



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex D.M. 270/2004*)
in Marketing e Comunicazione

Tesi di Laurea

—

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

I benefici dei grandi eventi alla prova degli effetti di sostituzione: il caso Expo Milano 2015

Relatore

Ch. Prof. Jérôme Massiani

Correlatore

Ch. Prof. Jan Van Der Borg

Laureanda

Giorgia PIZZIALI

Matricola 832602

Anno Accademico

2014/2015

*A Franco,
perché ogni giorno ci sarai, ogni minuto che vorrai,
ad ogni passo della mia vita.*

Sommario

1	Introduzione.....	5
2	Sostituzione e altri effetti: una terminologia da chiarire	7
2.1	Documentare l'assenza: l'analisi economica che non considera gli effetti di sostituzione	10
2.2	Dei concetti necessari.....	12
2.3	Un vocabolario disomogeneo per diversi fenomeni affini.....	13
2.3.1	Sostituzione: una riallocazione di spesa	17
2.3.2	Peso morto: l'effetto non riconducibile all'evento	22
2.3.3	Effetto fuga: le esternalità negative di un evento	23
2.3.4	Spiazzamento: un'economia mono-cultura che allontana parte della popolazione	24
2.4	Conclusioni: una terminologia basata su criteri presenziali e comportamentali	25
3	Quali metodi sono proposti in letteratura?	29
3.1	L'eliminazione d'interesse categorie di visitatori	29
3.1.1	Una soluzione radicale: l'esclusione dei residenti.....	29
3.1.2	Un approccio più fine che distingue alcune micro categorie.....	29
3.1.3	Un metodo troppo <i>abrupto</i> ?.....	31
3.2	Il sondaggio: alla ricerca del controfattuale	32
3.2.1	Una letteratura economica spoglia.....	32
3.2.2	Una metodologia più articolata ma ancora da rodare	42
3.3	Altri metodi: l'analisi Torino 2006	44
3.4	Conclusioni: indispensabile interrogare il controfattuale.....	45
4	Expo Milano 2015: un questionario per misurare l'effetto di sostituzione	47
4.1	Molti italiani, meno stranieri del previsto	49
4.2	Solo l'8% delle presenze sono addizionali.....	51
4.3	La spesa dei visitatori addizionali	52

4.4	Una spesa addizionale dei visitatori non addizionali?	54
4.4.1	Se anche lo straniero (non addizionale) spende di più	55
4.4.2	Se anche l'italiano (non addizionale) spende di più	57
4.5	Impatto complessivo e confronto	60
4.5.1	Degli effetti numerosi, non tutti misurati	60
4.5.2	Valore Aggiunto attivato	61
4.6	Conclusioni: un impatto dimezzato.....	63
5	Conclusione generale.....	66
6	Bibliografia.....	68
7	Allegati	74
7.1	Alcuni risultati descrittivi.....	74
7.2	Addizionalità rispetto alla regione Lombardia.....	76

Indice delle figure

Figura 1 - Categorie visitatori mega evento e relativi flussi	12
Figura 2 - Modello presenziale e comportamentale	28
Figura 3 - Questionario Crompton	38
Figura 4 – Addizionalità e sostituzione attraverso l’impiego di un sondaggio.....	42
Figura 5 - Ripartizione visitatori per categorie addizionali e sostitutive	43
Figura 6 - Visitatori per provenienza (% su totale visite)	50
Figura 7 - Ripartizione visitatori italiani per regione (% tot. visite).....	50
Figura 8 - Attivazione di spesa locale: lo spettro del possibile.....	60
Figura 9 - VA a confronto	63

Indice delle tabelle

Tabella 1 - Impatti economici di un evento	8
Tabella 2 - Studi d’impatto che non citano gli effetti di sostituzione	11
Tabella 3 - L'effetto di sostituzione nella letteratura economica: concetti e termini .	14
Tabella 4 - Proposte di definizione	25
Tabella 5 - Sondaggi a confronto	33
Tabella 6 - Addizionalità e sostituzione per categorie di visitatori.....	35
Tabella 7 - Spesa Olimpiadi di Torino 2006 in Piemonte (2004-2006, Dati Istat)....	45
Tabella 8 - Domande sugli impatti dell’Expo	48
Tabella 9 - Ripartizione visitatori	49
Tabella 10 - Visite addizionali per l'Italia.....	51
Tabella 11 - Previsione CERTeT della spesa dei visitatori di Expo Milano	53
Tabella 12 - Copertura delle varie risposte comportamentali all’evento	61
Tabella 13 - VA addizionale legato alla spesa dei visitatori (mld €).....	62
Tabella 14 - Visitatori stranieri per nazionalità.....	74
Tabella 15 - Visitatori italiani per regione	75
Tabella 16 - Componente addizionale rispetto alla Lombardia	76

Indice dei riquadri

Riquadro 1 - I principali metodi di studio dell'impatto economico dei mega eventi ..	7
Riquadro 2 - Questionario Barget&Gouguet	40
Riquadro 3 - Determinazione della spesa giornaliera dei visitatori	53
Riquadro 4 - Elementi di confronto sulla spesa dei visitatori per Expo.....	56
Riquadro 5 - Un aumento dei consumi dei locali? Ipotesi a confronto.....	58

1 Introduzione

Citava così uno dei più importanti quotidiani nazionali all'alba della nuova Esposizione Universale: "Napolitano: Expo, occasione per uscire dalla crisi. Letta: obiettivo ripresa legato all'Esposizione universale del 2015" (Corriere della Sera.it, 2013). Si diffondeva così l'idea che il destino del nostro Paese fosse in parte nelle mani dell'evento che di lì a un paio d'anni sarebbe giunto a Milano. Le fonti del Corriere e di altre autorevoli testate giornalistiche provenivano dalla grande macchina organizzativa dell'Expo, che grazie a questi documenti vinse la corsa alla candidatura prima, il consenso delle istituzioni politiche, economiche e del pubblico italiano poi. Lo studio più recente sui benefici di Expo Milano risale all'ottobre 2013 e porta la firma dei dottori Dell'Acqua, Morri e Quaini. Con l'intenzione di creare un modello economico specifico per un'esposizione universale, "che si caratterizza per finalità e meccanismi gestionali ben diversi dai sopra menzionati eventi sportivi¹" (Dell'Acqua, Morri, & Quaini, 2013), i membri del team di ricerca si sono serviti del modello leontiefiano I-O per stimare la ricaduta economica dell'evento milanese sul territorio nazionale tra il 2012 e il 2020. I principali risultati annunciavano numeri da capogiro: 23.6 miliardi di produzione aggiuntiva, 10 miliardi di valore aggiunto e oltre 190mila unità di lavoro in più all'anno, a fronte di 20 milioni di visitatori attesi. Nei giorni in cui si sta scrivendo, a neanche un mese dal termine, l'euforia e la soddisfazione in merito ad Expo Milano 2015 non sono scemate, tanto da voler applicare il cosiddetto "modello Expo" anche al Giubileo².

Tuttavia, l'analisi economica corrente sconta alcuni difetti metodologici ricollegabili al tema degli effetti di sostituzione, ossia alla necessità di individuare quale frazione della spesa realizzata per un determinato evento sia effettivamente addizionale per il territorio. Questa situazione è ben descritta da Noël de Saint Pulgent, che, avendo ricevuto mandato dal governo francese di vagliare l'opportunità di organizzare l'Expo di Dugny nel 2004, ha scritto: "non si riesce bene a distinguere nel fatturato, quello che riguarda un contributo netto da quello che riguarda una sostituzione di un consumo con un altro³". (Pulgent, Aout 2002)

Si parla di *substitution effect* o di *displacement effect* o di *crowding out effect* o ancora di *deadweight effect*. Ad affermarlo è una vasta letteratura scientifica che, seppure con una diversa

¹ Olimpiadi e Mondiali di Calcio, citati precedentemente nel testo di Dell'Acqua.

² "Abbiamo davanti il Giubileo: vorrei che avesse lo stesso successo dell'Expo" (Mauro, 2015)

³ "On ne sait pas bien distinguer, dans le chiffre d'affaire généré, ce qui est de l'apport net de ce qui est une substitution de consommation." (Pulgent, Aout 2002)

terminologia, ne riconosce l'esistenza e soprattutto le ripercussioni sulle analisi d'impatto di un mega evento.

Scopo di questa tesi è fornire alcuni strumenti concettuali e operativi per identificare gli effetti di sostituzione e calcolare l'impatto economico netto di un evento, per una comprensione più chiara e corretta del fenomeno. Alla definizione degli effetti sopra citati, infatti, seguono i suggerimenti dei diversi autori su come trattarli nei calcoli economici, per poi giungere ad un'applicazione pratica realizzata in occasione di Expo Milano 2015.

2 Sostituzione e altri effetti: una terminologia da chiarire

L'analisi dell'impatto economico di un grande evento, come un'Olimpiade o un'Esposizione universale, è uno strumento indispensabile per il decisore pubblico ma anche per la collettività, che permette di analizzare la convenienza economica e sociale a ospitare una manifestazione di tale portata rispetto a una situazione senza evento o al costo opportunità dei fondi pubblici utilizzati. Quantificare e valutare i benefici raggiungibili in termini di valore aggiunto e occupazione e i costi necessari per ottenerli sono il primo passo per una valutazione consapevole e responsabile, che giustifichi gli sforzi richiesti ai destinatari dell'intervento e, in generale, alla società.

Nonostante la natura intangibile e spesso aleatoria di questi costi e benefici, esistono diversi metodi di valutazione, solitamente utilizzati dagli analisti del settore, che, tuttavia, producono stime molto diverse fra loro. Il modello Input-Output offre una rappresentazione schematica del funzionamento del sistema di mercato in presenza di uno shock della domanda, analizzando i flussi di produzione e vendita di beni e servizi tra i vari settori dell'economia. L'analisi costi-benefici, invece, si basa sulla misurazione e comparazione dei costi e dei benefici riconducibili a un progetto.

Riquadro 1 - I principali metodi di studio dell'impatto economico dei mega eventi

I grandi eventi generano sul territorio impatti diversi: culturali, sociali, economici, fiscali, occupazionali, ambientali. In particolare, l'impatto economico permette di conoscere come e con quali effetti sono state utilizzate le risorse erogate. Queste informazioni sono utili sia per determinare a priori dove investire le proprie risorse, magari scarse, sia per valutare a posteriori l'eventuale *gap* tra risultati ottenuti e aspettative iniziali. Esistono impatti economici positivi e negativi: individuarli aiuta i decisori pubblici e privati nelle proprie scelte. Nella Tabella 1 si presentano i principali.

Tabella 1 - Impatti economici di un evento

IMPATTI ECONOMICI POSITIVI	IMPATTI ECONOMICI NEGATIVI
Crescita reddito e stile di vita	Crescita prezzi
Miglioramento condizioni economia locale	Crescita valori immobiliari e canoni di locazione
Crescita occupazionale	Aumento costi sicurezza e microcriminalità
Crescita investimenti	...
Sviluppo territoriale, urbano e infrastrutturale	
Crescita attrattività turistica	
...	

È possibile calcolare il valore di un evento, che può tradursi nell'aumento del tasso di occupazione, nella crescita dei valori immobiliari e dei gettiti fiscali e ancora nell'incremento delle attività commerciali e dei consumi, in tre livelli:

1. L'impatto diretto, la spesa sostenuta da istituzioni ed enti organizzatori per allestire l'evento e quella sostenuta dai visitatori per parteciparvi.
2. L'impatto indiretto, cioè le ricadute sul sistema economico locale dovute all'aumento della domanda. Le imprese aumentano la produzione, intensificando gli ordini ai fornitori, per fronteggiare i maggiori consumi in occasione dell'evento.
3. L'impatto indotto, dovuto al cambiamento nei livelli di reddito e di spesa dei residenti. Più produzione, infatti, comporta più lavoro, più lavoro più reddito, più reddito più capacità di spesa, più capacità di spesa più consumi.

I modelli maggiormente utilizzati sono il modello Input-Output e l'analisi costi-benefici.

