



Italiacamp



# SEI NAZIONI 2023

## Valutazione di impatto



# Indice

- |          |   |              |
|----------|---|--------------|
| <b>1</b> | <b>Sei Nazioni 2023: valutazione di impatto</b> | <b>p. 4</b>  |
| <b>2</b> | <b>Le fasi di analisi</b>                       | <b>p. 7</b>  |
| <b>3</b> | <b>Principali evidenze</b>                      | <b>p. 11</b> |
| <b>4</b> | <b>Italiacamp</b>                               | <b>p. 19</b> |

## PREMESSA ALLA LETTURA

La Federazione Italiana Rugby ha incaricato Italiacamp di **valutare l'impatto generato dai match del Sei Nazioni 2023 ospitati in Italia: Italia – Francia, Italia – Irlanda e Italia – Galles.**

L'analisi di impatto realizzata ha previsto l'identificazione e la valutazione degli effetti sociali ed economici generati dall'evento per le diverse categorie di stakeholder coinvolte, direttamente e indirettamente, quali: tifosi, scuole volontari, comunità e territorio.

L'analisi ha valorizzato:

- **l'attrattività dell'evento**, con particolare riferimento all'indotto economico generato dal turismo sportivo nazionale ed internazionale correlato all'evento (*area di impatto riferimento: Engagement*);
- gli **effetti economici generati dalla realizzazione dell'evento** e connessi sia alla spesa per la preparazione dei match sia ai consumi attivati dai tifosi, come quelli del Terzo Tempo (*area di impatto di riferimento: Impatto economico*);

- la **capacità dell'evento sportivo di ingaggiare comunità e tifosi**. Nello specifico sono stati analizzati il grado di coesione sociale, di satisfaction e di incentivo alla pratica sportiva nonché gli effetti connessi alla partecipazione attiva dei volontari di Federazione Italiana Rugby che, come comunità sportiva, contribuiscono significativamente alla realizzazione dell'evento. Gli effetti sono stati indagati e valutati attraverso un coinvolgimento degli stakeholder tramite somministrazione di survey (*area di impatto di riferimento: Impatto sociale*);

La costruzione del modello valutativo e dei relativi indicatori si basa su analisi di benchmark di studi e casi affini. Il dataset è stato elaborato attraverso la raccolta dati provenienti da: fonti esterne; dataset interni forniti da Fir; informazioni qualitative ottenute mediante coinvolgimento diretto degli stakeholder per il tramite della somministrazione di una survey (*vd. Raccolta dati*).

1

# SEI NAZIONI 2023: VALUTAZIONE DI IMPATTO

# VALUTARE L'IMPATTO

## PERCHÈ È IMPORTANTE VALUTARLO?

Valutare l'impatto generato permette di:

- far **emergere il valore condiviso e intangibile** connesso a progetti, attività e azioni;
- rendere comunicabili e fruibili i risultati raggiunti e il valore generato.

- 1** | **Aumenta il valore percepito**  
dell'organizzazione
- 2** | **Rinforza la relazione**  
con gli stakeholder
- 3** | **Riduce i rischi**  
reputazionali e operativi
- 4** | **Crea nuove opportunità**  
di sviluppo e di collaborazione

## COME VALUTARLO?

La letteratura evidenzia l'esistenza di oltre 40 approcci per la valutazione di impatto. **Italiacamp ha sviluppato un proprio framework di valutazione basato sull'approccio «di bricolage»\***, per ovviare all'eterogeneità degli approcci di valutazione, che prevede la combinazione strategica dei metodi di valutazione esistenti.

