



COMUNICATO STAMPA

## LA FIGC PRESENTA IL BILANCIO INTEGRATO 2020

*Il rapporto illustra i principali programmi strategici della Federazione, il loro potenziamento ed i risultati raggiunti nel 2020. Nel corso dell'evento sarà presentato anche lo studio predisposto dall'Università La Sapienza sul valore dell'impatto economico degli Europei 2020 a Roma.*

Roma, 2 dicembre 2021 – La FIGC presenta oggi il **Bilancio Integrato 2020**, sviluppato con la consulenza di PwC, con l'obiettivo di proseguire il percorso di trasparenza portato avanti negli ultimi anni e rappresentare da un lato i numeri, l'articolazione e la struttura del calcio italiano, dall'altro il valore generato e il ruolo sempre più centrale giocato dal calcio per lo sviluppo sostenibile del Paese, a livello sportivo, economico e sociale. Il Bilancio Integrato 2020, realizzato utilizzando come modello l'Integrated Reporting Framework definito dall'IIRC (International Integrated Reporting Council), è strutturato su **4 capitoli**: nel capitolo introduttivo vengono presentati l'identità e il modello di gestione della FIGC; nel secondo i numeri del calcio italiano; nel terzo i Capitali gestiti dalla FIGC e la loro importanza nel processo di creazione di valore; nel quarto i programmi strategici di sviluppo della Federazione ed il loro potenziamento, avvenuto anche tramite un importante processo di riforme.

**L'impatto del Covid sul calcio italiano.** L'anno 2020, a partire dai mesi di febbraio e marzo, è stato caratterizzato dal significativo impatto prodotto dal COVID-19, che ha generato un rilevante contraccolpo socio-economico anche sul settore calcistico. L'interruzione delle competizioni ha portato alla disputa di quasi 50.000 partite ufficiali in meno tra il 2018-2019 e il 2019-2020; la FIGC tra il 30 giugno 2019 e il 15 marzo 2021 ha perso oltre il 23% dei propri calciatori tesserati, ovvero quasi 245.000 giocatori in meno, mentre gli spettatori potenziali nel calcio professionistico andati persi a causa della chiusura degli stadi ammontano nel 2019-2020 e nel 2020-2021 ad oltre 22,1 milioni. Nelle 2 stagioni considerate, inoltre, il calcio professionistico ha subito un impatto netto dell'emergenza sanitaria stimabile in oltre 1,1 miliardi di euro; a livello indiretto e indotto, l'impatto sul PIL del calcio italiano è diminuito del 18% (da € 10,1 a € 8,2 miliardi) con un decremento di oltre 27.000 posti di lavoro attivati (da 121.737 a 94.462). L'emergenza epidemiologica e il significativo impatto socio-economico che ne è conseguito ha visto la FIGC portare avanti un intervento che si è sviluppato in diverse direttrici strategiche, a cominciare dalla creazione di una task force coordinata dalla neocostituita Commissione Medico-Scientifica della FIGC e dalla definizione di specifici protocolli sanitari, con quasi 74.000 test molecolari e sierologici effettuati nel calcio professionistico (2019-2020).