Il modello IO si basa sulle interdipendenze settoriali di Wassily Leontief e fornisce indicazioni sull'andamento di più variabili: vendite,

produzione, valore aggiunto, redditi, occupazione, gettiti fiscali. Il concetto base è che ogni settore industriale genera un quantitativo di output acquistando e lavorando input provenienti da altri settori produttivi; così, ogni aumento di domanda si ripercuote a cascata sull'intera economia. Queste transazioni sono rappresentate nelle "matrici input-output", che riportano i valori dei flussi intersettoriali e mostrano come, a seconda delle condizioni di interdipendenza tra i settori e delle caratteristiche dei cicli produttivi settoriali, un incremento di domanda in un settore si traduce in un aumento maggiore di attività del sistema economico. Grazie alla sua apparente semplicità l'analisi IO è lo strumento di valutazione dell'impatto economico più comune.

L'analisi costi-benefici, invece, è finalizzata a confrontare se i benefici che un progetto è in grado di apportare alla collettività nel suo complesso (i benefici sociali) sono maggiori dei relativi costi (costi sociali). L'analisi viene condotta trasferendo ciascuna unità di *input* in unità di costi e ciascuna unità di *output* in unità di benefici e assegnando ad ognuna di esse un valore il più oggettivo possibile, in modo tale da renderlo misurabile e confrontabile. In presenza di più alternative, il modello suggerisce la scelta del progetto per cui la prevalenza dei benefici sui costi è maggiore.

Elemento chiave dell'impatto economico di un mega evento è la spesa dei suoi visitatori. Nel 2008, per esempio, anno in cui il BIE affidò all'Italia l'organizzazione della 34esima Esposizione internazionale, si prevedeva l'arrivo a Milano di 21 milioni di visitatori, per un totale di 29 milioni di visite, che, insieme alle spese infrastrutturali, avrebbero generato 28 miliardi di produzione aggiuntiva e 14 miliardi di valore aggiunto (Comitato di candidatura, 2007). I metodi in circolazione, però, scontano alcuni difetti metodologici che non tengono conto degli effetti distorsivi che un mega evento genera nel comportamento d'acquisto e di consumo della popolazione. I cosiddetti effetti di sostituzione, infatti, rendono necessario individuare quale frazione della spesa realizzata per un evento sia effettivamente addizionale e, quindi, attribuibile, al territorio. In questo primo capitolo tratteremo degli effetti di sostituzione, peso morto e spiazzamento, evidenziando come, pur presenti nel panorama economico internazionale, spesso siano fenomeni sottovalutati o, nel peggiore dei casi, non minimamente considerati. Diversi studiosi ne parlano ma è la maggioranza a non farlo.

2.1 Documentare l'assenza: l'analisi economica che non considera gli effetti di sostituzione

Gli studi d'impatto economico dei grandi eventi non sempre prendono in considerazione gli effetti di sostituzione, peso morto e spiazzamento. Esiste una vasta letteratura che, pur manifestando l'intenzione di calcolare l'impatto di un evento in un determinato territorio, non fa nessun riferimento alla loro esistenza e alle loro ripercussioni sugli studi economici. Prova di questa affermazione è una ricerca terminologica all'interno della bibliografia a disposizione delle parole "substitution, displacement, crowding out, deadweight, additionality". Il risultato evidenzia come nessuno degli autori citi nel testo dei propri articoli e consideri nei propri ragionamenti tali effetti. Un esempio tra tutti è la valutazione d'impatto dei Giochi invernali canadesi del 2011 ad opera di *Canadian Sport Tourism Alliance* che stima, tramite il classico modello IO, l'impatto diretto, indiretto e indotto della competizione sportiva nell'intera municipalità di Halifax, sede dell'evento, senza citare nemmeno una volta l'insidioso tema della sostituzione. Ma esistono anche altri esempi che, per ragioni di completezza della nostra ricerca, riportiamo nella Tabella 2.

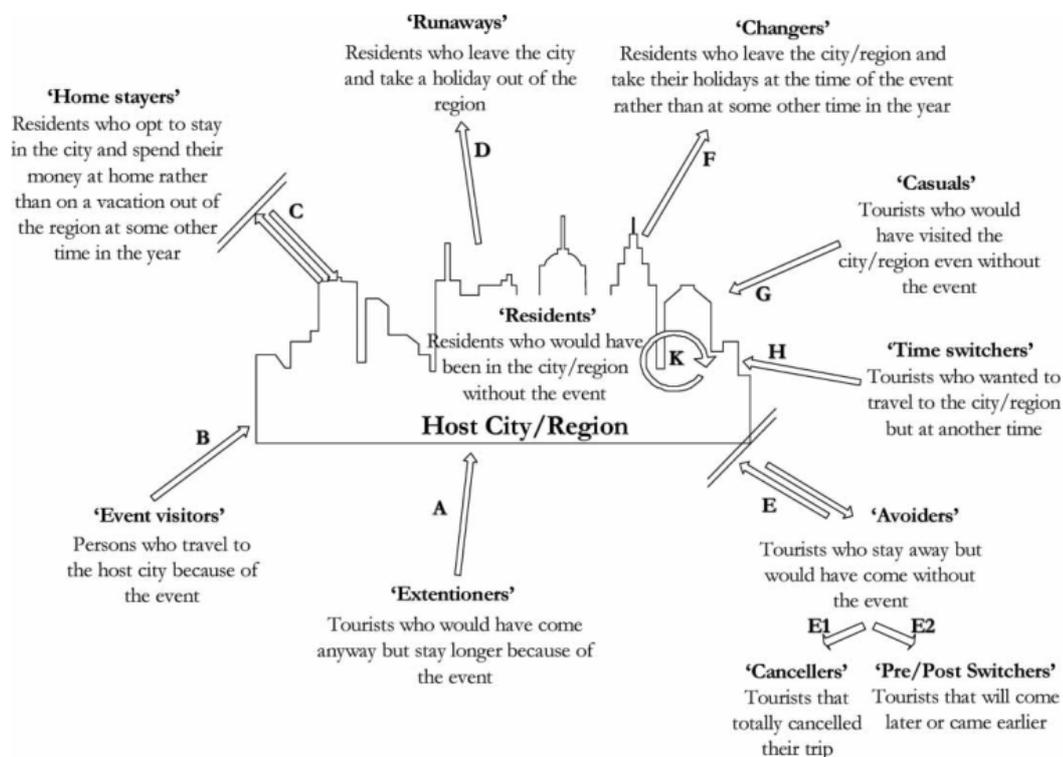
Tabella 2 - Studi d'impatto che non citano gli effetti di sostituzione

Studio	Presenza nel testo delle parole:					Considera	Esplicita limiti
	Substitution	Displacement	Crowding out	Deadweight	Additionality		
Mondello, M. J. & Rishe, P. (2004)	Si	No	Si	No	No	No	Si
Pyo, S. et al (1988)							
Fletcher, J.E. (1989)							
McKay, M. & Plumb, C. (2001)							
Capital Projects Branch (2002)							
Malfas et al. (2004)							
Jones, C. (2005)							
Feddersen, A. et al (2007)							
Matsuda, K. (2008)	No	No	No	No	No	No	No
PwC (2009)							
Castet, J.B. (2010)							
Song, W. (2010)							
Billings, S.B. & Holladay, J.S. (2010)							
Perryman (2012)							
Anfreff, W. (2012)							
LAMCI Research Report (2013)							

2.2 Dei concetti necessari

Fondamentale premessa a questa trattazione è la distinzione introdotta da Holger Preuss, in un articolo comparso sul *Journal of Sport & Tourism* nel febbraio 2007 e scritto a sei mani con Benoit Seguin e Norm O'Reilly. Il professore tedesco individua nella popolazione dei Commonwealth Games del 2002 dieci differenti categorie di visitatori, rivelando, a suo dire, per la prima volta la necessità di sviluppare modelli di analisi d'impatto economico che considerino gli effetti di tale segmentazione (Preuss, Seguin, & O'Reilly, *Profiling Major Sport Event Visitors: the 2002 Commonwealth Games*, 2007). La spesa di ciascun consumatore, infatti, impatta diversamente il sistema economico in base alla categoria considerata. Nella Figura 1, sono rappresentati i diversi comportamenti che residenti e turisti possono attuare in occasione di un evento e che incidono sulle loro modalità di consumo.

Figura 1- Categorie visitatori mega evento e relativi flussi



Fonte: Preuss 2005, p.288

La classificazione di Preuss è utile per rendere immediatamente visibile e operativa la nozione di addizionalità e di sostituzione. Tuttavia corrisponde a un approccio per certi versi sommario verso questi fenomeni, che necessiterebbero di considerare anche variazioni di

comportamento indipendenti del regime di frequentazione di un territorio: un residente, per esempio, potrebbe spendere di più (o di meno) in presenza dell'evento.

Ecco che è, quindi, necessario chiarire il concetto di addizionalità e di sostituzione per una valutazione più corretta e realistica dell'impatto economico di un evento. Sostituzione, peso morto e spiazzamento, come vedremo, rappresentano fenomeni capaci di ridimensionare notevolmente i suoi benefici.

2.3 Un vocabolario disomogeneo per diversi fenomeni affini

Il mondo accademico internazionale offre diverse chiavi di lettura di quello che in generale è possibile definire "effetto di sostituzione" e ne studia le drammatiche implicazioni sugli studi d'impatto economico dei grandi eventi. I fenomeni individuati in letteratura sembrano orbitare attorno a un unico concetto comune che definisce l'effetto di sostituzione come una "riallocazione di spesa fra usi alternativi"; esistono, in realtà, differenze non solo di vocabolario ma anche di contenuto fra i singoli autori presi in considerazione. Tale situazione è illustrata dalla Tabella 3, dove sono classificati ventidue articoli accademici riguardanti il tema oggetto di studio. Per ogni articolo si presenta il termine utilizzato e il significato associato ad esso da ciascun studioso.

Tabella 3 - L'effetto di sostituzione nella letteratura economica: concetti e termini

Dedurre gli effetti che si sarebbero verificati in un'ipotesi controfattuale										
Popolazione non aggiuntiva presente durante l'evento							Popolazione assente durante l'evento			
No categorie di popolazione		Categorie di popolazione					Assente nel territorio dell'evento		Assente in altri territori	
Sulla base del set di beni	Sulla base dei €€€	Esclusione categorie di popolazione al netto di Δ consumi	Esclusione totale o parziale dei locali		Esclusione parziale dei turisti		Categorie di popolazione		No categorie di popolazione	
Spese dirottate nell'economia locale	Risposta locale a $\Delta\epsilon$	Espansione consumi	Locali	Solo gli stayers sono aggiuntivi	Casuals e time switchers	Turisti presenti in ogni caso	Riduzione turisti regolari	Fuga locali	Riduzione consumi altri territori	Riduzione consumi altri beni
Sostituzione						Peso morto	Effetto fuga		Spiazzamento	
Riallocazione spesa	-	Espansione consumi	Riciclo spesa	Extra consumo locale	Deviazione temporale consumo					

Autore	Effetto	Sulla base del set di beni	Sulla base dei €€€	Espansione consumi	Locali	Solo gli stayers sono aggiuntivi	Casuals e time switchers	Turisti presenti in ogni caso	Riduzione turisti regolari	Fuga locali	Riduzione consumi altri territori	Riduzione consumi altri beni
Baade & Matheson 2004ⁱ	Substitution	X										
Barcklay 2009ⁱⁱ	Substitution	X	X		X		X					
Barget & Gouguet 2011ⁱⁱⁱ	Substitution	X		X	X		X					
BOP 2011^{iv}	Substitution	X										
Com. Canad. Tur. 2006^v	Substitution	X					X	X				
Crompton 2001/2006^{vi}	-	X		X	X	X	X					
Felsenstein 2003^{vii}	Substitution, import	X			X	X	X					
Green Book 2003^{viii}	Substitution	X										