Il processo è:

- **Standardizzato** nei diversi step d'analisi
- **Solido dal punto di vista metodologico**
- **Flessibile** nella definizione degli indicatori quali-quantitativi e monetari

\*Si tratta di un approccio mutuato dalla sociologia e adattato alla Social Finance da Alex Nicholls primo professore di ruolo in Social Entrepreneurship presso l'Università di Oxford

# IL SEI NAZIONI IN ITALIA

## Perché valutare l'impatto

Misurare e valutare gli effetti generati da un evento sportivo permette di far **emergere aspetti di valore che non sempre vengono colti**, restituendo così una dimensione inedita degli eventi che tiene conto anche dell'indotto prodotto e rappresenta quindi una nuova chiave di lettura per sponsor e istituzioni.

## IL SEI NAZIONI IN ITALIA CONSENTE DI

- **IDENTIFICARE** il valore generato per la Regione Lazio, la città di Roma e la comunità locale coinvolta
- **DIFFONDERE** i valori positivi del modello valoriale del rugby e attrarre la comunità sportiva nazionale e internazionale
- **RAFFORZARE** il posizionamento della città sugli eventi sportivi di risonanza internazionale

## LE FASI DEL PROCESSO DI VALUTAZIONE

### Analisi preliminare

1 | Analisi interna e di benchmark

**Output:** Mappa stakeholder e identificazione aree di impatto e outcome

---

### Misurazione e valutazione

2 | Ingaggio stakeholder e ricognizione dati interni

**Output:** Dataset informativo

3 | Analisi dati e identificazione indicatori di impatto socioeconomico

**Output:** Valutazione dell'impatto

---

# 2

## LE FASI DI ANALISI

# L'IMPATTO DEL SEI NAZIONI

## Le aree di impatto del Sei Nazioni 2023

### LE AREE DI IMPATTO DEL SEI NAZIONI

**Il perimetro d'analisi comprende i 3 match del Sei Nazioni 2023 disputati nella città di Roma, nei mesi di febbraio e marzo 2023.**

L'analisi preliminare ha previsto interviste informali con il management interno di FIR, un'analisi desk di documenti interni alla Federazione e un'analisi di benchmark sull'impatto del settore dello sport.

L'analisi ha portato all'identificazione di:

- **Aree di impatto**, che mettono in luce quali sono i macro-cambiamenti di valore generati la cui somma produce trasformazioni di lungo periodo necessarie per raggiungere il purpose dell'organizzazione.
- **Outcome**, effetti di breve e medio periodo oggetto della misurazione.

### ATTRATTIVITÀ ED ENGAGEMENT

- Attrazione dei tifosi sul territorio
- Copertura mediatica (e social) dell'evento
- Impatto economico del turismo sportivo - nazionale e internazionale
- Coinvolgimento di nuovi stakeholder

### IMPATTO ECONOMICO

- Effetti diretti, indiretti e indotti per il sistema economico
- Impatto fiscale – connesso alla realizzazione dell'evento
- Valore economico del Terzo Tempo

### IMPATTO SOCIALE

- Social Cohesion
- Sport inspiration
- Satisfaction
- Valore del tempo donato dai volontari FIR

### IMPATTO AMBIENTALE

- Gestione sostenibile dell'evento
- Ottenimento certificazione ISO 20121



# GLI STAKEHOLDER

## Persone e organizzazioni coinvolte nell'evento

L'evento del Sei Nazioni rappresenta una manifestazione sportiva che coinvolge, direttamente e indirettamente, un numero di stakeholder maggiore rispetto a quello tipicamente intercettato dalle attività della Federazione di Rugby.

- ATLETI
- CLUB
- PERSONALE SPORTIVO

- DIPENDENTI
- VOLONTARI

- ISTITUZIONI SPORTIVE
- ISTITUZIONI PUBBLICHE

- SCUOLE E UNIVERSITÀ
- TIFOSI E SPETTATORI
- COMUNITÀ E TERRITORIO

- MEDIA
- FORNITORI
- SPONSOR E PARTNER

# LA RACCOLTA DATI

## La raccolta dati

La seconda fase di analisi di valutazione e misurazione degli impatti identificati ha visto la raccolta dati attraverso:

1. Ricognizione e analisi dati interni da ticketing e social media
2. Coinvolgimento degli stakeholder tramite la somministrazione di un questionario alle seguenti categorie di stakeholder:
  - Tifosi
  - Tifosi con disabilità
  - Volontari di FIR
  - Scuole del territorio nazionale
  - Club di rugby del territorio nazionale
  - Operatori

## LO STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il processo partecipativo per la raccolta di dati e informazioni utili per l'analisi è avvenuto attraverso l'invio dei questionari a più di **78.000 soggetti e ha fatto registrare quasi 8.000 risposte, pari a un tasso medio di risposta del 10%**.

