONE A CURA DI ROBERTO GUALTIERI - SINDACO DI ROMA	5
EXECUTIVE SUMMARY	6
INTERVISTA ALL'ASSESSORE ALESSANDRO ONORATO	7
L'IMPATTO ECONOMICO DEI GRANDI EVENTI SPORTIVI A ROMA CAPITALE	8
DA DOVE NASCE LA RICCHEZZA GENERATA DA UNA GRANDE MANIFESTAZIONE SPORTIVA?	10
CAMPIONATI EUROPEI DI ATLETICA LEGGERA - SCHEDA EVENTO	12
CAMPIONATI EUROPEI MASCHILI DI PALLAVOLO - SCHEDA EVENTO	13
CONCORSO DI SALTO INTERNAZIONALE UFFICIALE "PIAZZA DI SIENA" - SCHEDA EVENTO	14
GRANDE ARRIVO DEL GIRO D'ITALIA - SCHEDA EVENTO	15
INTERNAZIONALI BNL D'ITALIA - SCHEDA EVENTO	16
RALLY DI ROMA CAPITALE - SCHEDA EVENTO	17
ROMAOSTIA HALF MARATHON - SCHEDA EVENTO	18
RUN ROME THE MARATHON - SCHEDA EVENTO	19
RYDER CUP - SCHEDA EVENTO	20
SEI NAZIONI IN ITALIA - SCHEDA EVENTO	21
TROFEO SETTECOLLI IP, INTERNAZIONALI DI NUOTO - SCHEDA EVENTO	22
WORLD SKATEBOARDING TOUR - SCHEDA EVENTO	23
LO SPORT ANIMA ROMA: DIETRO I GRANDI EVENTI, UN SETTORE ATTIVO TUTTO L'ANNO	24
GLI IMPIANTI DI ROMA, PATRIMONIO SPORTIVO CHE CAMBIA VOLTO CON LA SUA CITTÀ	26
QUANDO SI GAREGGIA A ROMA, LA CITTÀ NON RESTA SFONDO MA ENTRA NELL'INQUADRATURA	28
LO SPORT CHE UNISCE: SALUTE, EDUCAZIONE E INCLUSIONE SOCIALE	30

Un progetto di



CON



Assessorato Grandi Eventi, Sport,
Turismo e Moda

Coordinamento editoriale a cura di
Andrea Gianotti
24 ORE Ricerche e Studi

Progetto grafico,
impaginazione e illustrazioni
Primopiano e Brainclub

Immagini: Freepik, Shutterstock
e Run Rome The Marathon

Chiuso in redazione il:
30 giugno 2026

Lo studio rientra nel progetto 'Roma Smart Tourism', Linea di Azione 3, finanziato dal Ministero del Turismo, nell'ambito del fondo in favore dei comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO Patrimonio Mondiale dell'Umanità.

INTRODUZIONE

Di **Andrea Gianotti**

Responsabile Centro Studi Il Sole 24 Ore



Lo sport rappresenta oggi uno dei più importanti motori di sviluppo economico e sociale dei territori. La sua capacità di generare valore va ben oltre la dimensione agonistica: mobilita investimenti, attiva filiere produttive, richiama visitatori, sostiene l'occupazione e contribuisce alla promozione dell'immagine delle città che ospitano manifestazioni di rilievo. Questo fenomeno assume una dimensione ancora più evidente quando si parla di grandi eventi sportivi, capaci di mettere in moto risorse economiche significative e di coinvolgere una pluralità di soggetti pubblici e privati.

Roma è da anni una delle principali capitali europee dello sport. Ogni stagione ospita eventi internazionali appartenenti a discipline molto diverse tra loro, che attirano atleti, accompagnatori, media, sponsor e spettatori provenienti dall'Italia e dall'estero. Comprendere quale sia il valore economico generato da questo patrimonio di manifestazioni rappresenta quindi uno strumento utile sia per orientare le politiche pubbliche sia per valutare il ritorno degli investimenti destinati allo sport.

Con questo obiettivo Roma Capitale ha promosso il presente studio, affidandoci il compito di stimare l'impatto economico dei principali eventi sportivi ospitati dalla città. Desideriamo ringraziare l'Amministrazione per la fiducia accordata e per aver reso possibile un lavoro che vuole offrire una base metodologica solida e trasparente per la valutazione di un fenomeno tanto rilevante quanto complesso.

La ricerca è stata costruita partendo dai dati disponibili per ciascun evento. In alcuni casi le informazioni sono state fornite direttamente dagli organizzatori; in altri erano già disponibili attraverso documentazione pubblica oppure sono state ricavate mediante stime prudenziali elaborate sulla base della letteratura e delle migliori pratiche nazionali e internazionali. L'obiettivo non era attribuire valori teorici massimi, ma costruire una valutazione il più possibile aderente alla realtà e verificabile.

La complessità metodologica deriva soprattutto dall'estrema eterogeneità degli eventi analizzati. Nel campione convivono infatti manifestazioni della durata di una sola

giornata e competizioni articolate su più giorni; eventi con pubblico pagante e iniziative a ingresso gratuito; competizioni che coinvolgono poche centinaia di atleti e altre che ne richiamano migliaia, con caratteristiche organizzative e modelli di spesa profondamente differenti. Alcuni eventi, inoltre, disponevano già di proprie analisi di impatto economico sviluppate con metodologie specifiche. Era quindi naturale attendersi risultati non perfettamente coincidenti: differenze che riflettono anzitutto la diversità degli oggetti analizzati e delle ipotesi adottate.

Per questa ragione si è scelto di applicare una metodologia uniforme e prudentiale, privilegiando la confrontabilità dei risultati rispetto alla ricerca di stime particolarmente elevate. I valori riportati devono quindi essere interpretati come una misura realistica dell'impatto economico direttamente riconducibile agli eventi, costruita su ipotesi verificabili e coerenti per l'intero campione.

L'analisi considera esclusivamente gli effetti prodotti sul territorio di Roma Capitale e sul suo naturale bacino economico e funzionale. Non sono invece stati stimati gli effetti più ampi sull'economia nazionale o internazionale, che richiederebbero modelli differenti e obiettivi di ricerca diversi e i cui risultati si aggiungerebbero a quelli stimati in questo studio.

Allo stesso modo, la ricerca non prende in considerazione gli effetti indiretti e quelli di lungo periodo: né quelli positivi né quelli negativi. Non sono stati, ad esempio, valutati gli eventuali costi derivanti dall'aumento del traffico veicolare (perdita di ore/persona) o della pressione sui servizi urbani durante lo svolgimento delle manifestazioni. Parallelamente, non sono stati monetizzati i benefici sociali e sanitari generati dalla diffusione della pratica sportiva, dall'aumento dell'attività fisica dei partecipanti o dall'effetto di emulazione che i grandi eventi possono esercitare sui cittadini.

Eppure, questi effetti benefici esistono e la letteratura li documenta con crescente evidenza. I grandi eventi rappresentano infatti uno straordinario strumento di promozione della pratica sportiva. Un esempio significativo è rappresentato dall'atletica leggera italiana: dopo i successi olimpici di Tokyo 2020, i tesserati della Federazione Italiana di Atletica Leggera sono aumentati da circa 190 mila a oltre 244 mila. È la dimostrazione di come le grandi manifestazioni e i risultati sportivi possano tradursi in una partecipazione più ampia e duratura.

L'incremento dell'attività fisica produce a sua volta benefici che vanno ben oltre il mondo dello sport. I dati dell'Istituto Superiore di Sanità evidenziano come in Italia un bambi-

no su cinque sia in sovrappeso e uno su dieci obeso. Favorire la pratica sportiva significa contribuire alla formazione di adulti più sani, ridurre l'incidenza delle patologie croniche e contenere nel tempo la spesa sanitaria. Secondo un recente studio realizzato da Sport e Salute, Agenas e Ministero della Salute, ogni euro investito nello sport genera infatti 2,24 euro di benefici sanitari.

Questa ricerca non misura tali effetti, ma si concentra esclusivamente sulla dimensione economica direttamente osservabile. Anche limitando il campo di analisi, emerge tuttavia con chiarezza un elemento: lo sport produce valore che rimane in larga misura sul territorio ospitante. Le manifestazioni attivano imprese locali, coinvolgono fornitori, strutture ricettive, servizi di trasporto, ristorazione e numerose professionalità che operano stabilmente nella città. Misurare questo contributo significa fornire uno strumento utile per comprendere il ruolo che i grandi eventi sportivi possono svolgere nello sviluppo economico di Roma e per supportare decisioni future basate su evidenze quantitative.

PREFAZIONE

a cura di Roberto Gualtieri, Sindaco di Roma



Negli ultimi quattro anni Roma ha vissuto una stagione straordinaria. Per quantità e qualità degli eventi, è come se avesse ospitato un'Olimpiade diffusa, con effetti concreti su economia, lavoro, turismo e immagine internazionale. Questo risultato nasce da una scelta chiara: rendere Roma una città capace di attrarre investimenti, iniziative e grandi eventi, superando ritardi e occasioni mancate.

È stato costruito un modello basato sulla collaborazione tra istituzioni, sport, imprese e privati, valorizzando il patrimonio della città e rafforzandone organizzazione e accoglienza.