Jacobsen 2013^{ix}	-						X					
Kavetsos& Szymansky 2008^x	-						X					
Matheson 2006^{xi}	Substitution	X			X		X					
McHone& Rungeling 2000^{xii}	Substitution	X		X	X							
Mehortra 2012^{xi}	Substitution	X			X		X					
Mills 2013^{xiii}	Substitution	X			X			X				
Nicolas 2007^{xiv}	Substitution	X			X		X					
Siegfried& Zimbalist 2000^{xv}	Substitution	X										
Spiegel 2010^{xvi}	Substitution	X										
Styne 1999^{xvii}	Substitution, import	X			X	X						

Baade& Matheson 2004ⁱ	Displacement	X										
Felsenstein 2003^{viii}	Displacement	X										
Green Book 2003^{viii}	Displacement	X										
Mills 2013^{xiii}	Displacement	X										
Schilling 2012^{xix}	Displacement	X										

BOP 2011^{iv}	Deadweight								X			
Felsenstein 2003^{xx}	Deadweight								X			
Green Book 2003^{xxi}	Deadweight								X			

Baade& Matheson 2004^{xxii}	Crowding out								X	X		X
Barcklay^{xxiii} 2009	Crowding out								X		X	X
Barget& Gouguet 2011^{xxiv}	Crowding out								X			
Green Book 2003^{xxv}	Crowding out											X
Jacobsen 2013^{xxvi}	Crowding out								X	X		X
Kavetsos& Szymansky 2008^x	Crowding out								X	X		
Matheson 2006^{xxvii}	Crowding out								X		X	X
Taks 2011^{xxviii}	Crowding out											X
Tucker 2006^{xxix}	Crowding out											X
Wnorowsky 2011^{xxx}	Crowding out										X	

La Tabella 3 fornisce una prima rappresentazione dell'effetto di sostituzione e suggerisce indicazioni su come considerarlo nei calcoli economici. Se è chiaro come vi sia una comunanza di pensiero circa la definizione generale di sostituzione, è scavando più a fondo che il tema si complica ed emergono numerosi spunti di riflessione. È consigliabile procedere alla lettura della tabella guardando alle colonne piuttosto che alle righe. La valutazione delle ricadute economiche di un evento implica per prima cosa il raffronto con l'ipotesi controfattuale: quali risultati che oggi sono attribuiti all'evento si sarebbero raggiunti ugualmente anche in sua assenza? La prima operazione da fare, quindi, per aggiustare l'impatto economico di un evento è depurarlo degli effetti che si sarebbero verificati in ogni caso. Gli effetti in questione dipendono principalmente dalle spese e dai consumi dei visitatori dell'evento a cui si aggiungono i comportamenti distorsivi della popolazione assente. Nel primo caso, l'effetto di sostituzione indica un dirottamento di spesa verso altri settori dell'economia locale, che a volte può influire sulle modalità di consumo delle persone. Inoltre, se si considera la segmentazione di Preuss, alcune categorie di visitatori, soprattutto i locali, non generano nuova attività nel territorio e devono perciò essere escluse dal computo dei benefici; altre possono essere considerate sostitutive solo al netto delle variazioni di consumo. Nel secondo caso, invece, l'allontanamento di una parte della popolazione produce diversi effetti che, se non considerati, sovrastimano l'indotto dell'evento. È possibile, infatti, che alcuni residenti e turisti si allontanino dalla città a causa delle esternalità negative legate alla manifestazione. Ciò comporta una riduzione dei consumi locali nelle attività commerciali e turistiche non direttamente legate all'evento (che vengono sostituite da quelle *event-related*) o, supponendo un'alta attrattività della manifestazione, una riduzione dei consumi nelle aree esterne a quella d'impatto. Gli effetti di sostituzione, infatti, non possono prescindere dall'elemento territoriale. È importante definire il perimetro di studio (locale, regionale, nazionale) per poter calcolare l'addizionalità o meno dei suoi visitatori. Più grande è la regione considerata, più piccolo sarà il numero di partecipanti addizionali generati (Kavetsos & Szymanski, 2008).

2.3.1 Sostituzione: una riallocazione di spesa

In materia di mega eventi, i rappresentanti del mondo accademico concordano nel definire l'effetto di sostituzione come una riallocazione di spesa indirizzata verso le attività attrattive di una manifestazione e distolta da altri beni e servizi offerti dall'economia locale. Lo dice con queste stesse parole Victor Matheson⁴, a cui fa eco anche Johnatan Barckley quando afferma che *"had the visitor not gone to the event, money would have been spent on other attractions in the city in the event's absence"*

⁴ *"The substitution effect occurs when consumers spend money at a mega-event rather than on other goods and services in the local economy"* (Matheson, 2006)

(Barcklay, 2009). Considerata la poca flessibilità del budget destinato al tempo libero, infatti, quando un consumatore partecipa a un evento, è molto probabile che abbia già riservato una parte del suo denaro per quell'occasione specifica, privandosi così di altre attività di svago come una serata al bowling con gli amici o una cena per due in un buon ristorante.

“Trente euros dépensés par une famille locale pour un spectacle festivalier local correspondent vraisemblablement à trente euros en moins dépensés au musée, au cinéma, au stade ou au parc d’attractions local.” (Nicolas, 2007)

Il concetto di sostituzione si contrappone a quello di addizionalità, che, al contrario, indica la percentuale di nuova moneta iniettata nel territorio grazie ad un evento. Su questa distinzione, Mills e Rosentraub sono categorici:

“there is the potential for a substantial displacement or substitution effect of one group of visitors -those visiting the area for its already existing amenities- by those attending the sport event.(...) Any non-new spending would simply be substitution spending.” (Mills & Rosentraub, 2013).

Tale fenomeno incide sia sui consumi realizzati dai residenti sia su quelli realizzati dai turisti esterni. Preuss aveva ben capito, dunque, l'importanza di segmentare la popolazione sulla base della residenza e dei comportamenti d'acquisto. La spesa di un locale che assiste all'evento perché vicino a casa è da considerarsi sostitutiva tanto quanto quella del turista occasionale che sarebbe arrivato ugualmente in città anche senza l'evento. Secondo questo ragionamento, evidenziato anche dalla tabella proposta in precedenza, esiste una parte della popolazione sostitutiva, la cui spesa non contribuisce all'indotto turistico locale. Non solo i residenti generano *“a reshuffling of local spending”* ma anche includere negli studi d'impatto la totalità dei visitatori esterni potrebbe condurre a stime erronee se una parte di essa è costituita da turisti occasionali o dai cosiddetti *time-switchers* (Matheson, 2006).

Facciamo un esempio. Mentre si scrive, si è da poco concluso l'Expo di Milano. In sei mesi, l'evento milanese ha attirato in città oltre 20 milioni di visitatori, di cui meno di un terzo stranieri. Secondo quanto detto finora, tuttavia, non tutti gli ospiti dei numerosissimi padiglioni possono essere considerati addizionali. Un milanese che vive a San Siro, quartiere a ovest del capoluogo lombardo, e spende cento euro per andare all'Expo, ha dislocato il suo budget per il tempo libero verso l'evento culturale. Con ogni probabilità, se l'Esposizione si fosse tenuta in Inghilterra, il nostro milanese sarebbe andato a cena ai Navigli o avrebbe assistito a una partita del Milan allo stadio sotto casa. Lo stesso

discorso vale per un turista australiano che, avendo programmato la propria vacanza in Italia, decide di andare a visitare l'Expo approfittando del fatto che probabilmente non tornerà più nel nostro paese in un prossimo futuro.

Locali: un riciclo di spesa

L'effetto di sostituzione riduce la spesa "genuina", quindi addizionale, in modo diverso a seconda della categoria di visitatori presa in esame. Riprendendo la classificazione di Preuss, un primo distinguo va fatto tra residenti e turisti. Le fonti che considerano la spesa dei locali sostitutiva di altre spese sono molte (Barcklay, 2009), (Barget & Gouguet, 2011), (Crompton, Lee, & Shuster, A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example, 2001), (Felsenstein & Fleischer, 2003), (Matheson, 2006), (McHone & Rungeling, 2000), (Mehrotra, 2012), (Mills & Rosentraub, 2013), (Nicolas, 2007), (Styne, 1999). La motivazione principale è che questi individui, come i milanesi che visitano l'Expo, rilasciano in circolazione somme di denaro che interessano già l'area di studio perché sarebbero comunque state spese per altri consumi: di conseguenza, il riciclo di spesa in altri settori dell'economia locale non genera nuova attività economica per la città o regione tanto che *"the effect on the local community is likely to be zero."* (Barcklay, 2009)

"It is important to separate residents of the designated region from non-residents (tourists or visitors). In a strict economic impact analysis, only non-resident spending in an area would be treated as "new dollars" to the region. The spending by local residents may not represent new spending if it otherwise would be spent somewhere else in the community." (Styne, 1999)

L'extra consumo locale

Non tutti i consumi locali, però, sono sostitutivi. La presenza degli *home stayers* nella segmentazione di Preuss fa supporre che vi sia una componente addizionale anche tra i residenti, rappresentata in particolare da chi decide di rimanere in città per assistere alla manifestazione anziché allontanarsi per una vacanza. Questo fenomeno è chiamato da Felsenstein⁵ e Styne⁶ *"import substitution"*: è addizionale, infatti, la spesa dei residenti che sarebbe avvenuta al di fuori dell'area di studio e che per effetto dell'evento è stata dirottata verso l'economia locale. Anche Crompton rileva questa possibilità:

⁵ *"We can only credit the festival with those expenditures that might have occurred elsewhere and are now diverted to the local economy as a result of the festival (a form of import substitution)."* (Felsenstein & Fleischer, 2003)

⁶ *"Local visitor spending that would otherwise have occurred outside the region should be included (this is called import substitution)."* (Styne, 1999)

“If there is evidence to suggest that a tourism event keeps some residents at home who would otherwise leave the area for a trip, these local expenditures legitimately could be considered an economic impact because money has been retained in the host community that otherwise would have been spent outside it.” (Crompton J. , Economic impact studies: instruments for political Shenanigans?, 2006)

Inoltre, è anche possibile che un residente, non necessariamente interessato all’evento, vi partecipi lo stesso e sia spinto a spendere di più di quello che avrebbe speso in altre circostanze. Questa variazione nel comportamento di acquisto rappresenta la sola componente addizionale del consumo locale che contribuisce a incrementare l’impatto netto dell’evento, anche se la categoria di visitatori a cui appartiene non può essere definita allo stesso modo. Riprendendo il nostro esempio, il milanese di San Siro potrebbe aver rinunciato a un viaggio fuori regione per non perdere l’occasione di partecipare all’Expo o, anche se fosse rimasto a casa, avrebbe probabilmente speso meno di cento euro in un solo giorno per il suo tempo libero.