Prima di avviare l'analisi dei questionari, il database delle risposte è stato pulito dai response set e dai questionari incompleti. Si specifica che, non essendo stato possibile fare un campionamento ex ante dei tifosi che hanno seguito il Sei Nazioni allo stadio nel 2023, è stata inserita all'interno del questionario una domanda filtro. Pertanto il campione analizzabile ai fini dell'analisi in oggetto è diminuito.

Di seguito il campione finale.

|                         | Invii         | Risposte     | Tasso di risposta | Numerosità del campione analizzato |
|-------------------------|---------------|--------------|-------------------|------------------------------------|
| 1 Tifosi                | 73.272        | 7.313        | 10%               | 4.171                              |
| 2 Tifosi con disabilità | 102           | 31           | 30%               | 30                                 |
| 3 Volontari             | 3.636         | 386          | 11%               | 238                                |
| 4 Scuole                | 60            | 22           | 37%               | 20                                 |
| 5 Club nazionali        | 1.005         | 139          | 14%               | 111                                |
| 6 Operatori             | 11            | 3            | 27%               | 3                                  |
| <b>Totale</b>           | <b>78.086</b> | <b>7.894</b> |                   | <b>4.573</b>                       |

# 3

## PRINCIPALI EVIDENZE

# HIGHLIGHTS

**148.756 TIFOSI**, di cui il 29% stranieri, assistiti da più di **7.200 persone** tra operatori, volontari e addetti FIR

## ATTRATTIVITÀ DI NUOVI STAKEHOLDER

- **+ 3.700** tifosi e ragazzi alla prima esperienza allo stadio con il Sei Nazioni, sul totale dei questionari analizzati
- **+ 2.500 potenziali nuovi tifosi** coinvolti da Club, amici e parenti, sul totale dei questionari analizzati

## SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT

- **1,6 mln visualizzazioni** sulle televisioni nazionali
- **730.000 follower** sui profili social Tik Tok, Facebook, Instagram

## VALORE DEL TURISMO SPORTIVO

- **Oltre 37,2 €/mln** di valore economico generato per il tessuto economico locale, connesso a spese sostenute per accoglienza, ristorazione e trasporti dagli oltre **123.000 tifosi giunti a Roma per l'evento**

## VILLAGGIO DEL TERZO TEMPO

- **120.500 visitatori** del Villaggio del Terzo Tempo
- circa **1,2 €/mln** spesi dai tifosi nel Villaggio per acquistare Food, Beverage e Merchandising

## IMPATTO ECONOMICO

- **5,2 €/mln di impatto economico** per l'economia nazionale generati dall'organizzazione dell'evento sul territorio

## VALORE DEL TEMPO DONATO

- **Circa 1.000 volontari** che hanno preso parte ai tre match del Sei Nazioni 2023 hanno messo a servizio il loro tempo professionale per un valore economico di oltre **219.000 €**