I dati dello studio confermano che i grandi eventi sportivi sono un investimento strategico. Il loro impatto cresce ancora di più quando si accompagna a una strategia di riqualificazione diffusa della città, di rilancio e realizzazione di infrastrutture sportive e di sostegno alla pratica

per la cittadinanza. È così che i grandi eventi diventano un motore di sviluppo duraturo. Generano ricchezza e lavoro, ma lasciano anche un'eredità permanente: migliorano la reputazione internazionale, aumentano l'attrattività e sostengono la crescita del territorio.

Per questo lo sport è stato considerato non solo un valore sociale e culturale, ma anche un motore di sviluppo e competitività. I risultati dimostrano che questa è la strada giusta e che Roma può competere stabilmente con le principali capitali internazionali.

L'analisi dell'Assessorato ai Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda, realizzata dal Centro Ricerche e Studi del Sole 24 Ore, misura con precisione questo percorso e il valore generato. È una base solida per continuare a investire con ambizione in una strategia che rende Roma sempre più dinamica e internazionale.

EXECUTIVE SUMMARY

- L'impatto economico territoriale stimato dei Grandi Eventi Sportivi che si sono svolti o si svolgeranno a Roma nel quadriennio 2023-2026 è di **oltre 7,5 miliardi di euro**.
- Sono stati presi in considerazione **12 eventi** sportivi: 3 in un'unica edizione (Ryder Cup 2023, Campionati Europei Maschili di Pallavolo 2023 e Campionati Europei di Atletica Leggera 2024) e 9 ricorrenti analizzati nelle edizioni 2023, 2024 e 2025, con una stima estesa anche al 2026.
- Gli eventi analizzati hanno rappresentato **modalità complementari di fruizione dello sport**: come spettatori in venue dedicate (oltre agli eventi già citati, Trofeo Settecolli IP – Internazionali di Nuoto, Internazionali BNL d'Italia - tennis, incontri del Sei Nazioni di rugby e circuito internazionale World Skate di Skateboarding – World Cup e World Championships), come spettatori lungo percorsi open-air (Grande Arrivo del Giro d'Italia e Rally di Roma Capitale) e come partecipanti attivi (Run Rome The Marathon e RomaOstia Half Marathon).
- Complessivamente, lo studio ha preso in considerazione 10 sport e 11 gruppi di discipline, **39 manifestazioni sportive e 221 giornate di gara**, comprese le competizioni principali e gli eventi collaterali.
- Per confronto, la cifra di impatto totale emersa è analoga a quella che alcuni studi attribuiscono, ad esempio, alle **Olimpiadi estive di Parigi 2024** (9 miliardi), che pure ha avuto un numero di eventi considerevolmente superiore (32 sport, 48 gruppi di discipline, 41 venues per oltre 300 giornate complessive di gara), e superiore rispetto a quella stimata dai primi studi sulle Olimpiadi invernali **Milano-Cortina** (6,6 miliardi).
- L'impatto complessivo comprende un effetto **diretto** pari a circa **3,5 miliardi**, uno **indiretto di 2,5 miliardi** e uno **indotto** che supera **1,5 miliardi**.
- Il **moltiplicatore** medio ponderato è pari a circa **2,2**: ogni euro speso, direttamente dall'organizzazione o dai partecipanti (atleti, staff e spettatori) ha più che raddoppiato il suo valore in termini di impatto.
- Nei quattro anni considerati, si stima che Roma abbia visto **oltre 5 milioni di presenze** legate ai Grandi Eventi Sportivi, con una spesa superiore a **3,2 miliardi** di euro, al netto di eventuali leakage.
- Gli **organizzatori** hanno investito circa **400 milioni** di euro per gli eventi, la maggior parte dei quali con una ricaduta positiva netta principale sul tessuto economico di Roma e del Lazio.
- L'**impatto occupazionale** cumulato nel quadriennio dai Grandi Eventi Sportivi è stimato in quasi **100mila** Full Time Equivalent Job Years.
- Complessivamente, l'impatto aggiuntivo in termini di **comunicazione per il brand Roma Capitale** (costo equivalente per advertising) derivante dai Grandi Eventi Sportivi è stato di oltre **430 milioni** di euro nei quattro anni.
- Lo studio non va interpretato come una classifica tra manifestazioni sportive, perché lo scopo della ricerca è quello di **valutare nell'insieme** alcuni grandi eventi molto diversi tra loro, in un periodo molto ampio di tempo con una metodologia uniforme e non specifica. Per questo i risultati possono differire anche con altri studi prodotti sulle stesse manifestazioni.

INTERVISTA ALL'ASSESSORE

ALESSANDRO ONORATO

Roma negli ultimi anni ha costruito un calendario continuativo di Grandi Eventi, non solo sportivi. Che idea di città c'è dietro questa strategia?

"Abbiamo fin da subito puntato sui grandi eventi sportivi, musicali, culturali e di moda perché sono un valore aggiunto. Creano indotto economico, nuovi flussi turistici diversificati, generano occupazione e rilanciano in chiave positiva l'immagine di Roma, che negli ultimi anni è tornata ambita e attrattiva. Sono un volano di crescita, oltre a momenti di svago e socialità fondamentali per la comunità. La vostra ricerca fotografa in maniera cristallina e imparziale che abbiamo vinto questa scommessa. Prima del nostro arrivo Roma era la città dei 'no', delle occasioni perse. Ora è tornata attrattiva e stiamo unendo il progresso, lo sviluppo economico e occupazionale all'attenzione alle fasce sociali più deboli".

Lo studio stima in oltre 7,5 miliardi di euro l'impatto economico dei grandi eventi sportivi tra il 2023 e il 2026. Come legge questo dato, e quanto pesa oggi lo sport nella strategia di sviluppo economico della città?

"È un dato incredibile, così come il numero relativo all'occupazione. Abbiamo superato l'indotto delle Olimpiadi di Milano-Cortina e quasi raggiunto quello di Parigi 2024. Abbiamo invertito la rotta, ora chiunque vuole organizzare eventi qui, perché abbiamo dimostrato serietà, affidabilità ed efficienza. E' come se avessimo ospitato le Olimpiadi, senza però aver avuto i fondi straordinari collegati che ci avrebbero permesso di riqualificare ulteriormente le nostre infrastrutture".

Al di là dell'impatto economico, qual è l'eredità più concreta che i grandi eventi sportivi possono lasciare ai cittadini romani?

"Per ogni grande evento noi chiediamo un progetto di legacy per i cittadini. L'ultimo che abbiamo realizzato con la Disney è un playground sportivo a Monteverde ma penso anche alla riqualificazione degli spazi esterni di una scuola con la Ferrari. Grazie ai mondiali di skate abbiamo trasformato Colle Oppio da zona degradata al miglior playground del mondo, come l'ha definito il New York Times. Con il concorso automobilistico organizzato da Anantara Hotel siamo riusciti a regalare ad Acli un furgone refrigerato per consegnare le eccedenze alimentari alle comunità. Oppure con il Giro d'Italia a inizio luglio porteremo bi-

ciclette e caschi in 5 case famiglia di Roma. Sono tantissimi gli esempi che testimoniano come i grandi eventi migliorano nel concreto il territorio".

Negli anni scorsi Roma aveva immaginato una candidatura olimpica per il 2028. Pensa che abbia valore riaprire in futuro la prospettiva di ospitare i Giochi?

"Potrebbe essere il grande evento che manca per suggellare la straordinaria rinascita di Roma con la nostra Amministrazione. Un'occasione da cogliere al volo per accelerare e intervenire con più decisione sulle infrastrutture. Oltre il 90% delle strutture sportive già c'è e poi si potrebbero utilizzare molti luoghi iconici della città: penso alla scherma all'ombra del Colosseo, piazza di Spagna per il salto in alto. Senza dimenticare che Ostia sarebbe perfetta per ospitare le discipline sul mare per la vela ma anche per lo skate. Roma può farcela anche da sola, ma può essere anche una soluzione coinvolgere anche Napoli: siamo città amiche".

Ora Roma è tornata attrattiva e stiamo unendo il progresso, lo sviluppo economico e occupazionale all'attenzione alle fasce sociali più deboli.



Alessandro Onorato
Assessore ai Grandi Eventi,
allo Sport, al Turismo
e alla Moda di Roma Capitale

L'IMPATTO ECONOMICO DEI GRANDI EVENTI SPORTIVI A ROMA CAPITALE

L'analisi di 12 Grandi Eventi Sportivi ospitati dalla Capitale tra il 2023 e il 2026 stima un impatto economico di oltre 7,5 miliardi di euro.



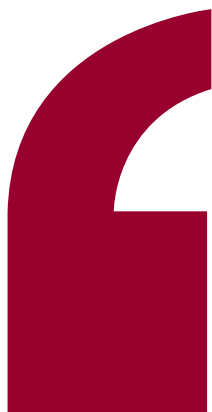
L'impatto economico generato sul territorio di Roma dai **12 Grandi Eventi Sportivi** ospitati (o programmati) nella Capitale tra il **2023** e il **2026** supera i **7,5 miliardi di euro**: una

cifra raggiunta grazie a un calendario ricco di appuntamenti capaci di attrarre **pubblico straniero**, attivare le filiere locali e proiettare la città nei circuiti internazionali dello sport. È come se Roma, in quat-

tro anni, avesse prodotto l'effetto di un'Olimpiade senza mai organizzarne una. Per avere un termine di paragone, è stimato in circa **9 miliardi** il valore dei **Giochi estivi di Parigi 2024**, un evento che però ha previsto un numero di gare molto maggiore, con oltre il triplo degli sport in programma. Per le **Olimpiadi invernali di Milano-Cortina** le prime analisi assegnano invece un impatto di circa **6,6 miliardi**.