Non tutti i turisti generano nuova spesa

L’effetto di sostituzione non tralascia la spesa dei turisti, che, per definizione, apportano nuova moneta in un territorio e dovrebbero essere considerati in toto negli studi d’impatto. Lo ricordano, per esempio, Styne e Tacks:

“In a strict economic impact analysis, only non-resident spending in an area would be treated as “new dollars” to the region.” (Styne, 1999)

“As is generally accepted in EIA, (...) only expenditures of non-local visitors, whose primary purpose was to attend the event, were taken into account.” (Taks, Kesenne, Chalip, Green, & Martyn, 2011)

L’ultima affermazione di Marijke Tacks, però, suggerisce un esame più accurato del profilo dei non residenti, alla ricerca di possibili distorsioni nei comportamenti di spesa e consumo che escludano parte della loro spesa dal computo degli effetti indotti da una manifestazione. In generale, esiste la possibilità che le spese di un turista siano sostitutive di altre spese. Se un visitatore non residente avrebbe visitato quella destinazione anche in assenza dell’evento, il costo del biglietto d’ingresso, dei pasti e delle altre attività di shopping legate all’evento dovrebbero essere considerate come sostitutive della domanda di beni e servizi già esistente e non incluse nel calcolo (Felsenstein & Fleischer, 2003). L’australiano che

ha programmato un soggiorno a Milano durante l'Expo 2015 può aver scelto questa destinazione e questa tempistica senza sapere o senza tenere in considerazione lo svolgersi dell'evento internazionale. Il denaro speso per la visita, di conseguenza, sarebbe comunque giunto a Milano, consumato in altre attività di svago come musei, cinema o altre attrazioni turistiche, suggerendoci, quindi, l'idea che ogni *“spending associated with the event is not incremental spending.”* (Resolutions&Consulting, 2005)

Ad ammettere tale possibilità, tra gli altri, sono John Siegfried e Andrew Zimbalist:

“There is considerable evidence that out-of-state fans at most sporting events do not come to town because of the game. Rather, they are in town for business reasons, to see family or for other leisure activities. If they were not at the game, they would spend their money on other entertainment in the same city. Hence, their disbursements in and around the ballpark substitute for other local spending. Further, they may be guests of a local business or family who pays for the tickets and concessions, in which case there also is no new money attracted from outside of the area.” (Siegfried & Zimbalist, 2000)

Ricorriamo ancora una volta alla classificazione di Preuss per un'analisi più approfondita. In particolare, ci interessiamo di due categorie, i *time switchers* e i *casuals*, il cui riconoscimento e influenza negli studi sui grandi eventi sono ampiamente documentati (Barcklay, 2009), (Barget & Gougnet, 2011), (Resolutions&Consulting, 2005), (Crompton, Lee, & Shuster, A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example, 2001), (Crompton J. , Economic impact studies: instruments for political Shenanigans?, 2006), (Felsenstein & Fleischer, 2003), (Jakobsen, Solberg, Halvorsen, & Jakobsen, 2012), (Kavetsos & Szymanski, 2008), (Matheson, 2006), (Mehrotra, 2012), (Nicolas, 2007). I primi sono i turisti che, avendo già deciso di raggiungere la destinazione in questione, riprogrammano le date della propria vacanza per farle coincidere con l'evento. Quest'ultimo incide, quindi, non sul “se” ma sul “quando” effettuare il viaggio. Questa categoria inietta nel territorio una moneta che solo in parte, quella spesa specificatamente in funzione dell'evento, può essere considerata addizionale. Per esempio, nel caso dell'australiano che si reca a Milano tra maggio e ottobre, solo la spesa del biglietto per l'Expo rappresenta un'iniezione nel territorio di nuova moneta e non il costo di vitto e alloggio. I secondi, invece, capitano nel luogo sede della manifestazione per caso e non per scelta. Il motivo della loro presenza non è legato allo svolgimento dell'evento e si desume che i consumi a loro carico non possano essere attribuiti all'evento (Kavetsos & Szymanski, 2008).

Ma c'è un altro motivo per cui è importante prendere in considerazione le due categorie appena descritte. L'evento, infatti, diventa molto più attrattivo del resto della località, spingendo i consumatori non solo a spendere di più rispetto a una giornata turistica “tradizionale” ma anche a spendere in attività

correlate alla manifestazione piuttosto che nelle comuni attrazioni turistiche del luogo (Preuss, Seguin, & O'Reilly, Profiling Major Sport Event Visitors: the 2002 Commonwealth Games, 2007).

Displacement, un sinonimo per l'effetto di sostituzione

Un esempio della mancanza di univocità nel vocabolario accademico denunciata nel paragrafo 2.1 è dato dal termine “*displacement*”, utilizzato in tre fonti⁷ sulle ventidue analizzate con riferimento all'effetto di sostituzione. A rassicurare sulla loro vicinanza concettuale è il Governo britannico che nel Libro Verde del Tesoro (una guida redatta per stimare e valutare adeguatamente un progetto economico-politico) afferma: “‘*Displacement*’ and ‘*substitution*’ impact are closely related” (Treasury, 2003). Dalla lettura dei testi non risulta alcuna differenza di significato rispetto a quanto indicato finora dalla letteratura scientifica.

2.3.2 Peso morto: l'effetto non riconducibile all'evento

L'ultima categoria di pubblico non addizionale è rappresentata dai visitatori regolari (e dalle loro spese) che avrebbero raggiunto la destinazione anche senza l'evento. Il fenomeno ricade sotto la definizione di *deadweight effect* o “peso morto”, comunemente spiegato dagli addetti ai lavori come il risultato che sarebbe stato ottenuto anche in assenza di un intervento pubblico o, nel nostro caso specifico, il valore della spesa che sarebbe stata consumata in ogni caso (BOP, 2011), (Felsenstein & Fleischer, 2003), (Treasury, 2003).

L'effetto del peso morto rappresenta, a conti fatti, un non-effetto perché il risultato sarebbe stato raggiunto anche in una situazione controfattuale, in quel “*do minimum case*” descritto dal Libro Verde del Tesoro⁸. Molte sono le categorie preussiane che rientrano in questa definizione. Riprendendo l'esempio di Expo Milano 2015, la spesa del turista occasionale australiano o del milanese di San Siro non è da attribuirsi all'appuntamento nel capoluogo lombardo: senza l'Expo, la città avrebbe registrato comunque la sua presenza, il settore alberghiero avrebbe occupato comunque la sua stanza (con l'australiano), i ristoranti della città avrebbero aumentato comunque i loro incassi grazie ai suoi consumi così come anche i musei, i servizi di trasporto, i supermercati o i negozi di souvenir.

Lo studio sui festival di Edimburgo afferma:

⁷ (Felsenstein & Fleischer, 2003), (Schilling, 2012), (Treasury, 2003).

⁸ “‘*Deadweight*’ refers to outcomes which would have occurred without intervention. Its scale can be estimated by assessing what would have happened in the ‘*do minimum*’ case, ensuring that due allowance is made for the other impacts which impact on net additionality.” (Treasury, 2003)

“Many residents who attend the Festival might have visited the city and spent money on their trip even if the Festivals had not taken place. Therefore the expenditure incurred on the trip to the Festival is simply deadweight and cannot be considered to be additional.” (BOP, 2011)

Ne deriva che i concetti di sostituzione e peso morto non siano poi così lontani ma, al contrario, siano strettamente collegati tra loro. Potremmo spingerci a dire, infatti, che il *“deadweight effect”* rappresenti una premessa del *“substitution effect”*. Anche se non citato direttamente, l’idea di *“qualcosa che sarebbe comunque avvenuto”* è intrinseca nella definizione di sostituzione e si contrappone al concetto di addizionalità. L’effetto di sostituzione rappresenta un dirottamento di spesa verso altri settori dell’economia locale ma allo stesso tempo una spesa che sarebbe avvenuta in ogni caso.

2.3.3 Effetto fuga: le esternalità negative di un evento

Anche la popolazione assente ha un impatto negativo sul risultato economico di una manifestazione. Prodotto collaterale dello svolgimento di un grande evento in un dato territorio è il cosiddetto *“effetto fuga”* che consiste nell’allontanamento volontario di residenti e turisti (i *runaways* e gli *avoiders* di Preuss) in occasione dei picchi di arrivi in città per l’evento (Baade & Matheson, *The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup.*, 2004), (Barcklay, 2009), (Barget & Gouguet, 2011), (Jakobsen, Solberg, Halvorsen, & Jakobsen, 2012), (Kavetsos & Szymanski, 2008), (Matheson, 2006), (Mehrotra, 2012). I primi sono descritti da Crompton come i residenti che *“may leave their host community if it is inundated with tourists and spend money elsewhere rather than in the home-town to avoid congestion.”* (Crompton J. , *Economic impact studies: instruments for political Shenanigans?*, 2006). I secondi sono *“des visiteurs potentiels peuvent avoir été découragés de venir dans la région du fait de la crainte de la saturation du territoire ou de nuisances créées par la Coupe du monde de rugby”* (Barget & Gouguet, 2011).

La loro spesa rappresenta un costo opportunità che impatta negativamente sul territorio perché, in assenza dell’evento, si sarebbe riversata all’interno dell’economia locale. Le esternalità negative che normalmente si registrano in questi casi, invece, dissuadono il consumatore dal rimanere/raggiungere una città congestionata dall’arrivo di un numero sempre maggiore di turisti e dalle conseguenze che la loro presenza causa all’economia locale, come l’aumento dei prezzi nel settore della ristorazione o in quello ricreativo. L’effetto si moltiplica nelle comunità che rappresentano già delle destinazioni turistiche: se hotel e ristoranti raggiungono la piena capacità anche durante il resto dell’anno, in occasione dell’evento i nuovi turisti potrebbero solo *“soppiantare”* piuttosto che integrare quelli tradizionali, ottenendo così un incremento dell’impatto lordo ma non di quello netto. Durante i mondiali di calcio del 2002 in Sud Corea,

per esempio, il picco di arrivi di turisti europei nel paese è stato controbilanciato da una diminuzione della stessa grandezza del numero di turisti regolari e viaggi d'affari dal Giappone che hanno evitato la Sud Corea a causa dell'evento calcistico (Matheson, 2006).

2.3.4 Spiazzamento: un'economia mono-cultura che allontana parte della popolazione

Le implicazioni dell'effetto fuga rappresentano quello che in letteratura è chiamato "*crowding out*" o spiazzamento. Il Dipartimento del Tesoro britannico ne fornisce una definizione generale riferendosi a quel fenomeno per cui un aumento della spesa pubblica genera una diminuzione della domanda nel settore privato (Treasury, 2003). Si tratta di un fenomeno a cui spesso assistiamo nel nostro quotidiano: l'aumento delle tasse riduce la propensione al consumo delle famiglie, l'emissione di debito pubblico rende le aziende meno competitive nell'emettere obbligazioni, insomma, qualsiasi intervento della macchina pubblica riduce le risorse a disposizione dei privati. In ambito turistico vale lo stesso principio. Jacobsen parla di "*displacement of other activities*" perchè una destinazione d'interesse turistico, sia pure momentaneo, converge la spesa dei suoi visitatori verso attività economiche più profittevoli come ristoranti, alberghi, negozi di souvenir, distogliendoli dalle attività economiche comuni. Questo effetto, però, crea una dipendenza dell'economia locale dal turismo e dissuade i residenti e i non residenti dal consumo: i primi si vedono rimpiazzare i negozi di cui hanno bisogno con altri più turistici, mentre gli ospiti regolari vengono rimpiazzati dai visitatori dell'evento.

"Consumer goods such as TVs and sporting goods sold well, while some casinos and hotels had drop-offs as regular customers and business travellers avoided World Cup hassles" (Baade & Matheson, The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup., 2004)

Infine, Barckley, Matheson e Wnorosky mettono in rilievo un ultimo aspetto circa il fenomeno dello spiazzamento, ossia la compensazione dei consumi nelle aree non monitorate dallo studio. Supponendo, infatti, un'alta attrattività dell'evento, capace di influenzare positivamente il numero delle presenze turistiche in città, "*the increase in visitors to the host city is usually at the expense of other cities in the host country*" (Wnorowsky, 2011). In realtà, non serve allontanarsi molto dalla sede della manifestazione per registrare una diminuzione della spesa. Barckley, citando uno studio retrospettivo sui Giochi di Atlanta di French e Disher, rileva che alcune zone della città lontane dal Parco Olimpico hanno registrato una diminuzione del volume d'affari rispetto al normale durante l'evento sportivo. Lo stesso valeva per i negozi e i *resorts* fino a 150 miglia da Atlanta. Con l'aiuto di Matheson possiamo fornire anche un altro esempio. In Australia il comparto alberghiero di Sydney ha registrato il tutto esaurito tra il

16 e il 30 settembre 2000, giorni in cui si sono svolte le Olimpiadi del nuovo Millennio. Questo ha garantito un aumento del 49% dell'occupazione nella sola prima metà del mese. Nelle altre grandi città del paese, tuttavia, si è registrata una riduzione dei livelli di occupazione nello stesso periodo. A Brisbane e Melbourne tale indice è crollato del 17% e 19%. In generale, con le sole eccezioni di Sydney e Adelaide, tutto il settore turistico australiano ha subito una riduzione in termini di occupazione e attrattività turistica che sono state dirottate verso la sede dei Giochi olimpici (Baade & Matheson, *The Quest for the Cup: Assesing the Economic Impact of the World Cup.*, 2004).