# ENGAGEMENT

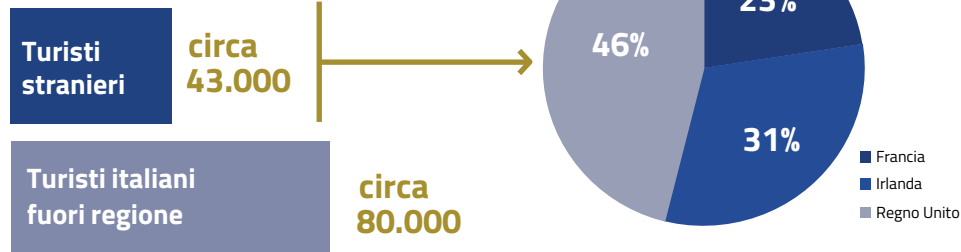
## TURISMO SPORTIVO

**148.756**

tifosi, di cui il 29%  
proveniente dall'estero

**4 €/mln**

di incassi da ticketing\*



**Il turismo sportivo ha generato 37,2 €/mln** di valore economico connesso a spese sostenute per accoglienza, ristorazione e trasporti da tifosi stranieri, tifosi italiani e delegazioni e nazionali, con la seguente distribuzione:

## ATTRATTIVITÀ DI NUOVI STAKEHOLDER E SOCIAL ENGAGEMENT

### Attrattività nuovi stakeholder

**3.700**

persone (adulti e ragazzi) al  
primo match del Sei Nazioni  
allo stadio\*

**2.500**

potenziali nuovi tifosi coinvolti  
da Club, amici e parenti\*

### Social media effect

**245.000**

follower sul profilo Tik Tok

**285.000**

follower sul profilo Facebook

**199.000**

follower sul profilo Instagram

**1.637.100**

visualizzazioni TV italiane

\* Gli incassi da ticketing si riferiscono al Sei Nazioni Maschile e Femminile, al quale è associato l'1% degli incassi.

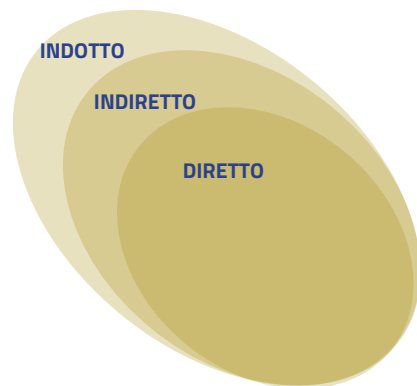
\*Sul totale di questionari analizzati.

# IL VALORE GENERATO DAL SEI NAZIONI

## Impatto economico

### PER IL SISTEMA ECONOMICO

**5,2 €/mln** di impatto economico diretto, indiretto e indotto per l'ecosistema nazionale attraverso gli effetti generati lungo la filiera.



**1€** GENERA **2,01€**  
investito nel Sei Nazioni  
impatto economico per il sistema di riferimento

### PER IL SISTEMA NAZIONALE

**1,4 €/mln** in termini di IVA generata grazie al ticketing

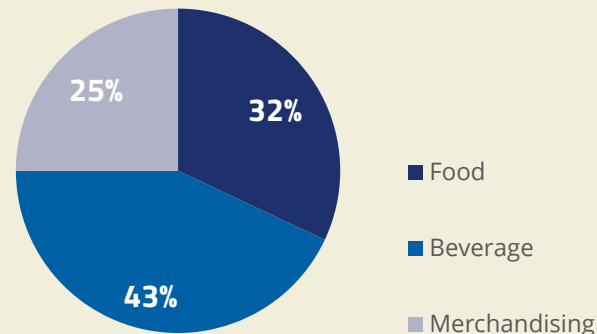
### PER GLI OPERATORI DEL TERZO TEMPO

**120.500**  
visitatori al Villaggio del Terzo Tempo

**100.000**  
ore passate all'interno del Villaggio

**1,2 €/mln**  
di consumi in food, beverage e merchandising

#### DISTRIBUZIONE DEI CONSUMI



# LA COMUNITÀ DEL SEI NAZIONI

## I partecipanti all'evento

### TIFOSI

Oltre il 55% dei tifosi proviene da Lazio, Lombardia e Veneto e ha tra i 40 e i 60 anni. La quasi totalità dei tifosi partecipanti al Sei Nazioni 2023 è di genere maschile. Queste distribuzioni sono confermate anche tra i tifosi con disabilità.