L'analisi ha preso in considerazione **12 appuntamenti** sportivi di primo piano. Tre eventi hanno avuto una sola edizione nel periodo considerato – la **Ryder Cup di golf 2023**, i **Campionati Europei maschili di pallavolo 2023** e i **Campionati Europei di atletica leggera 2024** – mentre gli altri nove sono appuntamenti ricorrenti, considerati nelle edizioni **2023, 2024 e 2025**, con una proiezione estesa anche al **2026**: il **Trofeo Internazionale Settecolli IP** di nuoto, gli **Internazionali Bnl** di tennis, il Grande Arrivo a Roma del **Giro d'Italia**, gli incontri del **Sei Nazioni** di rugby, gli appuntamenti del circuito internazionale **World Skate** di skateboarding, il **Concorso Ippico internazionale "Piazza di Siena"**, la **Maratona di Roma**, la **Mezza Maratona Roma-Ostia** e il **Rally di Roma Capitale**.

Nel complesso, gli eventi considerati comprendono **39 manifestazioni sportive** e **221 giornate di gara**, includendo sia le competizioni principali sia gli eventi collaterali. Un portafoglio articolato che si distribuisce lungo l'anno, attraversa molteplici discipline e coinvolge pubblici eterogenei, con modi diversi di vivere lo sport: gli spettatori che riempiono gli stadi nelle giornate di gara, quelli che seguono la competizione lungo i percorsi aperti, fino allo sport vissuto in prima persona, come per le migliaia di iscritti agli eventi podistici.



Tra il 2023 e il 2026,
gli eventi sportivi
hanno portato a Roma
quasi 5,2 milioni
di spettatori,
il 21,4% dall'estero.



5,2 milioni di presenze legate ai grandi appuntamenti sportivi: oltre la metà (51,3%) ha riguardato visitatori provenienti da fuori città, mentre circa una su cinque (21,4%) era di carattere internazionale. A questi flussi è associata una spesa superiore a 3,2 miliardi di euro, considerando solo la quota che produce ricadute effettive per l'economia locale. L'investimento complessivo degli organizzatori supera i **400 milioni** di euro, la maggior parte dei quali ha generato ricadute positive per il territorio di Roma e del Lazio. L'effetto si riflette anche sul lavoro: l'impatto occupazionale è stimato in quasi **100.000 Full Time Equivalent Job Years**, corrispondenti al lavoro che farebbero 100.000 lavoratori impiegati a tempo pieno per un anno. Sul piano della visibilità, i Grandi Eventi Sportivi hanno prodotto per il brand Roma Capitale un valore aggiuntivo di comunicazione superiore a **430 milioni di euro**, calcolato come costo equivalente in advertising.

Le stime sono il risultato di un avanzato modello di impatto economico sviluppato dal Centro Studi del Sole 24 Ore. L'obiettivo non era sommare in modo indiscriminato tutto ciò che si muove intorno a un evento sportivo, con il rischio di produrre stime sovradimensionate, ma isolare con criteri rigorosi la ricchezza che entra davvero nel tessuto economico della Capitale. Degli oltre **7,5 miliardi** di euro di impatto totale, circa **3,5 miliardi** corrispondono all'impatto diretto, generato dalla spesa immediata di

visitatori, organizzatori e operatori media; **2,5 miliardi** all'impatto indiretto, legato alla filiera di fornitori e servizi locali attivata dagli eventi; e oltre **1,5 miliardi** all'impatto indotto, prodotto dai redditi da lavoro aggiuntivi che tornano a circolare sul territorio.

Accanto a quello economico stimato dal modello, lo studio ha misurato anche altre dimensioni dell'impatto generato dagli eventi. Nei quattro anni considerati, Roma ha registrato quasi



DA DOVE NASCE LA RICCHEZZA GENERATA DA UNA GRANDE MANIFESTAZIONE SPORTIVA?

L'impatto reale di un evento sportivo non è la spesa generata, ma il valore aggiunto che senza di esso non sarebbe entrato nel territorio.

Un evento sportivo può riempire alberghi e ristoranti, affollare i trasporti, attivare servizi, fornitori e lavoro temporaneo. Tradurre questi meccanismi in numeri, considerando tutto ciò che si muove attorno a una manifestazione, richiede molte cautele per evitare le sovrastime tipiche degli studi promozionali. Da questa esigenza di rigore nasce la ricerca realizzata dal Centro Studi del Sole 24 Ore. «La valutazione dell'impatto economico degli eventi sportivi è un campo in cui la pressione a sovrastimare è strutturale: gli organizzatori hanno interesse a mostrare numeri grandi, e le istituzioni a giustificare gli investimenti», spiega Emanuele Pizzurno, professore associato di Ingegneria economico-gestionale e collaboratore del Centro Studi, a cui (insieme a Luciano Canova) è stato affidato il compito di elaborare il modello di impatto economico alla base dello studio. «Un approccio rigoroso non deve essere riservato alla ricerca accademica, ma serve anche a chi deve prendere decisioni. Solo una stima trasparente nelle assunzioni, corretta per i principali fattori di distorsione e accompagnata da un intervallo di incertezza, consente ai policy maker di confrontare eventi diversi, allocare risorse in modo informato



e difendere le proprie scelte davanti all'opinione pubblica.»

L'idea di fondo è che un evento genera valore per il territorio solo se porta a Roma “nuova moneta”, una spesa che arriva dall'esterno e che resta (almeno in parte) nell'economia locale. Per questo il modello non considera tutti i partecipanti o l'intero budget organizzativo, ma applica una serie di correzioni su visitatori, ricavi, spesa locale e dispersioni verso l'esterno. «Per quantificare l'impatto economico per la città ospitante, la domanda giusta non è “quanto si è speso intorno all'evento”, ma quanto valore è en-

trato nel territorio che senza l'evento non ci sarebbe stato», afferma Luciano Canova, Economista della Scuola Enrico Mattei e coautore del modello. «Da questa distinzione dipende tutto il resto. Conta la spesa dei visitatori non locali, perché quella dei residenti sarebbe rimasta comunque a Roma, e conta solo la parte della spesa dell'organizzatore che resta nel Lazio, escludendo voci come diritti televisivi, tasse federali internazionali e staff non locale. Su questa base, già ripulita dai principali elementi di distorsione, si costruisce la stima dell'impatto: prima quello diretto, poi quello indiretto, legato alla filiera attivata a monte,

e infine quello **indotto**, cioè i salari aggiuntivi che vengono spesi sul territorio. L'errore più comune è fare l'opposto: contare tutto al lordo e poi gonfiare il risultato con un moltiplicatore generoso.»

Per capire la differenza tra i diversi livelli, basta seguire la catena di spesa attivata da una manifestazione sportiva. Quando un visitatore arrivato da fuori Roma paga un albergo o un ristorante, genera una **spesa diretta**. Se poi l'albergo acquista prodotti alimentari o altri servizi da fornitori locali, l'impatto è **indiretto**. Se i lavoratori coinvolti ricevono redditi aggiuntivi e li spendono a loro volta in città, nasce un impatto indotto. Il modello serve proprio a ricostruire questa catena senza confondere i passaggi.

Per passare dalla spesa diretta all'impatto complessivo, il modello usa dei moltiplicatori: parametri che stimano gli effetti successivi alla spesa diretta, quando circola tra imprese e lavoratori locali. «I

A determinare l'impatto non è solo la dimensione, ma la capacità di attrarre pubblico straniero oltre i giorni di gara.

moltiplicatori sono il parametro più sensibile e più spesso usato in modo improprio, perché incidono su tutta la stima e possono far crescere di molto il risultato finale. Per questo nel modello scegliamo **valori cautelativi**», continua Luciano Canova. «Altri passaggi decisivi riguardano la costruzione della base di partenza: quanti visitatori arrivano davvero da fuori, quanto spendono e quanti sarebbero comunque venuti a Roma.»

La dimensione dell'evento, insomma, da sola non basta a spiegare

l'impatto. Un pubblico numeroso conta, ma conta ancora di più la capacità di attirare visitatori internazionali e di prolungarne la permanenza oltre la durata delle gare. A fare la differenza è anche la **solidità della filiera locale**: un territorio come Roma, capace di offrire servizi, fornitori, allestimenti, logistica, sicurezza e professionalità specializzate permette agli organizzatori di acquistare di più sul posto e riduce la quota di spesa che finisce altrove.

«Bisogna diffidare delle stime che presentano numeri molto alti senza spiegare con precisione come sono stati calcolati», conclude Emanuele Pizzurno. «Soprattutto quando includono benefici reputazionali, sociali o di visibilità, che non sempre possono essere interpretati come valore economico aggiuntivo generato sul territorio. Inoltre, l'impatto economico non corrisponde perfettamente ai "benefici netti per la città". I conti possono trascurare le risorse pubbliche che avrebbero potuto essere usate in modi diversi, gli eventuali aumenti dei costi per infrastrutture e organizzazione, o il rischio che l'evento sostituisca altre attività economiche invece di aggiungerne di nuove. La filosofia del nostro modello è che la **trasparenza metodologica** vada trattata come un **asset di credibilità**, non come un limite da nascondere: dichiarare apertamente assunzioni e correzioni rende le stime più credibili, non meno convincenti.»