Federazione Italiana Giuoco Calcio

Via G. Allegri 14, 00198 Roma - +39 06 84 911  
press@figc.it - www.figc.it



È stato inoltre avviato un importante programma di sostegno economico al sistema calcio, che nel solo 2020 si è concretizzato in un apporto complessivo di risorse pari a circa 50 milioni di euro, destinati principalmente al calcio professionistico di base, al settore dilettantistico, giovanile e femminile, nonché al fondo di solidarietà per calciatori, allenatori e preparatori atletici. Da rimarcare, inoltre, l'introduzione di numerose campagne di responsabilità sociale e sensibilizzazione, tra cui **#LEREGOLEDELGIOCO**, per contribuire a sensibilizzare i cittadini sulle regole da seguire per contenere la diffusione del COVID-19 attraverso messaggi dei tecnici e dei calciatori delle Nazionali. L'iniziativa ha prodotto 8,8 milioni di contatti su tutti i mezzi di comunicazione, 4,5 milioni sui social FIGC e oltre 220.000 interazioni. La FIGC ha inoltre assegnato **#LOSCUDETTODELCUORE**, con l'obiettivo di celebrare tutte le categorie professionali impegnate nella lotta al Coronavirus; la campagna ha prodotto 21 milioni di contatti su tutti i mezzi di comunicazione e 1,5 milioni di contatti sui social FIGC. Da rimarcare, inoltre, il supporto al progetto "I campioni portano la mascherina" e alla campagna "Yes Mask" lanciata su Instagram dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù per promuovere l'uso della mascherina, insieme al lancio in partnership con la Fondazione LAPS della campagna di raccolta **fondi #ÈILNOSTRODOVERE - #OURDUTY**, a supporto della Croce Rossa Italiana e del Banco Alimentare, che ha raccolto un valore complessivo pari ad oltre 414.000 euro, con circa 1,7 milioni di interazioni prodotte sui social media. La Federcalcio nel 2020 ha anche messo a disposizione delle autorità fiorentine il Centro Tecnico Federale di Coverciano, ospitando 48 pazienti positivi al COVID-19, insieme all'erogazione diretta di un contributo di 100.000 euro all'Istituto Nazionale per le malattie infettive "Lazzaro Spallanzani" di Roma.

**L'attività delle Nazionali.** Le Squadre Azzurre nel 2020 hanno giocato appena 49 partite, dato in significativo decremento rispetto alle 262 del 2019, a causa dell'impatto del COVID-19. La Nazionale A si è classificata al primo posto nel girone di UEFA Nations League, ottenendo il diritto ad ospitare in Italia la Final Four della competizione (in programma a Milano e Torino nell'ottobre 2021, con il terzo posto finale), ponendo le basi per la straordinaria cavalcata che, nell'estate del 2021, ha permesso all'Italia di conquistare il secondo titolo continentale della sua storia. UEFA EURO 2020 ha rappresentato una straordinaria occasione per riaffermare il valore e il livello dell'intero calcio italiano, avvicinando nuovamente gli italiani ai colori azzurri e, in generale, riaffermando la grande passione per il calcio nel nostro Paese, con 115,7 milioni di telespettatori totali per le 7 partite giocate dagli Azzurri, l'84,3% degli italiani che si è appassionato alle performance della Nazionale e i quasi 60.000 spettatori che hanno assistito allo Stadio Olimpico di Roma alle 4 gare di UEFA EURO 2020 disputate in Italia. Da sottolineare, inoltre, il successo dei progetti FIGC portati avanti nel corso della competizione: 12.000 visitatori a Casa Azzurri, con 22 milioni di visualizzazioni sui social, 20 workshop e 7 concerti live, mentre dall'11 giugno al 16 luglio sui social media delle Nazionali sono state superate le 100 milioni di interazioni, con 2,7 milioni di nuovi fan e follower e oltre un miliardo di impression. "Sogno Azzurro" (5 puntate del docufilm trasmesso su Rai 1) ha prodotto un totale di 14,9 milioni di telespettatori, e nel mese di giugno è stato il documentario più visto su Rai Play.

Federazione Italiana Giuoco Calcio

Via G. Allegri 14, 00198 Roma - +39 06 84 911  
press@figc.it - www.figc.it



La vittoria agli Europei ha inoltre contribuito ad aumentare significativamente la reputazione internazionale dell'intero Sistema Paese, che nel semestre febbraio-luglio 2021 ha avuto un incremento del 21,3% rispetto al semestre precedente, generando anche un significativo impulso per la ripartenza sociale ed economica dell'Italia (si stima un impatto positivo dello 0,7% del PIL, circa 12 miliardi di euro). Di grande rilevanza, infine, l'impatto della vittoria agli Europei sul profilo economico della FIGC: la FIGC ha incassato 28 milioni e 250mila euro. Aggiungendo gli introiti derivanti da accordi commerciali, l'incremento dei ricavi della Federazione è stimabile in circa 36 milioni di euro.