2.4 Conclusioni: una terminologia basata su criteri presenziali e comportamentali

A conclusione di questo primo capitolo, si presenta una proposta di definizione per ciascuno dei fenomeni studiati, alla luce non solo delle descrizioni già presenti nella letteratura analizzata ma anche delle riflessioni emerse nel corso della trattazione.

Tabella 4 - Proposte di definizione

Terminologia scelta	Descrizione del fenomeno
Effetto di sostituzione	Riallocazione di spesa fra usi alternativi all'interno dell'economia locale, che può comportare anche un'alterazione delle modalità di consumo. Si contrappone al concetto di addizionalità e influisce sui calcoli d'impatto economico a seconda della categoria di visitatori. Corollari di questo effetto sono un riciclo di spesa ad opera dei residenti, la generazione di un extra consumo locale e la possibile deviazione temporale di una parte della spesa turistica.
Espansione consumi	Aumento dei consumi della popolazione locale e turistica in occasione di un evento.
Riciclo di spesa	Si riferisce alla spesa dei locali, che, in un'ipotesi controfattuale, sarebbe circolata ugualmente nel territorio.
Extra consumo locale	Consumo generato dai locali in occasione di un evento, d'importo maggiore rispetto ad una situazione controfattuale.
Deviazione temporale del consumo	Consumo generato dalle categorie preussiane <i>casuals</i> e <i>time switchers</i> in un arco temporale diverso da quello programmato.
Displacement	Sinonimo dell'effetto di sostituzione.
Peso morto	Effetto/risultato non riconducibile all'evento, che si sarebbe verificato in ogni caso.

Effetto fuga	Allontanamento volontario di residenti e turisti a causa delle esternalità negative provocate dall'evento. Genera una diminuzione dei consumi nelle attività locali non correlate all'evento (spiazzamento) e/o nelle zone esterne all'area d'impatto.
Spiazzamento	Impatto negativo generato dalla popolazione assente che comporta una convergenza della spesa dei visitatori verso attività economiche <i>event-related</i> a danno di quelle tradizionali. Genera una dipendenza dell'economia locale dal turismo e dissuade residenti e non residenti dal consumo.

L'analisi del vocabolario utilizzato dal mondo accademico fa emergere la necessità di sovrapporre due dimensioni. La prima si riferisce a un "modello presenziale", come formalizzato da Preuss, che identifica categorie di visitatori in base alla loro presenza-assenza nelle situazioni con o senza evento. La seconda, invece, si riferisce a un "modello comportamentale", che studia le possibili distorsioni comportamentali e di consumo dei visitatori. Scopo di questa tesi è fornire alcuni strumenti concettuali e operativi per identificare gli effetti di sostituzione e calcolare l'impatto economico netto di un evento. Quest'obiettivo non può prescindere dall'identificazione dell'esatta componente addizionale della spesa dei visitatori di un evento, generata da un parte da un pubblico addizionale che altrimenti non si sarebbe recato nell'area di studio e dall'altra dai cambiamenti di consumo di un pubblico sostitutivo.

Il primo scenario è descritto dal modello presenziale, che ad un primo passaggio confronta la realtà con l'ipotesi controfattuale, ossia verifica se il visitatore sarebbe stato presente o meno nel territorio anche senza l'evento, per definire il carattere di addizionalità o sostituzione del pubblico preso in esame e poi analizza l'elemento temporale, ossia considera se la presenza nel luogo sarebbe avvenuta nello stesso momento o in uno diverso, per stabilire la categoria di appartenenza. Si profilano, così, sette tipologie di visitatori: gli *home stayers* e gli *event visitors*, puramente addizionali, i *residents*, i *casuals* e i *time switchers*, sostitutivi, e i *runaways* e gli *avoiders*, responsabili di una riduzione dell'impatto economico perché decisi ad allontanarsi dal territorio a causa dell'evento (costo opportunità).

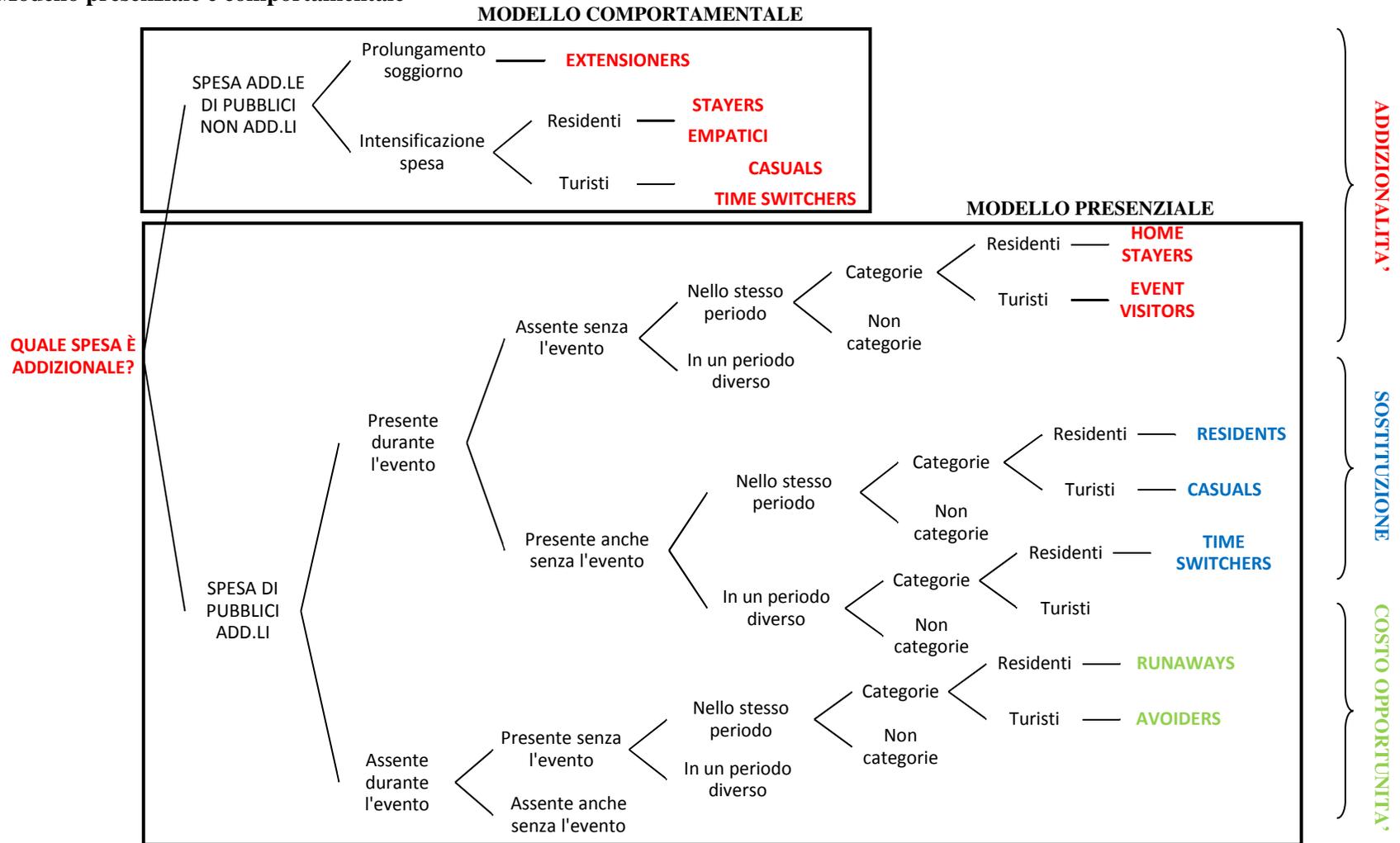
Il secondo scenario, invece, è descritto dal modello comportamentale, che, a differenza di quello precedente, segmenta la popolazione presente all'evento sulla base del comportamento assunto nel corso dello stesso. L'evento, infatti, può essere responsabile dell'alterazione delle modalità di consumo dei visitatori in due modi: prolungando il soggiorno e/o intensificando la spesa in occasione dell'evento. Qualsiasi visitatore potrebbe quindi estendere la durata delle proprie vacanze per partecipare alla manifestazione e/o spendere di più (o di meno) rispetto ad una situazione senza evento. Nel primo caso si parla degli *extensioners*, nel secondo di molte categorie diverse come gli *home stayers* e gli empatici (i

locali non interessati all'evento ma che vi partecipano spendendo di più perché spinti dall'entusiasmo generale) per i residenti e i *casuals* e i *time switchers* per i turisti.

L'incidenza di questo modello è difficile da misurare: anche se fosse possibile registrare la spesa delle categorie presenti all'evento e le sue alterazioni attraverso un questionario costruito *ad hoc*, rimarrebbe il problema di misurare il costo opportunità della spesa dirottata fuori dall'area d'impatto dalle persone che non partecipano all'evento.

La riflessione si è finora concentrata sul modello presenziale e meno su quello comportamentale, soprattutto per la minore disponibilità di dati su quest'ultimo aspetto.

Figura 2 - Modello presenziale e comportamentale



3 Quali metodi sono proposti in letteratura?

La letteratura suggerisce di trattare l'effetto di sostituzione e gli altri concetti da poco definiti ricorrendo a metodi relativamente grezzi rispetto a quello che offre l'analisi economica contemporanea. In particolare si ricorre all'eliminazione della spesa d'interesse categorie di popolazione oppure alla realizzazione di un sondaggio per calcolare l'impatto netto di un evento. Il primo metodo utilizza informazioni basilari sulla provenienza dei visitatori, mentre le sue forme più evolute e il secondo metodo necessitano anche d'informazioni sul "controfattuale", ossia su cosa il visitatore avrebbe fatto in assenza dell'evento.

3.1 L'eliminazione d'interesse categorie di visitatori

La prima strategia consiste nell'eliminazione di un segmento intero di popolazione (in particolare i locali) e della loro spesa così da sottrarre le spese non addizionali dal computo dei benefici attribuibili ad un evento. Includere le spese, pur sostitutive, dei residenti e di alcune categorie di turisti conduce meccanicamente a una sovrastima della loro ricaduta economica sul territorio.

3.1.1 Una soluzione radicale: l'esclusione dei residenti

La soluzione più radicale suggerisce di eliminare dalla spesa complessiva prodotta da un evento la parte attribuibile ai consumatori locali. I loro consumi, infatti, rappresentano un riciclo di spesa che non genera nuova attività economica nel territorio e che, in altre circostanze, si sarebbe riversata verso altri esercizi commerciali del luogo. Per questo motivo, "*in net terms, the effect on the local community is likely to be zero*" (Barcklay, 2009). Da qui l'indicazione condivisa da molti economisti di prendere in considerazione solo i consumi dei visitatori esterni alla città/regione (Barcklay, 2009), (Barget & Gouguet, 2011), (Crompton, Lee, & Shuster, A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example, 2001), (Matheson, 2006), (McHone & Rungeling, 2000), (Styne, 1999), (Taks, Kesenne, Chalip, Green, & Martyn, 2011).

3.1.2 Un approccio più fine che distingue alcune micro categorie

L'obiezione più comune sollevata a chi esclude solamente la spesa dei locali dall'analisi economica riguarda l'esistenza di categorie di turisti che si distinguono per non essere interamente addizionali. In molti, infatti, suggeriscono l'idea di eliminare anche le spese effettuate da *casuals* e *time switchers* perché anch'esse riallocazioni di spesa di visitatori che avrebbero comunque partecipato alla manifestazione (Barcklay, 2009), (Barget & Gouguet, 2011), (Crompton, Lee, & Shuster, A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example, 2001), (Crompton J. , Economic impact

studies: instruments for political Shenanigans?, 2006), (Felsenstein & Fleischer, 2003), (Kavetsos & Szymanski, 2008), (Matheson, 2006), (McHone & Rungeling, 2000), (Mehrotra, 2012), (Nicolas, 2007), (Taks, Kesenne, Chalip, Green, & Martyn, 2011). Su questo punto, la Commissione canadese del turismo afferma:

“If the trip that included a visit to your event displaced a trip that would have taken place within the next three months, no spending is considered incremental because a “similar trip” was replaced by “this” trip. (...) If the respondent claims that the event had “0” influence on the decision to come your community, no spending would be included in the event account.” (Resolutions&Consulting, 2005)

Il tempo e la motivazione di viaggio diventano, dunque, due variabili fondamentali per individuare l'esatta addizionalità dei pubblici presenti all'evento. I dati necessari per aggiustare i calcoli economici secondo questi criteri non riguardano però la sola residenza dei visitatori, facilmente desumibile per esempio all'atto d'acquisto online del biglietto, ma anche informazioni sulle scelte e sulle caratteristiche del viaggio, che richiedono necessariamente una conoscenza più approfondita di ciascun consumatore. Il sondaggio, allora, diviene lo strumento più idoneo per rispondere a questa esigenza e superare gli altri limiti del metodo dell'eliminazione che vedremo nel capitolo 3.1.3.