ATLETICA LEGGERA

CAMPIONATI EUROPEI DI ATLETICA LEGGERA

7 • 12 GIUGNO 2024



Dopo cinquant'anni, l'atletica europea torna nel cuore della Capitale

I **Campionati Europei di atletica leggera** sono tornati a Roma per la seconda volta, trasformando alcuni dei luoghi simbolo della città in un grande palcoscenico sportivo. Lo **Stadio Olimpico**, rinnovato con una nuova pista, ha accolto **137.000 spettatori**. La **Fontana della Sfera**, simbolo del Parco del Foro Italico, è tornata in funzione ed è diventata il cuore della **Medal Plaza**, sede della cerimonia di apertura. Sono stati riqualificati anche lo **Stadio dei Marmi**, comprese le iconiche statue e le tribune, lo **Stadio della Farnesina** e il "Paolo Rosi". La mezza maratona e la Roma 10K, che ha portato in città oltre **4.000 runner**, si sono svolte tra le strade del centro, con partenza dai Fori Imperiali. L'impatto economico è stato oltre **quattro volte superiore** a quello dell'edizione di Monaco 2022. Anche la copertura mediatica è stata eccezionale: decine di milioni di persone hanno seguito Roma 2024 su TV, radio e piattaforme digitali, con 1.200 ore di diretta trasmesse da 41 broadcaster. Rai2 ha toccato il **31% di share**, e anche in Europa si sono registrati picchi significativi, dal 16% in Germania al 56% in Finlandia.

IMPATTO ECONOMICO DELL'EVENTO
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 403 milioni

720

MILIONI DI UTENTI RAGGIUNTI tra media e social¹

235 MILA

PARTECIPANTI COMPLESSIVI²

120 MILA

BIGLIETTI VENDUTI³

1-2-3 Comitato organizzatore Rome2024

PALLAVOLO

CAMPIONATI EUROPEI MASCHILI DI PALLAVOLO

28 AGOSTO • 16 SETTEMBRE 2023



Roma ha conquistato il gran finale di EuroVolley 2023, col Palazzetto sold out e ascolti da record

Nel 2023 il campionato europeo maschile di pallavolo ha attraversato Italia, Bulgaria, Macedonia e Israele, ma è stata **Roma a ospitare le partite più prestigiose**: le due semifinali, la finale e la sfida per il terzo posto. La finale Italia-Polonia ha riempito il **Palazzetto dello Sport con 11.300 presenze**, superando di poco la capienza teorica dell'impianto, mentre la semifinale contro la Francia ha superato i 10.000 spettatori. Nelle tappe italiane gli **spettatori** sono stati **97.448**: il 20% stranieri e il 55% residenti in un'altra regione. A Roma, la spesa del pubblico ha generato quasi **l'85%** dell'indotto diretto, a cui si sono aggiunte le attività legate all'allestimento dei campi, alla personalizzazione degli impianti, al **Fan Village** e all'accoglienza. Per le delegazioni ospitate, la spesa giornaliera pro capite è stata di 200 euro tra vitto, alloggio e costi legati alla presenza sul territorio. Per gli 11 sponsor degli Azzurri, il ritorno d'immagine è stato stimato in **13 milioni di euro**. Oltre 37 milioni gli spettatori delle dirette Tv italiane tra Rai e Sky, di cui quasi **4,6 milioni** solo per la finale.

IMPATTO ECONOMICO DELL'EVENTO (in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE € 22 milioni

4 MILIONI

DI INTERAZIONI SOCIAL durante il torneo¹

20%

DI SPETTATORI STRANIERI²

13 MILIONI DI EURO

di ritorno d'immagine per gli sponsor³

1-2-3 Federvolley

EQUITAZIONE

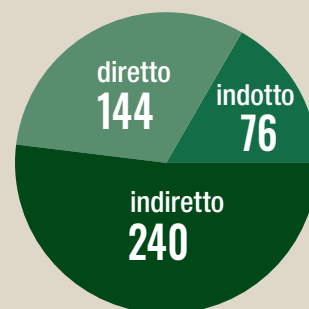
CONCORSO DI SALTO INTERNAZIONALE UFFICIALE "PIAZZA DI SIENA"



Piazza di Siena compie 100 anni e guarda al futuro con un modello che unisce sport, cultura e sostenibilità

Il Concorso Ippico "Piazza di Siena" ha consacrato **Villa Borghese** come uno dei palcoscenici più suggestivi del salto ostacoli mondiale, grazie a una visione che negli anni ha investito sull'eredità del luogo attraverso un progetto di **bioarchitettura a impatto zero**. Un percorso iniziato nel **2017** con il ripristino del manto erboso del campo di gara e arrivato nel **2026** al restauro della **Fontana dei Cavalli Marini**, per restituire all'evento un aspetto simile a quello dei concorsi di inizio Novecento. L'accesso alle gare è completamente gratuito, a conferma di un'attenzione costante verso i cittadini e gli appassionati di sport equestri. Un approccio premiato dal pubblico, cresciuto del **24%** in un solo anno, e dai media: l'ultima edizione ha registrato **23 ore di diretta**, 30 ore complessive di programmazione e 1.500 articoli e servizi pubblicati prima dell'ultima giornata di gara. Recentemente premiato con l'**Italian Tourism Award** nella categoria Grandi eventi, il concorso ha rafforzato anche la propria visibilità internazionale: nel 2026 sono stati siglati nuovi accordi per i diritti televisivi in Medio Oriente, Africa, Asia, Nord America e America Latina, in un quadro sempre più ampio di collaborazioni internazionali.

IMPATTO ECONOMICO
DELL'EVENTO
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 460 milioni

77 MILA
SPETTATORI (2026)¹

+58%
VISUALIZZAZIONI
SOCIAL (2026 vs 2025)²

6
CONTINENTI
di copertura televisiva (2026)³

1-2-3 Comitato organizzatore Piazza di Siena

CICLISMO

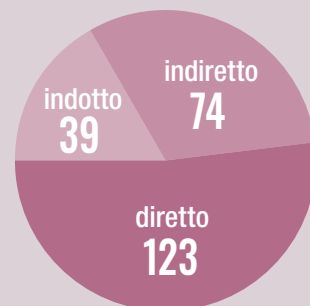
GRANDE ARRIVO DEL GIRO D'ITALIA



La Corsa rosa ormai si chiude a Roma da quattro anni, e non è mai stata così popolare

Roma ha ospitato la **tappa finale del Giro d'Italia** per il quarto anno consecutivo, consolidando il legame con una delle manifestazioni sportive più iconiche di sempre. Il percorso di **131 km** attraversa **Ostia** e alcuni dei luoghi simbolo della Capitale, dal **Colosseo** alle **Terme di Caracalla**, fino al traguardo al **Circo Massimo**, offrendo in mondovisione immagini straordinarie della città. Il potere mediatico dell'evento si riflette anche nel peso delle **sponsorizzazioni**, che rappresentano poco meno della **metà del fatturato complessivo**. Anche le ricadute sociali sono significative: si stima che gli investimenti restituiscano alla collettività un valore quasi tre volte superiore all'importo stanziato. Con oltre un secolo di storia alle spalle, il Giro d'Italia continua a crescere: nel 2025 gli spettatori totali sono cresciuti ancora del 4,5%, superando i 2 milioni, di cui **300.000** stranieri. La tappa di Roma si conferma una delle **più attrattive**, come suggeriscono i picchi di share durante l'arrivo nella Capitale. Al pubblico dal vivo si aggiungono i 18 milioni che hanno seguito la corsa in tv o sui social, collegandosi da oltre 200 Paesi: il **45%** ha dichiarato di aver migliorato la propria opinione sull'Italia dopo l'evento.

IMPATTO ECONOMICO DELL'EVENTO (in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE € 236 milioni

131 KM DI PERCORSO nella provincia di Roma¹

+4,5% DI SPETTATORI (2025 vs 2024)²

200 I PAESI raggiunti da media e social (2025)³

¹ Comitato organizzatore Giro d'Italia
²⁻³ Borsa Internazionale del Turismo

TENNIS

INTERNAZIONALI BNL D'ITALIA



Marmo, statue e terra rossa:
gli Internazionali sono diventati
un simbolo globale

I numeri registrati dagli **Internazionali BNL di Tennis** continuano a crescere.

L'edizione 2026 ha registrato il **record di biglietti** giornalieri venduti, con **43.125 presenze**, e un aumento degli spettatori internazionali del 4% rispetto al 2025, confermando la capacità del tennis italiano di attirare appassionati da tutto il mondo. È cresciuto anche l'interesse degli sponsor: i partner commerciali sono saliti da 28 a 43, generando **25 milioni** di euro (+24%). L'area complessiva dell'evento si è ampliata nel tempo, passando da 12 a oltre 20 ettari e aumentando gli incassi dai servizi a valore aggiunto.