**Il calcio femminile.** Il Bilancio Integrato analizza anche lo sviluppo del calcio femminile, lo sport che sta crescendo di più al mondo e che finalmente anche in Italia sta trovando un concreto sviluppo delle sue potenzialità: tra il 2008-2009 e il 2019-2020 le tesserate per la FIGC sono cresciute del 66,5%, passando da 18.854 a 31.390. Uno sviluppo che è stato accelerato anche dall'assunzione a partire dalla stagione 2018-2019 da parte della Federazione della titolarità dell'organizzazione delle competizioni di vertice (Serie A, Serie B, Primavera, Coppa Italia e Supercoppa, per un totale di quasi 500 partite ufficiali disputate ogni anno). Un percorso di crescita portato avanti dalla Divisione Calcio Femminile che ha permesso di realizzare un significativo miglioramento dei profili organizzativi, commerciali e mediatici dei campionati femminili di vertice (ad esempio l'audience televisiva della Serie A TIMVISION è aumentata del 25,4% tra il 2018-2019 e il 2019-2020, prima dell'interruzione delle competizioni a causa dell'emergenza sanitaria), e che proseguirà ulteriormente in futuro, con l'introduzione del professionismo nella Serie A femminile a partire dal 2022-2023, il lancio della strategia per lo sviluppo del calcio femminile 2021-2025, definita in partnership con la UEFA, nonché la modifica dei format delle principali competizioni (Serie A con 10 squadre e Serie B con 16 a partire dal 2022-2023), con una formula di svolgimento dei campionati che ha l'obiettivo di essere sempre più avvincente e appassionante.

**Le altre attività.** Fuori dal terreno di gioco, la FIGC ha posto al centro delle sue attività il tema della responsabilità sociale (come dimostra ad esempio la collaborazione continuativa con l'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù) e la valorizzazione dei programmi di inclusione e integrazione, come il Progetto RETE! che ha coinvolto circa 3.900 minori stranieri non accompagnati nelle prime 7 edizioni. La Federazione ha anche ulteriormente valorizzato la crescita della Divisione Calcio Paralimpico e Sperimentale, introdotta nel 2019 con l'obiettivo di organizzare l'attività sportiva per persone con disabilità cognitivo-relazionali e patologie psichiatriche, con il coinvolgimento di 2.347 tesserati nel 2019-2020 (82 società affiliate e 115 squadre). Il torneo Quarta Categoria organizzato dalla Divisione si è aggiudicato il premio "Best Disability Initiative" nell'ambito dei Grassroots Awards UEFA 2020.

Il 2020 ha rappresentato un anno di grande importanza anche per quanto riguarda lo sviluppo della dimensione commerciale della Federazione: oltre alla conferma di tutti gli sponsor federali anche durante l'emergenza COVID-19, è stata registrata la definizione di 12 nuove partnership prestigiose ed innovative.

Federazione Italiana Giuoco Calcio

Via G. Allegri 14, 00198 Roma - +39 06 84 911  
press@figc.it - www.figc.it



Grazie a questi accordi, definiti dalla struttura commerciale della FIGC che a partire dal 2019 ha interamente internalizzato la propria attività, i ricavi derivanti dalle sponsorizzazioni (al netto degli accordi stipulati con PUMA, Legea, Net Insurance per l'AIA e Konami) nel 2020 nonostante l'impatto della pandemia sono cresciuti del 36,6%, da 20,5 a 28 milioni di euro (in un contesto generale nel quale a livello globale il mercato delle sponsorizzazioni sportive ha perso il 37%). E' stato inoltre raggiunto e superato l'obiettivo di «quota 100 milioni» (totale accordi di sponsorizzazione e licenza, compresi accordi "value in kind", escluso sponsor tecnico) nel quadriennio 2019-2022, con un aumento di quasi il 50% dei soli ricavi monetari rispetto al quadriennio precedente.