A questo punto, però, è opportuno citare anche l'impatto negativo provocato dall'effetto fuga, cioè dall'allontanamento volontario di residenti e turisti (*runaways* e *avoiders*) a causa delle esternalità negative generate dall'evento. La loro assenza disperde all'esterno dell'area di studio una spesa potenzialmente addizionale per l'economia. Durante i mondiali di calcio del 2002 in Sud Corea, per esempio, il picco di arrivi di turisti europei nel paese è stato controbilanciato da una diminuzione della stessa grandezza del numero di turisti regolari e viaggi d'affari dal Giappone che hanno evitato la Sud Corea a causa dell'evento calcistico (Matheson, 2006).

Una riflessione ulteriore, infine, meritano gli *home stayers* e i *runaways*. Il trattamento riservato a queste categorie è dubbio. La logica suggerirebbe di includere nella componente addizionale i primi (perché, senza l'evento, sarebbero stati altrove) e, viceversa, di escludere i secondi (perché, in una situazione opposta, sarebbero rimasti in città). Diverse fonti giornalistiche provano l'esistenza di questo fenomeno: secondo Canada.com, le agenzie di viaggio di Vancouver hanno registrato un aumento del 30% delle prenotazioni per il mese olimpico (febbraio 2010) così come quelle immobiliari hanno ricevuto un numero di richieste sempre maggiore di residenti che volevano affittare le proprie abitazioni durante i

Giochi per potersene andare dalla città ed evitare il caos olimpico⁹; un sondaggio della compagnia aerea australiana Ansett rivelò a suo tempo che almeno 500mila dei 4 milioni di abitanti di Sydney avevano intenzione di allontanarsi dalla città in occasione delle Olimpiadi¹⁰; secondo Bloomberg, invece, molti resort del Mediterraneo, in particolare portoghesi e spagnoli, hanno ospitato dal 10 al 20% in più di turisti inglesi durante i Giochi di Londra del 2012¹¹. Tuttavia non sono state individuate stime precise ad opera degli autori presenti in bibliografia, che ci permettano di valutare il reale impatto dell'allontanamento di residenti e turisti dalla sede dell'evento. Crompton è l'unico a sostenere che, poiché il loro impatto è difficile da calcolare e, laddove si riesca, è minimo, è divenuta convenzione tra gli economisti ignorarlo¹².

3.1.3 Un metodo troppo *abrupto*?

Il metodo dell'eliminazione dei residenti appare per diversi aspetti troppo semplicistico perché elimina, senza alcuna considerazione ulteriore, un'intera categoria di visitatori. Invece, ci si dovrebbe chiedere se davvero tutta la spesa dei locali sia sostitutiva. A questo quesito occorre in aiuto la nozione di "*import substitution*" descritta da Felsenstein e Styne, i quali, parlando dei residenti di una città ospitante un mega evento, affermano:

"We can only credit the festival with those expenditures that might have occurred elsewhere and are now diverted to the local economy as a result of the festival (a form of import substitution)." (Felsenstein & Fleischer, 2003)

"Local visitor spending that would otherwise have occurred outside the region should be included (this is called import substitution)." (Styne, 1999)

Se fosse possibile, dunque, misurare l'entità della spesa locale che rimane all'interno dell'area d'impatto grazie all'evento e che in altre circostanze sarebbe stata consumata altrove, allora tale valore dovrebbe essere legittimamente considerato addizionale.

Un secondo quesito è il seguente: esiste una componente addizionale nella spesa turistica di *casual e time switchers*? Esistono diverse risposte. La commissione canadese del Turismo, per esempio, afferma, in maniera piuttosto drastica, che, se l'evento in questione non rappresenta il motivo principale

⁹ "Residents flee city to avoid Olympic chaos", Vancouver Sun, 5 nov 2009, www.canada.com (letto il 25 gen 2016)

¹⁰ "Sydney residents flee during Olympics", Rohan Sullivan, 1 sept 2000, abcnews.go.com (letto il 25 gen 2016)

¹¹ "Olympic Tourism winners? Portugal and Spain", Sofia Horta, 23 ago 2012, www.bloomberg.com (letto il 25 gen 2016)

¹² "Evidence of deflected impact is very difficult to collect. In most cases, the evidence is likely to be tenuous, and the deflected impact is likely to be minimal, so the accepted convention by economists is to disregard it."

della visita, allora nessuna spesa deve essere considerata addizionale¹³. Questa indicazione esclude in maniera categorica l'intero gruppo di persone che si trovano per caso ad assistere all'evento o che hanno anticipato o posticipato le loro vacanze. Matheson¹⁴ e Barget¹⁵, invece, invitano alla prudenza e suggeriscono di prendere in considerazione solo la reale spesa supplementare dovuta all'evento. Su questo punto, Preuss fornisce anche un'altra evidenza: la tendenza di queste categorie, *casuals* e *time switchers*, a spendere di più rispetto a una giornata turistica "tradizionale" e in attività correlate alla manifestazione piuttosto che nelle comuni attrazioni turistiche del luogo (Preuss, Seguin, & O'Reilly, *Profiling Major Sport Event Visitors: the 2002 Commonwealth Games*, 2007). Se, quindi, la loro categoria non può definirsi interamente addizionale, non si può dire altrettanto dei consumi generati per l'evento, in particolare quelli generati nei giorni che sono stati aggiunti al viaggio per potervi partecipare.

3.2 Il sondaggio: alla ricerca del controfattuale

L'eliminazione delle categorie di visitatori risulta essere una strategia sbrigativa che richiede il superamento del metodo presenziale di stile preussiano. Oltre alla distinzione fra categorie di visitatori occorre, infatti, operare una distinzione comportamentale, che analizzi le possibili distorsioni di spesa di ciascun consumatore in presenza di un evento. Il metodo più immediato si basa sull'utilizzo di un sondaggio. Poche, però, sono le applicazioni pratiche di tale suggerimento.

3.2.1 Una letteratura economica spoglia

Nella Tabella 5 sono riportati i pochi esempi a disposizione, con i principali risultati d'interesse.

¹³ "If the respondent claims that the event had "0" influence on the decision to come your community, no spending would be included in the event account." (*Resolutions&Consulting*, 2005)

¹⁴ "For example, college professor at an academic conference may buy a ticket to a local game, and therefore the ticket would be counted as a direct economic impact of the sports contest. The professor, however, would have come to the city and spent money on hotels and restaurants in the absence of the sporting match, and again the money spent at the game substitutes for money that would have spent elsewhere in the local economy." (*Matheson*, 2006)

¹⁵ "Nous avons pu repérer les visiteurs occasionnels dont la présence sur les lieux de la manifestation n'est pas due à la Coupe du monde de rugby mais à des motifs professionnels, par exemple. S'ils assistent à la rencontre, seule la dépense sportive additionnelle doit être prise en compte." (*Barget & Gouguet*, 2011)

Tabella 5 - Sondaggi a confronto

Studio	Evento	Popolazione interrogata	Principali risultati d'interesse
BOP (2011)	Festival di Edimburgo*	Visitatori, giornalisti, <i>performers e delegates</i> N=15606	<ul style="list-style-type: none"> • Spesa dei residenti addizionale al 3% per Edimburgo e 1.1% per la Scozia. • Spesa totale (residenti + turisti) sostitutiva al 43% per Edimburgo¹⁶
Preuss (2007)	Commonwealth Games di Manchester***	Visitatori N=1196	<ul style="list-style-type: none"> • Ripartizione spettatori: 15.6% “<i>home stayers</i>”, 4.9% “<i>time switchers</i>”, 17% “<i>casuals</i>”, 46% “<i>event visitors</i>”, 16.5% “<i>residents</i>”¹⁷
McHone & Rungeling (1997)	Mostra tombe imperiali cinesi presso il Museo d'Arte di Orlando***	Visitatori (divisi fra <i>Orlando residents, Florida residents, Non-Florida residents</i>) N=930	<ul style="list-style-type: none"> • 33.5% visitatori sostitutivi totali • 100% di <i>Orlando residents</i> sostitutivi • 3.3% di <i>Florida residents</i> sostitutivi perché occasionali • 15% di <i>Non-Florida residents</i> sostitutivi perché occasionali
Crompton (2001)	Springfest di Ocean City**	Visitatori N=1447	<ul style="list-style-type: none"> • 100% di residenti sostitutivi • 63% turisti sostitutivi perché avrebbero visitato Ocean City anche senza l'evento • 71% di visitatori sostitutivi totali
Felsenstein (2003)	Festival di Kfar Blum***	Visitatori N=319	<ul style="list-style-type: none"> • Spesa dei residenti addizionale al 52% • Spesa dei turisti addizionale al 56% • Spesa totale (residenti+turisti) sostitutiva al 45%

¹⁶ La spesa si riferisce ai soli visitatori e non anche alle altre categorie intervistate.

¹⁷ Si riferisce ai residenti che sarebbero rimasti ad Orlando anche se non ci fosse stata la mostra.

			<ul style="list-style-type: none"> • Ripartizione spettatori: 18.1% locali, di cui 51% <i>home stayers</i>, e 81.9% turisti, di cui 57.5% di <i>event visitors</i>. Totale: 43.7% visitatori sostitutivi.
Taks (2011)	Giochi panamericani di atletica di Windsor***	Due questionari diversi (per spettatori e partecipanti). N=1168	<ul style="list-style-type: none"> • 73% locali • 27% turisti, di cui 19% “<i>primary purpose</i>” e 8% occasionali
Barget & Gouguet (2007)	Coppa del Mondo di Rugby***	Solo turisti (da fuori regione e non francesi) N=5500	<ul style="list-style-type: none"> • 5%-16%¹⁸ visitatori occasionali (a seconda delle diverse sedi delle partite) • 60%-90% dell’iniezione netta attribuibile ai soli visitatori stranieri (non francesi)

* Questionario parzialmente disponibile; ** Questionario disponibile; ***Questionario non disponibile

BOP Consulting (2011): l’esclusione del 97% dei locali

Lo studio dell’impatto dei festival di Edimburgo focalizza la sua attenzione sui locali, fornendoci un esempio lampante di quanto questa categoria sovrastimi i benefici di un mega evento. Lo studio, infatti, utilizza un questionario per “misurare la proporzione di spesa sostitutiva per ciascuna tipologia di visitatore¹⁹”, perché “*this entails converting the gross economic impact into the net economic impact*” e chiede sia ai turisti che ai residenti presenti all’evento cosa avrebbero fatto se non ci fosse stato il festival a Edimburgo. Le possibili risposte erano:

“ *I would have stayed at home or gone to work*’

I would have done something else in Edinburgh/visited the city anyway’

I would have gone elsewhere in Scotland’

I would have gone elsewhere outside Scotland?’ ” (BOP, 2011)

¹⁸ L’intervallo di percentuali si riferisce a entrambe le categorie considerate (fuori regione e non francesi).