I pacchetti che uniscono biglietti nelle postazioni migliori a esperienze e servizi di fascia alta hanno generato **6 milioni** di euro (+48%). Altri **3 milioni** (+18%) sono arrivati dal nuovo fan village coperto da **6.500 mq**, con 31 aziende tra shopping e ristorazione.

L'ultima edizione ha attivato quasi **8.000 posti di lavoro** e ha rafforzato anche l'impegno sociale: i ricavi da spettatori stranieri e sponsorizzazioni estere saranno destinati a "Racchette in Classe", il progetto che promuove tennis e padel nelle scuole.

IMPATTO ECONOMICO
DELL'EVENTO
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 4.177 milioni

PIÙ DI
418 MILA
SPETTATORI (2026)¹

161 MILA
ADDETTI AI LAVORI (2026)²

PIÙ DI
32 MILIONI
DI EURO DI INCASSI (2026)³

1-2 Federazione Italiana Tennis e Padel
3 Comitato organizzatore Internazionali

RALLY

RALLY DI ROMA CAPITALE



Il Rally di Roma Capitale corre verso il Mondiale e porta il Lazio sulla scena internazionale

L'edizione **2026**, la quattordicesima del **Rally di Roma Capitale**, ha segnato un momento storico per la manifestazione, che dal 2027 ospiterà la tappa italiana del **Mondiale Rally** per quattro anni. Dal 2013, l'evento è cresciuto fino a diventare un riferimento per piloti e appassionati: quest'anno i **piloti alla partenza** saranno più di **100**, tra i numeri più alti mai registrati, in rappresentanza di **26 Paesi**. Le edizioni precedenti hanno registrato oltre **120.000** spettatori al giorno, più di **500 milioni** di audience televisiva cumulativa e 90 milioni di interazioni social generate. La manifestazione continua ad aggiornarsi, a partire dal percorso: l'itinerario dell'ultima edizione, ridisegnato per rafforzare il legame con il territorio, attraversa i **luoghi più iconici della Capitale** e si concentra anche nei suggestivi paesaggi del Lazio, introducendo sfide inedite. Il principale valore aggiunto è proprio la ricaduta locale: il Rally riempie gli hotel, valorizza le eccellenze enogastronomiche locali e porta visibilità ai borghi fuori dai circuiti tradizionali. Il **Salone delle Fontane**, simbolo dell'architettura razionalista **dell'Eur**, è diventato il cuore della manifestazione, riunendo **quartier generale** della gara, **Media Center** e **parco assistenza**.

IMPATTO ECONOMICO
DELL'EVENTO
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 802 milioni

1500

LE PERSONE
coinvolte nei diversi team (2026)¹

250 MILA

SPETTATORI
previsti nell'edizione 2026²

20

I COMUNI
attraversati dalla competizione (2026)³

1-2-3 Comitato organizzatore Rally di Roma Capitale

MEZZA MARATONA

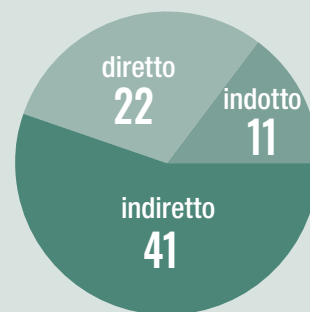
ROMAOSTIA HALF MARATHON



RomaOstia, una mezza maratona sempre più internazionale che parte nel cuore dell'Eur e corre verso il mare

La cinquantunesima edizione della **RomaOstia Half Marathon** è già entrata negli annali, con il miglior tempo maschile dell'anno e l'ottavo nella storia della mezza maratona, oltre a **12 primati** per età. In crescita anche l'impatto economico dell'evento, che nel 2026 ha portato nella Capitale **13.500 runner** da **100 nazioni** e tutti e cinque i continenti. Gli stranieri sono stati oltre il **39%** del totale: un risultato che conferma il lavoro fatto per rendere la gara una delle mezze maratone più importanti d'Europa, sempre più attrattiva e internazionale. In tre anni, i partecipanti stranieri sono passati da 1.800 a oltre 5.000. In crescita anche la partecipazione femminile, arrivata al **34%** del totale, nove punti percentuali in più nell'ultimo triennio. Il velocissimo tracciato, ormai consolidato, unisce Roma al suo mare lungo un percorso di 21,097 km: partenza dall'Eur, passaggio tra via dei Primati Sportivi e viale dell'Oceano Pacifico, arrivo a Ostia in piazzale Cristoforo Colombo. Il Villaggio RomaOstia, un'area di **1.000 mq** allestita davanti al Palazzo dello Sport a poca distanza dallo start, è il punto di incontro tra partner commerciali e pubblico, offrendo un'occasione per avvicinarsi al mondo della corsa.

IMPATTO ECONOMICO
DELL'EVENTO
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 74 milioni

34%
DI PARTECIPAZIONE
FEMMINILE (2026)¹

39%
RUNNER STRANIERI (2026)²

2,8x
LA CRESCITA
DELLA PRESENZA ESTERA
tra il 2024 e il 2026³

1-2-3 Comitato organizzatore RomaOstia

MARATONA

RUN ROME THE MARATHON



Partenza dai Fori, passaggio a San Pietro e arrivo al Circo Massimo: la Run Rome è entrata tra le 8 "major europee"

Il 2026 ha segnato l'ingresso ufficiale della **Maratona di Roma** nel circuito **European Marathon Classics** facendo registrare un nuovo record di affluenza: **36.000** partecipazioni, con le pettorine sold out già quattro mesi prima della partenza. Un'edizione sempre più internazionale, con il **70%** dei runner provenienti dall'estero. Oltre alla classica 42,195 km, i tre giorni dell'evento includono anche la staffetta di beneficenza e la Stracittadina, la corsa non competitiva di 5 km. In cinque anni, la Run Rome è cresciuta in modo straordinario: nel 2021 i partecipanti erano appena 8.000, con 2.500 presenze dall'estero. Crescono anche i ricavi, in **aumento del 20%** rispetto al 2025, e si consolida il posizionamento internazionale: oggi la Maratona è distribuita in oltre **60 Paesi**, con l'ingresso nel 2026 di Stati Uniti e Canada. Con il progetto Rome is Woman, gli organizzatori hanno lavorato per ridurre le disuguaglianze di genere, portando la partecipazione femminile al 29%. **L'Expo Village**, che quest'anno si è trasferito al **Circo Massimo**, accoglie migliaia di visitatori tra stand, eventi, e incontri con atleti internazionali, offrendo ai brand coinvolti una vetrina unica nel cuore della città.

IMPATTO ECONOMICO
DELL'EVENTO
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 422 milioni

120 MILA
FLUSSI TURISTICI
legati all'evento (2026)¹

+350%
PARTECIPANTI
in 5 anni (2026)²

70%
RUNNER STRANIERI (2026)³

1-2-3 Comitato organizzatore Run Rome

GOLF

RYDER CUP

29 SETTEMBRE • 1 OTTOBRE 2023



Ryder Cup, Roma entra nella storia del golf con un'edizione da record

La **Ryder Cup 2023** ha generato il **più alto impatto economico** registrato da un'edizione europea. Per l'evento, il campo del **Marco Simone Golf & Country Club** è stato completamente ridisegnato con un'attenzione particolare all'ecosostenibilità.

I **tre giorni di gara** del weekend sono andati **sold-out**, con il pubblico in fila all'alba per assicurarsi un posto in tribuna. Due terzi dei partecipanti ha dichiarato di voler tornare in Italia entro l'anno.

Persino in una meta come Roma, l'effetto è stato visibile: settembre e ottobre, a cavallo dei quali si è svolto il torneo, hanno registrato un **+25%** negli **arrivi turistici** rispetto all'anno precedente: **3,3 milioni di presenze** complessive, oltre due milioni delle quali straniere. I **pernottamenti** attribuiti alla Ryder Cup sono stati **318.000** e, tra ristoranti, alberghi e negozi, gli incassi degli esercenti romani hanno raggiunto i **215 milioni** di euro. Le emittenti che hanno coperto l'evento sono state 39, con oltre **190 Paesi raggiunti** e centinaia di milioni di interazioni social solo sui canali ufficiali.

IMPATTO ECONOMICO DELL'EVENTO (in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 386 milioni

350 EURO

LA SPESA GIORNALIERA dei visitatori¹

271

MILA SPETTATORI CIRCA²

60 MILIONI

GLI INVESTIMENTI in viabilità urbana³

¹⁻² Federgolf
³ Consiglio Regionale del Lazio

RUGBY

SEI NAZIONI IN ITALIA



Dal fischio d'inizio al terzo tempo, il Sei Nazioni trasforma il rugby in un appuntamento capace di generare valore per la città

Quasi **140.000 spettatori** in due partite, lo **Stadio Olimpico** vicino al **99% della capienza** e gli **incassi** da biglietti **cresciuti del 51%** in due anni. I primi dati sull'edizione 2026 del Sei Nazioni raccontano un appuntamento ormai centrale nel calendario sportivo romano, capace di crescere anno dopo anno. Il valore economico è in aumento, grazie ai maggiori investimenti della **Federazione Italiana Rugby** e ai ricavi diretti della biglietteria, passati dai **4,5 milioni** del 2024 agli oltre **7 milioni** degli ultimi anni. Anche il turismo sportivo continua a crescere: nel 2025 ha raggiunto i 44 milioni di euro, in **aumento del 19%**, grazie al maggiore afflusso di visitatori internazionali. L'anno scorso sono stati 55.882, quasi il triplo rispetto al 2024, quando però si era giocata una partita in meno, e il **30% in più** rispetto al 2023. Il terzo tempo, simbolo dei valori sportivi del rugby, genera ulteriore valore per il territorio: ospitato in una struttura dedicata nel **Parco del Foro Italico**, ha superato le 150.000 presenze e raggiunto **1,4 milioni di fatturato** lordo. Il richiamo dell'evento va oltre le giornate di gara: nel 2025 il 12% dei club ha registrato un aumento di iscrizioni e richieste legato direttamente all'effetto Sei Nazioni.