### VOLONTARI

Circa la metà dei volontari del 6 Nazioni 2023 è proveniente dal Lazio, altre regioni di provenienza sono Veneto (12%), Toscana (7%), Lombardia (7%). Diploma superiore (48%) e laurea (44%) sono i titoli di studio più diffusi tra i volontari, i quali sono per 70% uomini e per oltre la metà tra i 40 e i 60 anni.

### SCUOLE

Le scuole provengono principalmente dal Lazio - nello specifico Roma - con qualche caso isolato di altre regioni. I ragazzi coinvolti provengono per oltre il 50% da istituti scolastici secondari di primo grado (11-13 anni).

### CLUB NAZIONALI

I Club coinvolti provengono principalmente dalla Toscana, dal Lazio, dalla Lombardia e a seguire da Piemonte ed Emilia-Romagna. Il 64% dei Club ha partecipato con più di 20 tra atleti e dirigenti ai match del Sei Nazioni 2023.

# IMPATTO SOCIALE

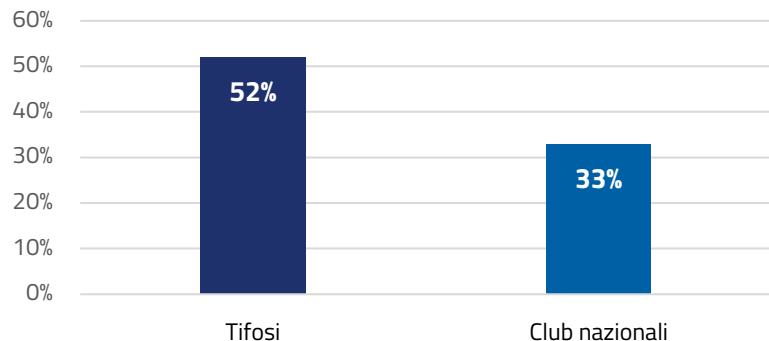
## SOCIAL COHESION

Il Sei Nazioni rappresenta un'opportunità di aggregazione.

- I tifosi hanno condiviso un'esperienza con amici e famiglia (90%)
- Il 50% di questi ultimi ha rafforzato il proprio senso di coinvolgimento nella comunità sportiva del rugby
- circa la metà dei tifosi ha rafforzato l'orgoglio sportivo connesso all'organizzazione dell'evento in Italia, nella città di Roma

### LA CITTÀ DI ROMA

Il fatto che le partite del Sei Nazioni 2023 siano state ospitate nella città di Roma ha aumentato molto l'orgoglio sportivo\*:



Per i ragazzi accompagnati allo stadio dal proprio istituto scolastici (86%) è stata un'occasione di aggregazione e condivisione di una esperienza con i compagni di classe.

## SPORT INSPIRATION

A seguito del Sei Nazioni 2023 i Club nazionali hanno registrato

- Per l'11%, un aumento di iscrizioni e richieste di informazioni

Per le scuole è stata un'occasione per i ragazzi

- per l'81%, di avvicinarsi allo sport e alla sua pratica.

L'evento sportivo è stata un'occasione per far conoscere i valori del rugby e avvicinarsi a questo sport (per più del 65% dei tifosi).

## IL TEMPO MESSO A SERVIZIO DAI VOLONTARI

7.200

persone coinvolte tra operatori, volontari e addetti



I circa 1.000 volontari che hanno preso parte ai tre match del Sei Nazioni 2023 hanno messo a servizio 12.000 ore del loro tempo professionale per un valore economico di oltre 219.000 €

\*Aggregazione delle risposte «molto» e «moltissimo».