¹⁹ “(...) assess the proportion of expenditures made by all visitor types that would not have been made in the city in any case.” (BOP, 2011)

L'applicazione di un criterio di addizionalità, suggerito dal Libro Verde del Tesoro britannico e dalle *best practices* nelle valutazioni d'impatto, ha escluso la quasi totalità dei locali (il 97% se consideriamo Edimburgo, il 98.9% se consideriamo la Scozia) dal calcolo di addizionalità, avendo risposto alla domanda con le opzioni 1 o 2. Il BOP insegna, quindi, che avere un'elevata proporzione di residenti tra i partecipanti riduce significativamente l'impatto economico di un evento: nel caso di Edimburgo, infatti, questo ha subito una riduzione di quasi la metà perché solo il 57% della spesa turistica è stata considerata addizionale (126.7m£ su 221.5m£).

Preuss (2005): un modello presenziale

Preuss si è servito di un sondaggio per chiarire l'apporto addizionale di ciascuna categoria di visitatori dei Commonwealth Games di Manchester del 2002.

Tabella 6 - Addizionalità e sostituzione per categorie di visitatori

Categoria Preuss		Spesa
A	Extensioners	Addizionale
B	Event visitors	
C	Home stayers	
D	Runaways	Costo opportunità
E1	Cancellers	
E2	Pre/post switchers	Sostitutiva ad eccezione della spesa aggiuntiva rispetto a uno scenario senza evento
G	Casuals	
H	Time switchers	
K	Residents	

Fonte: elaborazione da (Visentin, 2015). La categoria "changers" non è indicata perché neutrale.

Dopo aver misurato la presenza di ciascuna categoria (15.6% *home stayers*, 4.9% *time switchers*, 17% *casuals*, 46% *event visitors* e 16.5% *residents*), propone la seguente equazione che riflette il modello presenziale riassunto nella Tabella 6:

$$\Delta Y = x_a - x_b + \Delta x_K + \Delta x_{H,G}(I)$$

Secondo la formula, l'impatto economico dell'evento (ΔY) è dato dal consumo dei visitatori addizionali (x_a) meno il mancato consumo (definito da Preuss come costo opportunità) dei residenti e

turisti che non hanno partecipato all'evento (x_b) più la componente addizionale dei consumi dei residenti (Δx_K) e dei turisti che sarebbero giunti ugualmente in città ($\Delta x_{H,G}$). Se volessimo scendere nel dettaglio, il consumo di ogni categoria può essere calcolato moltiplicando il numero di giorni di visita (t) per il numero di visitatori (x) per le modalità di consumo (CP).

$$\Delta Y = CP_a t_a x_a - CP_b t_b x_b + \Delta CP_K t_K x_K + \Delta CP_{H,G} t_{H,G} x_{H,G} \quad (2)$$

Applicando le categorie analizzate finora, l'equazione si tradurrebbe così:

$$\begin{aligned} \Delta Y &= (A + B + C) - (D + E1) + \Delta(E2 + G + H + K) \\ &= CP t x_{A,B,C} - CP t x_{D,E1} + \Delta CP t x_{E2,G,H,K} \quad (3) \end{aligned}$$

Secondo Preuss, è evidente la difficoltà dei calcoli sopra proposti. Mentre è piuttosto facile raccogliere i dati necessari riguardanti il pubblico presente all'evento (gruppi A,B,C,G,H e K), non lo è altrettanto per la popolazione assente (gruppi D e E), la cui dimensione è quasi impossibile da calcolare (Preuss, *The Economic Impact of Visitors at Major Multi-sport Event*, 2005).

McHone&Rungeling (1997), Crompton (2001) e Felsenstein (2003): un modello comportamentale

Il superamento del modello presenziale, però, obbliga gli economisti ad interrogarsi anche sui possibili comportamenti distorsivi indotti da un evento per introdurli nelle proprie analisi.

Nel 1997, Warren Mchone e Brian Rungeling hanno condotto uno studio d'impatto per misurare i benefici della mostra itinerante di tombe imperiali cinesi per la città di Orlando (Florida, USA), città che, anche senza la presenza di questa esibizione, rappresentava una delle destinazioni turistiche più amate degli Stati Uniti. Il problema principale era capire cosa attraeva i visitatori: era la mostra ospitata dal Museo d'Arte che portava a Orlando turisti da tutta la regione/paese/mondo o erano le tradizionali attrazioni turistiche della città americana ad attirare nuovi visitatori al museo OMA? L'articolo propone l'utilizzo di un questionario per *“developing visitor profiles and estimating both out-of-town visitor days and out-of-town visitor spending.”* (Mchone & Rungeling, 2000) Per indagare gli effetti di sostituzione, il sondaggio prevedeva domande diverse a residenti e turisti. Ai locali si chiedeva se in passato avessero visitato altre esibizioni di questo tipo e con quanta probabilità si sarebbero recati fuori dal proprio Stato per assistere alla mostra se non si fosse tenuta a Orlando. Dalle risposte è emerso che la spesa dirottata

all'esterno dell'area d'impatto in un'ipotesi controfattuale sarebbe stata minima e per questo motivo i locali non sono stati presi in considerazione. Ai turisti, invece, è stato chiesto quale fosse il motivo principale del viaggio a Orlando e quanti giorni in più si erano fermati per visitare le tombe cinesi. Solo, infatti, *“visitor days generated by the “primary-purpose” visitors and the added days by the “non-primary-purpose” visitors were attributed to the ITC”* (McHone & Rungeling, 2000). Il 3.3% dei turisti dalla Florida e il 15% dei turisti provenienti da un altro paese americano sono risultati sostitutivi. L'impatto totale dell'evento è stato così ridimensionato del 33.5%, non solo per l'esclusione dei locali ma anche per l'esclusione dei turisti che si trovavano ad Orlando per caso.

Crompton offre l'esempio dello Springfest di Ocean City (Maryland, USA) per fornire un modello generale di uno studio d'impatto, che tenga conto anche dell'effetto negativo della popolazione non addizionale. Il questionario è proposto in Figura 3.

Figura 3 - Questionario Crompton

SPRINGFEST 1999: TOWN OF OCEAN CITY VISITOR SURVEY		
SPRINGFEST 1999 TOWN OF OCEAN CITY VISITOR SURVEY		DATE: _____ TIME: _____
1. What is the zip code at your primary home address? _____		
2. Which of the following days will you be (have you been) at this event? (Please circle all that apply) <u>Thursday</u> <u>Friday</u> <u>Saturday</u> <u>Sunday</u>		
3. How many people (including yourself) are in your immediate group? (This is the number of people for whom you typically pay the bills. e.g., your family or close friends) _____ people		
4. To better understand the economic impact of this festival, we are interested in finding out the approximate amount of money you and other visitors in your immediate group will spend, including travel to and from your home. We understand that this is a difficult question, but please do your best because your responses are very important to our efforts. DURING THE COURSE OF YOUR VISIT, WHAT WAS THE APPROXIMATE AMOUNT YOUR IMMEDIATE GROUP WILL SPEND IN EACH OF THE FOLLOWING CATEGORIES:		
TYPE OF EXPENDITURE	Amount spent in the Ocean City area	Amount spent outside the Ocean City area
A. Food & Beverages (restaurants, concessions, cafeterias, etc.)	_____	_____
B. Night Clubs, Lounges & Bars (cover charges, drinks, etc.)	_____	_____
C. Retail Shopping (souvenirs, gifts, films, etc.)	_____	_____
D. Lodging Expenses (hotel, motel, condos, etc.)	_____	_____
E. Private Auto Expenses (gas, oil, repairs, parking fees, etc.)	_____	_____
F. Rental Car Expenses	_____	_____
G. Any Other Expenses	_____	_____
<i>Please identify:</i> _____		
5. Would you have come to the Ocean City area <u>at this time</u> even if this event had not been held? Yes _____ No _____		
5a. If "Yes", will you stay longer in the Ocean City area than you would have done if this event had not been held? Yes _____ No _____		
5b. If "Yes" (<u>in 5a</u>), how much longer? _____ Days		
6. Would you have come to the Ocean City area in the next three months if you had not come at this time for this event? Yes _____ No _____		

Il primo quesito individual i locali: *“economic impact refers only to expenditures made by out-of-town visitors, so those who live in Ocean City must be screened out and eliminated from the study’s calculations”*. Le domande 5²⁰ e 6²¹, invece, identificano i *casuals* e *time switchers*, le cui spese, eccezione fatta per quelle supplementari, non sono attribuibili allo Springfest. Queste due categorie rappresentavano il 49% di tutta la popolazione intervistata e il 63% di quella non residente; se il questionario - conclude Crompton - avesse chiesto solamente il luogo di residenza e non avesse indagato sulle motivazioni che hanno spinto gli intervistati a recarsi a Ocean City, al festival sarebbe stato attribuito un indotto economico doppio rispetto a quello reale: l’effetto di sostituzione attribuibile a locali e turisti, invece, ha ridotto l’impatto del festival di oltre il 70%.

Infine, anche Felsenstein utilizza un questionario per separare la spesa dei *“primary purpose visitors”* da quelli arrivati ai festival di Kfar Blum e Acre (Israele) per altri motivi. Felsenstein, però, considera anche la spesa addizionale dei locali. A differenza di McHone e Crompton, non li esclude a priori ma mantiene nel computo dei benefici i consumi generati dai due festival presso i visitatori locali. Così facendo, il professore tedesco “salva” più della metà delle spese degli israeliani locali.

Taks (2011): il costo opportunità dei locali

Marijke Taks e colleghi confrontano le due metodologie più comuni per misurare l’impatto di una manifestazione su un territorio, l’EIA (Impact economic analysis) e la BCA (Benefit-cost analysis), e si servono di un sondaggio per distinguere la spesa addizionale da quella sostitutiva. Dall’applicazione del questionario agli spettatori dei Campionati Junior di atletica panamericani è emerso che solo il 19% del pubblico era realmente interessato all’evento sportivo, il resto era rappresentato da locali o turisti occasionali. La differenza rispetto agli altri studi riguarda la nozione di costo opportunità introdotta da Taks in riferimento alla spesa locale della biglietteria. Mentre BOP, McHone e Crompton effettuano una semplice operazione di esclusione dai calcoli economici della componente non addizionale, Taks considera il valore dei biglietti acquistati dai residenti come un costo, cosa che aggrava ulteriormente (di 80mila\$) il risultato già negativo dell’analisi costi-benefici.

²⁰ “5 Would you have come to the Ocean City area at this time even if this event had not been held? 5a If yes, will you stay longer in the Ocean City area than you would have done if this event had not been held? 5b If yes, how much longer?” (Crompton, Lee, & Shuster, *A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example*, 2001)

²¹ “6 Would you have come to the Ocean City area in the next three months if you had not come at this time for this event?” (Crompton, Lee, & Shuster, *A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example*, 2001)

Barget&Gouguet (2011): non solo sostituzione

Eric Barget e Jean-Jacques Gouguet dell'Università di Limoges, in un loro articolo intitolato “*De l'importance des dépenses des spectateurs étrangers dans l'impact touristique des grands événements sportifs*”, si servono di un questionario somministrato agli spettatori della Coppa del Mondo di Rugby 2007 per misurarne l'impatto, evitando gli errori più comuni, come gli effetti di sostituzione e quelli di spiazzamento. Affermano, infatti, che “*en utilisant la théorie de la base et en collectant une information de qualité sur le terrain, nous nous sommes efforcés d'éviter les erreurs les plus communes*”. L'oggetto del loro questionario è la spesa dei visitatori stranieri, considerata come l'unica categoria di spettatori che impatta positivamente sul territorio (Barget & Gouguet, 2011). Gli errori più comuni individuati rispecchiano i fenomeni presentati nel capitolo 2:

- a) *la non-prise en compte de l'effet de substitution qui concerne les dépenses des agents locaux, dépenses qui doivent donc être exclues (...).*
- b) *la non-prise en compte du déplacement temporel de dépenses de consommation ou d'investissement (...).*
- c) *l'omission des effets d'éviction en matière de consommation ou d'investissement (...).*
- d) *l'omission des fuites hors territoire (consommation ou investissement) (...).* (Barget & Gouguet, 2011)

Riquadro 2 - Questionario Barget&Gouguet

Il testo originale del questionario di Barget e Gouguet non è disponibile. Sappiamo, però, che le domande riguardavano:

1. L'età, il cui limite per rispondere al questionario, fissato a 15 anni, ha permesso di individuare quella parte della popolazione giovane che, partecipando all'evento con un gruppo di amici e non in famiglia, ha un budget di spesa limitato. Ignorare tale elemento, dicono gli autori, potrebbe sovrastimare il valore della spesa media di uno spettatore.
2. Il luogo di residenza e il mezzo di trasporto utilizzato per recarsi allo stadio, informazioni necessarie per separare la spesa addizionale da quella sostitutiva e per svolgere l'analisi di costi-benefici successiva.
3. Il motivo del viaggio, per individuare ed escludere gli spettatori occasionali e quelli che hanno riprogrammato le proprie vacanze per farle coincidere con l'evento sportivo.