IMPATTO ECONOMICO DELL'EVENTO
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 355 milioni

PIÙ DI
137 MILA
BIGLIETTI VENDUTI
per due partite (2026)¹

44 MILIONI
IL VALORE DEL TURISMO
SPORTIVO (2025)²

102 MILIONI
DI VISUALIZZAZIONI
sui canali social (2025)³

1-2-3 Federugby

NUOTO

TROFEO SETTECOLLI IP INTERNAZIONALI DI NUOTO



Da più di 60 anni,
il Trofeo Settecolli porta a Roma
i migliori nuotatori del mondo

Nato nel **1963** e arrivato alla **62^a edizione**, il **Trofeo Settecolli** è tra gli incontri di nuoto più antichi al mondo: ospitato nello **Stadio Olimpico del Nuoto** all'aperto del **Foro Italico**, è diventato nel tempo un appuntamento fisso del calendario romano e una delle vetrine più prestigiose del nuoto globale. All'edizione 2025 hanno preso parte **674 atleti** iscritti in rappresentanza di **32 Paesi**, 364 uomini e 310 donne, per un totale di 1.517 presenze in gara. Circa **20.000 spettatori** hanno assistito alle tre giornate della competizione, con un pre-show di intrattenimento organizzato prima di ogni sessione serale. L'edizione **2026** attende circa **700 atleti** provenienti da tutto il mondo, tra cui molte stelle internazionali. Inserito nel circuito **World Aquatics** come evento valido per la qualificazione mondiale, il Settecolli assegna premi in denaro, benefit e punti per il ranking mondiale, capaci di influenzare le classifiche mondiali e i percorsi individuali degli atleti. Le finali sono state trasmesse in diretta su Rai 2 e disponibili in streaming su RaiPlay, mentre le batterie sono state trasmesse sul canale YouTube della Federazione Italiana Nuoto.

**IMPATTO ECONOMICO
DELL'EVENTO**
(in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE
€ 48 milioni

700

ATLETI

previsti da tutto il mondo
nell'edizione 2026¹

20 MILA

SPETTATORI (2025)²

62

LE EDIZIONI

organizzate dal 1963

1-2. Comitato organizzatore Trofeo Settecolli

SKATEBOARD E SPORT ROTELLISTICI

WORLD SKATEBOARDING TOUR



Lo skateboarding trova casa a Roma, dove il patrimonio storico incontra l'innovazione urbana

Da sei anni tappa del **World Skateboarding Tour**, nel 2024 Roma è stata scelta come sede centrale del Campionato del Mondo, ospitato anche in altre tre province, con gare distribuite tra lo **Skate Park del Colle Oppio**, quello di **Ostia** e il **Parco del Pincio**. Un modello di evento sportivo sostenibile e fortemente urbano, capace di attrarre un pubblico giovane e generare ricadute diffuse sul territorio: solo il Campionato del mondo ha portato in città oltre **65.000 spettatori** nei **17 giorni** della manifestazione, di cui il **28%** dall'estero e il **20%** da fuori provincia, insieme a 1.940 atleti da **90 Paesi**. La copertura mediatica è stata elevata: 880 ore di diretta televisiva in oltre **80 Paesi**, a conferma dell'appeal internazionale dell'evento. Anche le tappe del tour hanno registrato una partecipazione significativa e in crescita, passando da circa 23.000 presenze nel 2023 a 34.900 nel 2025. Le ricadute non si fermano all'indotto economico: gli eventi internazionali di skateboarding producono un impatto occupazionale rilevante, legato alla complessità degli allestimenti e dell'organizzazione. Per il solo Campionato del mondo, a Roma è stato impiegato l'equivalente di **440 lavoratori full-time** per oltre due settimane.

IMPATTO ECONOMICO DELL'EVENTO (in milioni di Euro)



EFFETTO TOTALE € 248 milioni

65 MILA SPETTATORI (2024)¹

48% DA FUORI ROMA (2024)²

QUASI 35 MILA SPETTATORI (2025)³

1-2-3 World Skate

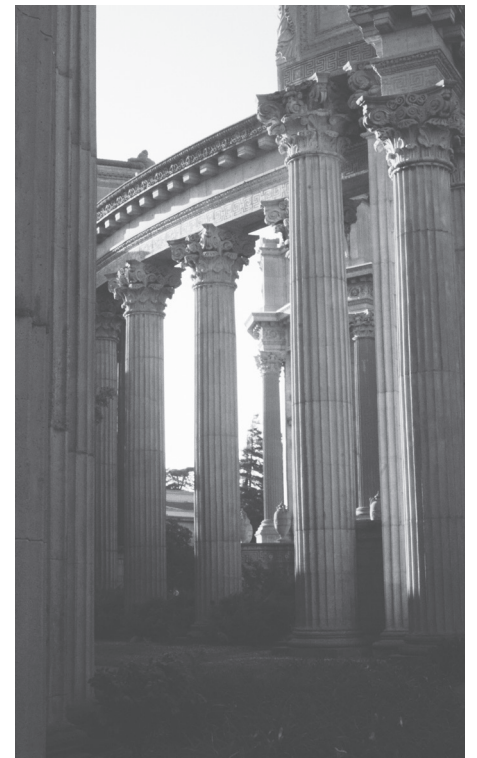
LO SPORT ANIMA ROMA: DIETRO I GRANDI EVENTI, UN SETTORE ATTIVO TUTTO L'ANNO

La provincia di Roma riunisce oltre il 10% delle imprese attive in Italia nell'organizzazione e nella promozione di eventi sportivi e il 7,8% di quelle legate ad attività sportive.

Dietro la Roma dei Grandi Eventi Sportivi c'è una rete di imprese e lavoratori che, durante tutto l'anno, crea le condizioni perché questi appuntamenti possano prendere vita. Una vocazione ormai radicata nella Capitale, confermata anche dai dati economici del settore. Nel 2026, in tutta la provincia di Roma si concentra oltre il 10% delle imprese italiane attive nell'organizzazione e nella promozione di eventi sportivi: 1.062 attività, su un totale nazionale di 10.475. Nessun'altra provincia pesa così tanto; Milano, seconda, si ferma al 5,9%. Il primato è ancora più netto guardando all'occupazione: la provincia raccoglie il 26% degli addetti diretti del comparto, pari a 3.071 unità. La crescita a doppia cifra degli ultimi cinque anni, sia nel numero di imprese (+20%) sia negli addetti (+12%), racconta un settore in forte espansione, in una città sempre più decisa nel porsi come palcoscenico stabile per le grandi manifestazioni sportive.

L'impatto occupazionale è anche più ampio di quanto suggerito dai dati sugli addetti diretti. Attorno a ogni grande appuntamento si attiva una rete di lavori temporanei, tra allestimenti, accoglienza, comunicazione, pulizie, sicurezza e servizi tecnici. L'organizzazione della Ryder Cup di golf rende bene la scala del fenomeno, con circa 7.000 lavoratori impiegati in sei giorni. L'evento ha coinvolto oltre 250 imprese della filiera turistica, sportiva e infrastrutturale, e il Comitato organizzatore ha lavorato con l'Agenzia nazionale per il turismo, la Regione e il Comune per rafforzare l'offerta turistica legata all'evento: anche da qui è derivata una forte domanda di lavoro temporaneo. Appuntamenti ricorrenti come gli Internazionali di Tennis mettono in moto una macchina organizzativa che si riattiva ogni anno. Nell'ultima edizione, il torneo ha creato o mantenuto 7.847 posti di lavoro, per un valore di 200,6 milioni di euro di reddito da lavoro.

La filiera dello sport non si esaurisce nell'organizzazione degli eventi, ma comprende svariati comparti attivati direttamente o indirettamente dalle manifestazioni e, più in generale, il tessuto di imprese che sostiene la vocazione sportiva della Capitale. Anche da questo punto di vista Roma occupa una posizione di primo piano, soprattutto nei servizi. Al netto dell'organizzazione di eventi, nel 2026 la provincia concentra 3.239 imprese legate alle attività sportive: il 7,8% del totale nazionale, più che in ogni altro territorio italiano. Si tratta soprattutto di realtà legate alla gestione di impianti sportivi (1.191 aziende), alle attività di club sportivi (1.112) e centri fitness (718). Dietro questa presenza imprenditoriale c'è una città con una dotazione sportiva ampia e diffusa. Nel 2024, a Roma risultavano attivi circa 2.221 impianti, quasi la metà dei quali pubblici: 80 ogni 100.000 abitanti, un risultato rilevante per una grande metropoli. Gli spazi per l'attività sportiva sono ancora più numerosi: 6.336, pari a 231 ogni 100.000 abitanti. A questa infrastruttura si affianca un esteso





tessuto associativo, con quasi **8.000** tra **associazioni** e **società sportive** dilettantistiche, e circa **800 realtà paralimpiche**.