**Studio sulla valutazione economica dell'impatto di UEFA EURO 2020 a Roma.** Un caso di studio particolarmente interessante è rappresentato dai Campionati Europei 2020, il cui impatto economico, turistico e occupazionale prodotto sulla città di Roma è stato analizzato e circostanziato da uno studio predisposto dall'Università La Sapienza. Il report analizza il valore dell'impatto economico degli Europei 2020, al fine di quantificare i benefici diretti, indiretti e indotti derivanti dall'organizzazione delle 4 gare disputate allo Stadio Olimpico. Lo studio, sviluppato in collaborazione con la FIGC e pubblicato in data odierna sul sito della Federazione, è stato realizzato grazie al supporto di tutti i principali partner e stakeholder che hanno partecipato alla pianificazione, organizzazione e gestione dell'evento, tra cui Governo italiano, Roma Capitale, UEFA, CONI, Sport e Salute, Aeroporti di Roma e ATAC.

Nello specifico, lo studio evidenzia come la preparazione e lo svolgimento dell'evento abbia determinato in totale un impiego di risorse quantificabile in circa 97 milioni di euro. I 4 incontri disputati a Roma nel giugno-luglio 2021 hanno riguardato le 3 partite della Nazionale (Turchia-Italia, Italia-Svizzera e Italia-Galles) nella fase a gironi e un quarto di finale (Ucraina-Inghilterra). Agli incontri hanno assistito un totale di 55.795 spettatori (a cui si aggiungono le circa 80.000 persone che hanno frequentato la Fan Zone e il Football Village in Piazza del Popolo e la Public Viewing Area nei Fori Imperiali). I ricavi prodotti dalla vendita dei biglietti per le 4 partite sono stati pari a 6,8 milioni di euro. Data la limitazione della capienza al 25% a causa della pandemia, si può ipotizzare che in assenza della crisi pandemica il risultato generato dalla vendita dei biglietti si sarebbe potuto attestare attorno ai 27,1 milioni di euro.

Considerando, inoltre, che il 59,2% dei biglietti è stato venduto all'estero, si può notare come il flusso turistico verso la capitale sia stato di circa 33.000 turisti stranieri, per la maggior parte provenienti dai Paesi di appartenenza delle Nazionali che hanno giocato a Roma (Svizzera, Inghilterra, Ucraina, Turchia e Galles). Le spese direttamente imputabili al settore turistico sono state pari a 25,8 milioni di euro, di cui 13,1 milioni di euro riferiti a hotel e strutture ricettive, 6,9 milioni di euro per ristoranti e altre strutture del settore, mentre shopping e trasporti del comparto turistico hanno impattato rispettivamente per 4,9 e 0,9 milioni di euro. In assenza della pandemia si può stimare come il dato complessivo relativo alle spese nel settore turistico si sarebbe potuto attestare tra gli 80 e i 100 milioni di euro.

Federazione Italiana Giuoco Calcio

Via G. Allegri 14, 00198 Roma - +39 06 84 911  
press@figc.it - www.figc.it



Il PIL nella regione Lazio e in modo particolare a Roma ha risposto in maniera marcata allo stimolo prodotto dai Campionati Europei 2020, generando un incremento di circa 168,8 milioni di euro (+0,08% sul PIL regionale) equamente distribuito tra le varie componenti del Prodotto Interno Lordo.

In termini capacità di attivazione l'evento ha evidenziato inoltre una scala di sicuro interesse, registrando un moltiplicatore del PIL che si attesta a circa 1,45. Ciò significa che per ogni euro speso, il sistema economico regionale ha risposto con un incremento del PIL pari a 1,45 euro, per via degli effetti diretti, indiretti ed indotti che l'incremento della domanda finale di beni e servizi associata all'evento ha generato.

La risposta del sistema in termini di capacità di incrementare sia le ore lavorate che il numero di lavoratori assorbiti, anche con contratti flessibili, evidenziano un rapporto moltiplicativo di grande rilevanza. L'evento, nello specifico, ha generato un volume netto aggiuntivo di 117.150 mesi di lavoro, l'equivalente di 9.762 posti annuali a tempo pieno.

Federazione Italiana Giuoco Calcio

Via G. Allegri 14, 00198 Roma - +39 06 84 911  
press@figc.it - www.figc.it