# IMPATTO SOCIALE

## SATISFACTION

### Esperienza allo stadio

**97%** tifosi

senso di sicurezza dentro e fuori lo stadio

**95%** Club nazionali

elevata qualità nella gestione dell'evento

### Staff e volontari

**90%** tifosi con disabilità

elevata qualità del servizio di staff e volontari

### Inclusione sociale e accessibilità

**70%** scuole

elevata integrazione di iniziative di inclusione e promozione sociale

**60%** tifosi con disabilità

elevato standard di accessibilità a tutti gli spazi dello stadio

### Food and Beverage

**52%** scuole

elevato gradimento dell'offerta Food & Beverage

### Sostenibilità

**90%** scuole

elevata attenzione all'ambiente nella gestione generale

**30%** tifosi

tifosi che sottolineano l'attenzione alla sostenibilità del Food & Beverage

**30%** scuole

adeguata attenzione alla riduzione dell'impronta ambientale

## Miglioramento organizzativo

rispetto alle edizioni precedenti del Sei Nazioni

|  | TIFOSI      | VOLONTARI   |
|--|-------------|-------------|
| Organizzazione più sostenibile         | <b>+29%</b> | <b>+37%</b> |
| Migliore organizzazione                | <b>+22%</b> | <b>+33%</b> |
| Migliore partecipazione dei volontari* | <b>+20%</b> | <b>+29%</b> |
| Migliore accessibilità dei luoghi      | <b>+18%</b> | <b>+31%</b> |

\*Per i volontari, si riferisce alla percezione dell'engagement dei «colleghi».

# SEI NAZIONI È SOSTENIBILITÀ

## Impatto ambientale

Percorso progressivo di promozione della sostenibilità degli eventi della Federazione Italiana Rugby.

Ispirazione del movimento sportivo italiano e internazionale.

Adozione di buone pratiche coerenti con gli obiettivi di sviluppo dell'Agenda 2030.

Scelte virtuose concrete quali riduzione della pasta, raccolta differenziata, utilizzo dei mezzi pubblici, raccolta eccedenze alimentari.



4

ITALIACAMP

# ITALIACAMP, IMPACT ORGANIZATION

Italiacamp è un'impact organization **che coniuga profit e non profit** per promuovere progetti a impatto sociale e sviluppare valutazioni di impatto con numerosi partner, privati e pubblici.

Un percorso iniziato oltre dieci anni fa e che ancora oggi guida l'organizzazione nel **promuovere processi di trasformazione sociale** che mettono al centro la persona e le sue relazioni per generare nuovo valore, in termini di impatto economico e sociale, per comunità e territori.

## PURPOSE

INSIEME PER IL PAESE

## MISSION

Generare nuovo valore sociale ed economico per il sistema Paese insieme a persone, comunità, istituzioni e aziende.

## CI DEFINIAMO UNA IMPACT ORGANIZATION PERCHÉ

la nostra missione è generare valore sociale ed economico per il Paese.

coniughiamo la remunerazione delle nostre attività con il valore sociale ed economico generato per il sistema di riferimento.