Il valore dei Grandi Eventi Sportivi non si ferma alla filiera dello sport. La prima ricaduta è nel **turismo**, tra alberghi, ristorazione, trasporti, commercio e servizi. Un contributo che aiuta a destagionalizzare i flussi e, quando gli appuntamenti si svolgono fuori dal centro o nella provincia, a portare visitatori oltre le destinazioni più inflazionate. I volumi in gioco sono rilevanti. Nel caso della **Ryder Cup**, gli spettatori sono stati più di **271.000**, provenienti da **85 Paesi**, con una permanenza media di quattro notti e una spesa pro capite superiore ai 1.300 euro. Il torneo si è svolto nei giorni a cavallo tra settembre e ottobre 2023: secondo l'Ente Bilaterale Turismo del Lazio, i due mesi hanno registrato un aumento del **25%** nei flussi turistici rispetto allo stesso periodo del 2022. Per le partite del **Sei Nazioni** giocate a Roma nel 2025 i visitatori stranieri sono stati quasi **60.000**. Gli Internazionali si collocano su

dimensioni poco superiori: nel 2025, in concomitanza con il torneo, l'occupazione alberghiera a Roma ha toccato l'**85%**, con previsioni di **sold out** nel weekend, mentre le prenotazioni nella ristorazione hanno superato il **70%** dei coperti e incassi stimati per gli operatori turistici fino a **40 milioni** di euro. A queste ricadute si aggiungono gli eventuali investimenti sul tessuto urbano, che generano ulteriore indotto e lasciano



benefici oltre i giorni della manifestazione. Per la **Ryder Cup** sono stati destinati **75 milioni** di euro al miglioramento della viabilità nell'area dell'evento, soprattutto attorno a via Nomentana.

Anche se concentrati in pochi giorni o qualche settimana, gli eventi sportivi romani ormai compongono un calendario così fitto da sostenere una filiera locale attiva durante tutto l'anno. Solo tra giugno e luglio 2026 la città ospita la **Scotering World Cup** e la **Roller Freestyle World Cup**, dedicate a monopattino e pattinaggio freestyle, la quattordicesima edizione del **Rally di Roma Capitale** e la sessantaduesima edizione del **Trofeo Settecolli di nuoto**: appuntamenti diversi per discipline, pubblici e format, capaci di distribuire la domanda su settori differenti e rendere più solido l'ecosistema locale dello sport. La **vocazione sportiva** di Roma emerge anche dall'investimento nella formazione dei futuri professionisti del settore: la provincia è settima in Italia per offerta e immatricolazioni in corsi universitari, master e licei a indirizzo sportivo.

Per ospitare una grande manifestazione sportiva non bastano ambizione e visibilità internazionale. Servono infrastrutture adeguate, in grado di rimanere parte della città e generare valore anche dopo la fine dell'evento. Negli anni, il modo in cui le città si preparano agli appuntamenti internazionali è profondamente cambiato. In passato l'organizzazione di grandi eventi, a partire dalle Olimpiadi, portava spesso alla costruzione di nuovi impianti, necessari per rispondere a requisiti tecnici sempre più esigenti e a un programma in continua espansione. A Roma, con i Giochi del 1960, furono realizzate 12 nuove strutture. Solo nel quartiere dell'Eur sorsero il Palazzo dello Sport, il Velodromo (demolito nel 2008), la Piscina delle Rose e il complesso sportivo delle Tre Fontane. Tre quarti delle opere realizzate per quell'edizione sono ancora in uso al pieno delle potenzialità originarie.

I numeri confermano che i grandi eventi sportivi tendono a lasciare alle città un patrimonio durevole. Si stima che l'86% delle infrastrutture permanenti realizzate per tutte le edizioni delle Olimpiadi tra il 1896 e il 2022 sia ancora in uso. La quota sale al 94% se si considerano solo le edizioni del XXI secolo. Negli ultimi anni, però, la filosofia di fondo è cambiata: oggi è l'evento a doversi inserirsi nei piani di sviluppo della città ospitante. Questo significa, prima di tutto, sfruttare al massimo le strutture già esistenti; i nuovi investimenti infrastrutturali, quando necessari, dovrebbero essere giustificati da un solido piano di eredità. È la direzione seguita da Parigi 2024, dove il 95% delle sedi era già esistente o temporaneo. E sarà anche quella di Los Angeles 2028, che prevede di ospitare i Giochi senza costruire nuove sedi permanenti.

Anche Roma ha seguito questa

GLI IMPIANTI DI ROMA, PATRIMONIO SPORTIVO CHE CAMBIA VOLTO CON LA SUA CITTÀ

Negli ultimi decenni Roma ha adattato e rinnovato i suoi impianti per ospitare i grandi eventi sportivi, puntando a valorizzare le strutture esistenti anche oltre le giornate di gara.



evoluzione. Negli ultimi decenni la sua dotazione sportiva è stata adattata, rinnovata e mantenuta nel tempo per restare all'altezza dei grandi appuntamenti internazionali. Il caso più evidente è quello del principale polo sportivo

di Roma, l'area del Foro Italico. Inaugurato nel 1953 e ampliato con nuovi spazi dedicati al nuoto in vista delle Olimpiadi, il complesso si è trasformato più volte per accogliere i grandi eventi ospitati dalla Capitale. Più di recente, nel 2010,

il **Campo Centrale del Tennis** è stato progettato appositamente per gli Internazionali di Tennis, con l'obiettivo di dotare la manifestazione di un'arena più moderna e capiente, da circa **10.500** posti. Oggi è difficile immaginare gli Internazionali in uno scenario diverso dal Foro Italico, tra il rosso-bruno dei palazzi e dei campi in terra, il bianco delle statue e il verde del paesaggio. Per gli **Europei di atletica del 2024**, un intervento da **24 milioni** ha finanziato il rinnovo delle piste dell'**Olimpico** e dello **Stadio dei Marmi**, oltre alla riqualificazione di tribune, statue e aree di allenamento. L'evoluzione di quest'area non riguarda solo la dimensione sportiva. Il complesso ha rafforzato anche la propria vocazione ricreativa, diventando uno spazio capace di accogliere fan village, aree di incontro e momenti collettivi legati ai grandi eventi. È anche da questi luoghi, come quelli che ospitano i festeggiamenti del **Terzo Tempo** al termine delle partite del **Sei Nazioni**, che nasce una parte dell'indotto indiretto generato dalle manifestazioni. Questa

evoluzione continua anche oggi: nel 2026 è stato approvato il progetto di riqualificazione dello **Stadio Centrale**, destinato a diventare una struttura polifunzionale attiva tutto l'anno, con una capienza ampliata a 12.500 posti e 2.000 metri quadrati di terrazze panoramiche.

Anche lo **Stadio Olimpico** è stato rinnovato più volte per mantenere un profilo internazionale. Dopo i Giochi del 1960, fu trasformato radicalmente in vista dei Mondiali di calcio di Italia '90: venne quasi interamente demolito e ricostruito, la capienza fu portata a quasi **83.000** posti, le curve furono avvicinate al campo e fu realizzata l'iconica copertura ad anello. Nel 2007 è stato ulteriormente ristrutturato per diventare uno stadio Uefa di categoria cinque, idoneo a ospitare finali di **Champions League**, come avvenuto nel 2009. Nel corso degli anni ha accolto partite degli **Europei di calcio del 1968**, del **1980** e del **2021**, numerose finali di Coppa Italia, grandi appuntamenti di atletica, dai **Mondiali agli Europei** fino alle tappe

della **Diamond League**, oltre a **concerti e spettacoli** di richiamo internazionale.

Nella gestione degli impianti sportivi romani, anche la sostenibilità ha assunto un ruolo sempre più centrale. Il concorso ippico **Piazza di Siena**, a **Villa Borghese**, da nove anni porta avanti un "Green Project" a impatto zero, basato sull'uso di materiali bio-sostenibili. Il programma ha restaurato e restituito alla città le antiche tribune attorno all'Ovale, riqualificato l'area del **Galoppatoio** e recuperato numerose statue ed edifici nei pressi del campo di gara. Un'attenzione analoga ha accompagnato anche gli **Europei di nuoto del 2022**, con l'installazione di eco-compattatori per la raccolta differenziata selettiva, il recupero delle eccedenze alimentari e l'uso di un sistema energetico integrato di ultima generazione. I risultati sono stati significativi: emissioni di **CO₂ ridotte del 25%**, ossidi di azoto del **90%**, idrocarburi del **75%** e particolato fine del **95%**.



QUANDO SI GAREGGIA A ROMA, LA CITTÀ NON RESTA SFONDO MA ENTRA NELL'INQUADRATURA

Tra il 2023 e il 2026, i Grandi Eventi Sportivi hanno generato per il brand Roma Capitale una visibilità mediatica dal valore pubblicitario di oltre 430 milioni di euro.



Il Colosseo sullo sfondo di Colle Oppio, i Fori Imperiali, il mare di Ostia e il Foro Italico con lo Stadio dei Marmi. Questi luoghi non fanno solo da scenografia, ma **entrano nell'evento sportivo** e trasformano la copertura mediatica in un racconto della cit-

tà. Non si tratta solo di immagini potenti. La platea raggiunta è enorme, basti pensare alla **Ryder Cup di golf**, che si stima abbia raggiunto **623 milioni di famiglie in 201 nazioni**, o agli **Europei di atletica leggera**, seguiti da oltre **700 milioni** di spettatori. Gli appuntamenti

ricorrenti della Capitale non sono da meno: nel 2025 il Rally di Roma ha raggiunto un pubblico di 8,6 milioni attraverso la programmazione su Eurosport. Con numeri simili, il racconto del calendario sportivo romano si trasforma in una forma di **destination marketing** spontanea.

La visibilità “guadagnata” attraverso visitatori stranieri, media e piattaforme digitali è più difficile da controllare rispetto a una campagna pubblicitaria pagata, ma anche più credibile e spesso più duratura.

A seconda della portata dell'evento, può lasciare un'eredità che rafforza l'immagine della città ben oltre la fine delle competizioni. Per chi assiste attraverso uno schermo, questa comunicazione tocca più la **sfera emotiva** che quella cognitiva (cioè le opinioni su attributi concreti come infrastrutture o servizi).

In uno studio dell'Università del Texas ad Austin, la semplice **associazione** tra una città e un evento sportivo aumentava il **dinamismo percepito** della destinazione. Nel caso di una grande città, migliora anche la valutazione complessiva e l'intenzione di visitarla. Altre ricerche suggeriscono che ospitare eventi dal taglio contemporaneo (come gli sport urbani) possa modificare la percezione di una città storica, facendola percepire come più moderna e internazionale.

Per una realtà come Roma, già molto esposta nei media internazionali, questo tipo di copertura contribuisce ad **aggiornare la percezione della città**, andando oltre le rappresentazioni più consolidate o stereotipate. Convertire il pubblico di un evento sportivo in pubblico della città non è automatico. Le ricerche



suggeriscono che l'efficacia dipenda dalla **popolarità di quello sport** nel Paese di provenienza del pubblico: l'impatto è maggiore dove la disciplina è seguita, ma le occasioni per vederla dal vivo scarseggiano. È qui che il calendario romano fa la differenza, combinando sport tradizionali ed emergenti, grandi eventi internazionali e appuntamenti ricorrenti. Anche i social media contribuiscono alla visibilità della città ospitante, ma con dinamiche diver-

se dai media tradizionali: l'immagine della destinazione non è solo quella veicolata dai canali ufficiali, ma si costruisce anche attraverso i contenuti generati dagli utenti. **Atleti e creator ampliano la portata comunicativa** dell'evento attraverso contenuti personali e sponsorizzati, capaci di renderlo più vicino al pubblico e di aumentarne la circolazione online.

Le **Olimpiadi di Parigi** hanno segnato un **cambio di passo**: la strategia mediatica, tradizionalmente molto controllata, si è aperta ai contenuti promozionali degli atleti, con interazioni social in aumento del **354%** e nuovi follower del **285%** rispetto a Tokyo 2020. Anche Roma si sta muovendo nella stessa direzione: il racconto degli Internazionali passa sempre di più dagli influencer, con contenuti dedicati che nel **2026** hanno generato oltre **61 milioni** di visualizzazioni e una visibilità stimata in circa **1,3 milioni**.

Associare una città a un grande evento sportivo la fa apparire più viva e dinamica, rinnovandone l'immagine oltre gli stereotipi.

LO SPORT CHE UNISCE: SALUTE, EDUCAZIONE E INCLUSIONE SOCIALE

In Italia lo sport coinvolge oltre 21 milioni di persone e i grandi eventi possono fare da traino: il 57% degli spettatori si sente ispirato a praticarlo, quota che sale al 70% tra i giovani.



In Italia lo sport coinvolge oltre **21 milioni** di persone: il **38%** della popolazione con più di tre anni pratica almeno un'attività sportiva e, nella maggior parte dei casi (**77%**), lo fa con continuità. I dati dell'Istat fotografano una tendenza in crescita: nel **1995** era coinvolto poco più di un cittadino su quattro (**27%**), mentre oggi la quota è nettamente più alta. An-

che le grandi manifestazioni sportive possono contribuire: uno studio dell'Università di Sheffield Hallam, condotto tra quasi 7.500 spettatori, ha rilevato che il **57%** degli intervistati si è sentito ispirato a fare sport (o a farlo più spesso) dopo aver assistito a una partita. Tra i giovani sotto i 25 anni la spinta è ancora più forte, con la quota che sale al **70%**. Effetti di questo tipo si fanno sentire an-

che a Roma: nel **2025**, ad esempio, i club di rugby hanno registrato un aumento del **12%** tra iscrizioni e richieste, generato direttamente dagli incontri del Sei Nazioni. C'è poi un impatto più ampio, legato alla qualità della vita e al rapporto con la comunità. A confermarlo è una ricerca della Waseda University di Tokyo che, analizzando 70 studi sul tema, ha rilevato un'associazione positiva con la partecipazione agli eventi sportivi: gli appuntamenti ricorrenti, come maratone o tornei annuali, sono tra i più efficaci nel rafforzare il senso di appartenenza al territorio.

Oltre all'impatto economico, lo sport ha enormi ricadute sociali, a partire dagli effetti sulla salute. I numeri lo confermano: secondo uno studio pubblicato su **The Lancet Global Health**, in Europa i livelli attuali di attività fisica permettono di evitare circa **619.900** decessi all'anno nella fascia **40-74** anni. I benefici riguardano molte patologie. Uno studio comparativo dell'Università di Cambridge, basato sull'analisi di 196 articoli scientifici, ha rilevato che due ore e mezza di attività fisica moderata alla settimana sono associate a una riduzione del rischio di mortalità per diverse cause: **-27%** per le malattie cardiovascolari e **-12%** per 14 tipi di tumore, con effetti più marcati per quelli che colpiscono la testa e il collo (**-35%**) e lo stomaco (**-22%**). Un aspetto piuttosto incoraggiante è che i maggiori benefici si ottengono passando dall'inattività a livelli anche contenuti di movimento. Già 75 minuti a settimana di attività moderata, come una camminata veloce, sono associati a una riduzione del **23%** del rischio di mortalità precoce. Un effetto simile emerge anche per la **salute mentale**. Un'altra ricerca coordinata dall'Università di Cambridge, che ha coinvolto più di 191.000 partecipanti, ha rilevato che 75 minuti a settimana riducono del **18%** il rischio di depressione rispetto a chi

non pratica alcuno sport. Salendo a due ore e mezza il rischio cala ulteriormente, fino al 25% in meno, con risultati pressoché identici a prescindere da come la depressione sia misurata o diagnosticata.

In Italia i più sportivi in assoluto sono i giovani, anche se non mancano i margini di miglioramento, visto che il 37% dei bambini e ragazzi tra i 3 e i 19 anni non svolge attività fisica. Durante la crescita, lo sport è anche un'esperienza educativa che favorisce la socialità e lo sviluppo personale. Secondo uno studio dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (Ocse), esiste una correlazione positiva tra attività fisica e benessere giovanile. Su una scala da 0 a 10, gli studenti undicenni che non praticano sport riportano un punteggio medio di 6,9; chi si esercita una o due volte a settimana sale a 7,2; chi lo fa almeno tre giorni raggiunge 7,5. La differenza emerge anche nel rapporto con la scuola. Rispetto ai compagni più attivi, gli studenti sedentari hanno il 7% di probabilità in più di sentirsi estranei all'ambiente scolastico e il 3% in più



di provare ansia per i compiti, oltre a un rischio maggiore di saltare le lezioni (+3%) o di essere vittime frequenti di bullismo (+2%).

La pratica sportiva resta più diffusa tra gli uomini, anche se negli ultimi trent'anni il divario di genere si è ri-

dotto del 32%. I numeri sull'abbandono lasciano intravedere il peso dei fattori culturali: nel 2024 a dichiarare di aver interrotto uno sport è il 18% dei giovani tra i 10 e i 24 anni, un periodo in cui priorità e interessi si riorganizzano anche a causa delle aspettative sociali. La quota è più alta tra le ragazze (22%) che tra i ragazzi (15%). Inoltre, l'abbandono femminile arriva in media intorno ai 14 anni, un anno prima dei coetanei maschi. Per ridurre questo gap, anche il contesto sociale conta. Roma parte avvantaggiata, collocandosi nel 20% delle province italiane con i livelli più alti di inclusione sportiva femminile, per numero di squadre, atlete e risultati ottenuti. Anche i grandi eventi, grazie alla loro visibilità, possono contribuire. La Maratona di Roma ha lanciato il progetto Rome is Woman per ridurre le disuguaglianze di genere, portando la partecipazione femminile al 28,5% nell'edizione 2025. Sulla stessa scia anche la mezza maratona Roma-Ostia, dove le runner hanno raggiunto il 34% del totale, nove punti percentuali in più in appena tre anni.





GRANDI EVENTI SPORTIVI A ROMA
**QUATTRO ANNI
CHE VALGONO
UN'OLIMPIADE**

Analisi d'impatto del business
generato nella Capitale

Un progetto di



con

ROMA

Assessorato Grandi Eventi, Sport,
Turismo e Moda



**MINISTERO
DEL TURISMO**
REPUBBLICA ITALIANA