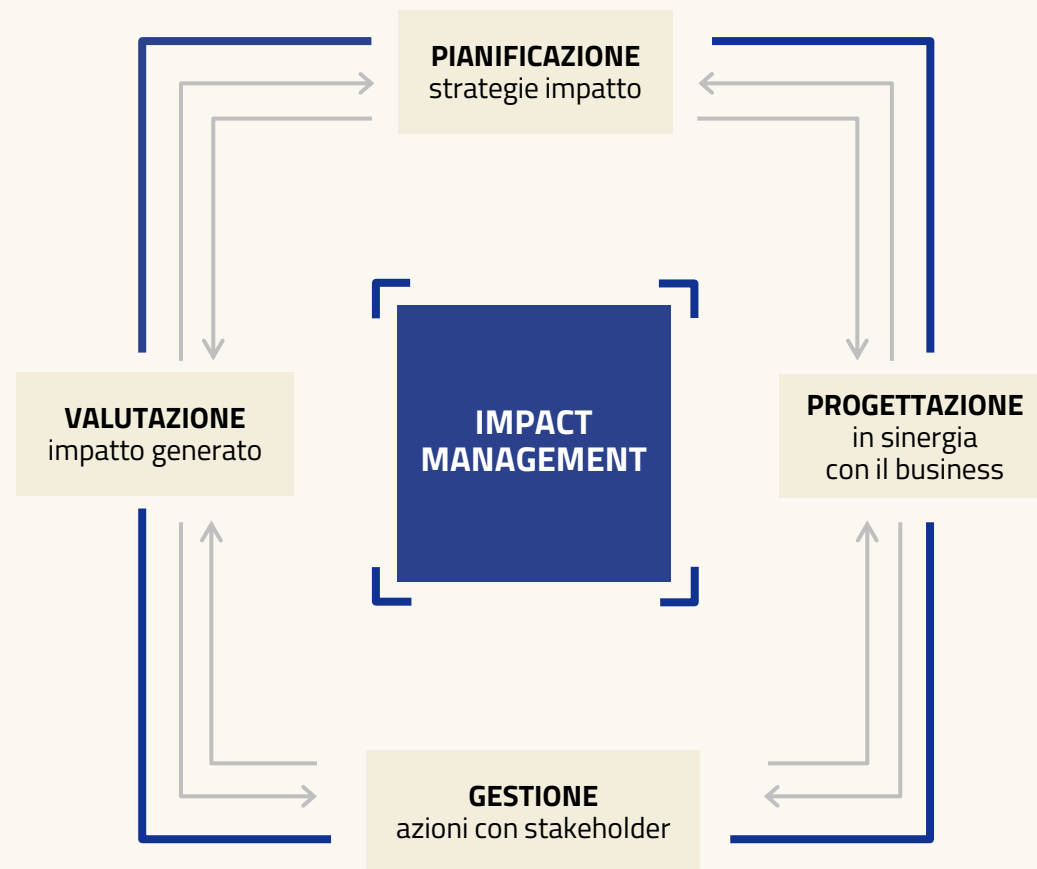
pianifichiamo, attuiamo e valutiamo tutte le azioni del ciclo dell'impatto.

## AL SERVIZIO DELL'IMPATTO

Italiacamp offre il proprio know-how alle organizzazioni pubbliche e private per supportarle nei processi di valutazione, nella pianificazione di attività e nello sviluppo di azioni che hanno come finalità la generazione di impatto economico e sociale e la creazione di valore per la comunità.

### PERCHÉ VALUTARE L'IMPATTO

- 1 | Aumenta il valore percepito dell'organizzazione**
- 2 | Rinforza la relazione con gli stakeholder**
- 3 | Riduce i rischi reputazionali e operativi**
- 4 | Crea nuove opportunità di sviluppo e di collaborazione**



## DISCLAIMER

Il presente documento è stato preparato sulla base dello scopo e dei limiti del nostro incarico descritti nell'Accordo (di seguito "Incarico") sottoscritto tra Italiacamp S.r.l. ("Italiacamp") e Federazione Italiana Rugby (il "Cliente"). Oggetto dell'incarico è un servizio di valutazione di impatto dell'evento Sei Nazioni 2023 in Italia.

Italiacamp ha usato le metodologie ritenute più appropriate alla luce degli obiettivi dell'incarico che sono state applicate al meglio delle proprie conoscenze e fondate sull'approccio metodologico sviluppato, con l'utilizzo di informazioni fornite da Federazione Italiana Rugby e da dati pubblicamente disponibili.

Il lavoro di Italiacamp è stato pertanto svolto assumendo la veridicità, accuratezza, completezza e ragionevolezza dei dati e delle informazioni ricevute, che rimangono di esclusiva responsabilità del Cliente.

Eventi successivi potrebbero avere un significativo impatto sulla valutazione. L'oggetto dell'incarico non prevede aggiornamenti o modifiche del lavoro a tale proposito. Di seguito, senza pregiudizio di quanto sopra, Italiacamp non accetterà nessuna responsabilità in relazione ad aggiornamenti del Report nei confronti di Terze Parti.