4. La composizione del gruppo, che permette di profilare il consumatore e dividere la spesa dichiarata per il numero di componenti del gruppo.
5. Il numero di partite viste e le notti in albergo, per verificare le dichiarazioni di spesa.
6. La spesa effettuata in città e in regione in occasione dell'evento, divisa tra trasporto, vitto, alloggio, turismo, biglietto per lo stadio ecc.
7. Altre domande di natura socio-demografica.

Sulla base delle risposte date, è stata calcolata la spesa media individuale per una partita di rugby per poi giungere all'iniezione netta attraverso la formula seguente:

$$INJ \text{ nette } SPECTi = DMOYi * (NBSPECTi - NBTRANSi - NBOCCASi) * TxVAi \quad (4)$$

Dove INJ nette SPECTi è l'impatto netto degli spettatori nella regione i,
 DMOYi è la spesa media individuale per una partita nella stessa regione,
 NBSPECTi è il numero di visitatori totale,
 NBTRANSi è il numero di *time switchers*,
 NBOCCASi è il numero di visitatori occasionali,
 TxVAi è il tasso di valore aggiunto regionale²².

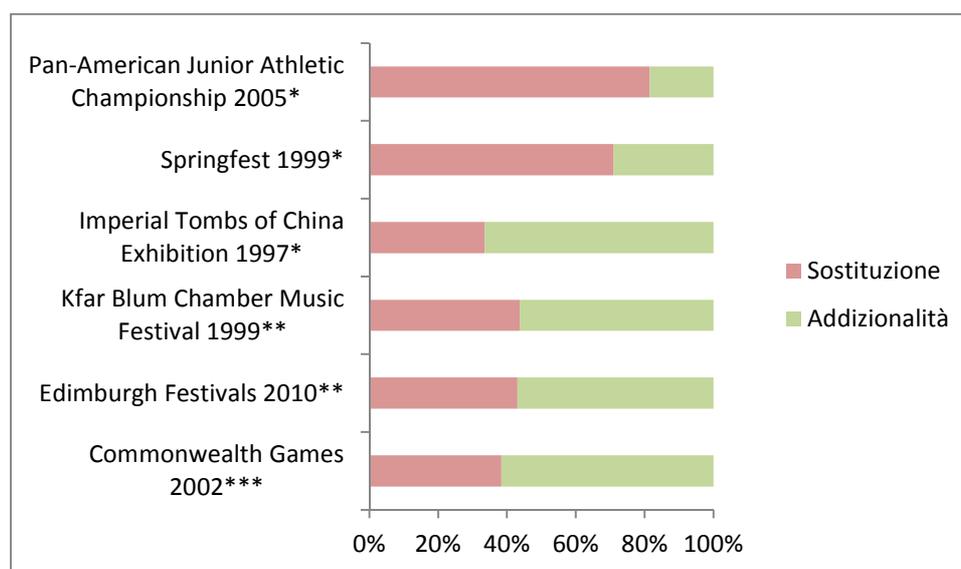
È emerso che la popolazione responsabile dell'impatto netto regionale della Coppa del Mondo di Rugby si divideva tra turisti stranieri e francesi fuori regione, con una netta prevalenza dei primi (78%) sui secondi (22%). I visitatori occasionali rappresentavano una percentuale compresa tra il 5% e il 16% degli intervistati a seconda dei diversi luoghi d'incontro. Sebbene sia chiarita fin da subito l'esclusione dei locali dai calcoli economici, nella formula presentata non compare alcun riferimento a essi. Inoltre, l'articolo non indica quanto le tre categorie escluse (locali, *casuals* e *time switchers*) abbiano ridimensionato l'impatto economico totale. L'unica informazione disponibile è che nelle regioni interessate dagli incontri sportivi solo gli spettatori esterni sono stati responsabili di oltre il 60%, in molti casi anche del 90%, dell'iniezione netta.

²² Non altrimenti specificato. Si ritiene si riferisca al rapporto fra la spesa diretta e il valore aggiunto indiretto e indotto che rimane in regione.

3.2.2 Una metodologia più articolata ma ancora da rodare

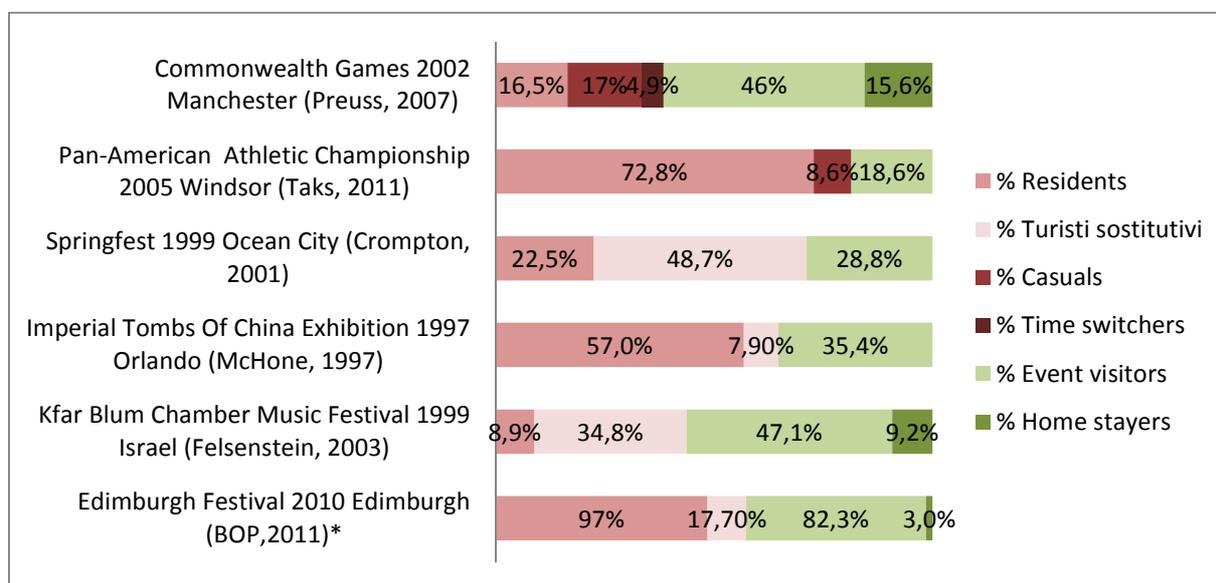
La creazione di un questionario che misuri la spesa dei visitatori durante un evento è una pratica ampiamente utilizzata nella letteratura economica ma mancano questionari in grado di segmentare la popolazione sulla base non solo delle caratteristiche demografiche ma anche di consumo. Gli esempi proposti mostrano come l'utilizzo di un sondaggio che interroghi la popolazione anche sul controfattuale ridimensioni notevolmente il risultato di un progetto di ampia portata come quello di un mega evento. La Figura 4 evidenzia il ridimensionamento delle variabili analizzate dagli autori dopo l'utilizzo di un questionario: la percentuale di sostituzione arriva a superare, in alcuni casi, anche l'80% del valore della variabile presa in esame, capovolgendo completamente lo scenario ipotizzato *ex ante*. La figura successiva, invece, scende ancora più nel dettaglio e mostra la scomposizione della popolazione in categorie distinte in base al loro carattere addizionale o sostitutivo.

Figura 4 – Addizionalità e sostituzione attraverso l'impiego di un sondaggio



Le percentuali di addizionalità e sostituzione si riferiscono a: *Numero visitatori; ** Spesa visitatori; ***Incasso biglietti visitatori.

Figura 5 - Ripartizione visitatori per categorie aggiuntive e sostitutive



* Percentuali non proporzionate al totale della popolazione per mancanza di dati.

Non possiamo non segnalare un limite importante. Suggerito in realtà da Baade e Matheson, il sondaggio che fornisce stime accettabili della spesa dei partecipanti ad un evento “*do not reveal changes in spending by residents not attending the event*” (Baade & Matheson, *The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup.*, 2004). Una grande lacuna degli studi d’impatto presenti in letteratura, infatti, è data dalla mancanza d’informazioni sul comportamento della popolazione assente, in particolare di quei residenti e potenziali turisti che evitano il luogo dell’evento, modificando drammaticamente il loro comportamento di consumo. Diverse fonti giornalistiche provano l’esistenza di questo fenomeno: secondo Canada.com, le agenzie di viaggio di Vancouver hanno registrato un aumento del 30% delle prenotazioni per il mese olimpico (febbraio 2010) così come quelle immobiliari hanno ricevuto un numero di richieste sempre maggiore di residenti che volevano affittare le proprie abitazioni durante i Giochi per potersene andare dalla città ed evitare il caos olimpico²³; un sondaggio della compagnia aerea australiana Ansett rivelò a suo tempo che almeno 500mila dei 4 milioni di abitanti di Sydney avevano intenzione di allontanarsi dalla città in occasione delle Olimpiadi²⁴; secondo Bloomberg, invece, molti resort del Mediterraneo, in particolare portoghesi e spagnoli, hanno ospitato dal 10 al 20%

²³ “Residents flee city to avoid Olympic chaos”, Vancouver Sun, 5 nov 2009, www.canada.com (letto il 25 gen 2016)

²⁴ “Sydney residents flee during Olympics”, Rohan Sullivan, 1 sept 2000, abcnews.go.com (letto il 25 gen 2016)

in più di turisti inglesi durante i Giochi di Londra del 2012²⁵. Tuttavia non sono state individuate stime precise ad opera degli autori presenti in bibliografia, che ci permettano di valutare il reale impatto dell'allontanamento di residenti e turisti dalla sede dell'evento. Per una stima più corretta, quindi, anche a loro dovrebbe essere somministrato un questionario al fine di misurare quanta spesa è stata dislocata al di fuori dell'area di studio e che, senza l'evento, avrebbe invece contribuito ad aumentare l'indotto turistico locale.

3.3 Altri metodi: l'analisi Torino 2006

Prima di terminare il capitolo e trarre le dovute conclusioni, si propone di considerare una terza metodologia, applicata al caso delle Olimpiadi invernali di Torino 2006, per valutare più accuratamente la spesa generata da un grande evento. L'obiettivo consiste nel confrontare la spesa in tempo libero e cultura della popolazione piemontese con quella per le Olimpiadi di Torino, per individuare di quale parte i torinesi siano responsabili. Per fare ciò, è stata calcolata, grazie ai dati Istat, la spesa annuale per il tempo libero e la cultura del Piemonte negli anni 2004-2009: si noti che, dopo una riduzione della spesa nel 2005, nell'anno alle Olimpiadi questa è cresciuta dell'11%, superando i 3 miliardi di euro, per poi aumentare di un altro punto percentuale nel 2007 e riassetarsi nuovamente al livello preolimpico nel 2009.

Per l'evento sportivo sono stati venduti 900mila biglietti al prezzo medio di 76.7€. Secondo uno speciale del Sole24Ore online, il 30% dei torinesi ha assistito ad almeno una gara. La spesa locale, quindi, per assistere ai Giochi invernali è stimata intorno ai 21 milioni di euro. Di conseguenza, il rapporto fra la spesa consumata dai torinesi per le Olimpiadi e quella consumata dai piemontesi in generale per il tempo libero e la cultura è pari allo 0.67%: ciò significa che, secondo i dati macroeconomici disponibili a livello regionale, l'evento olimpico ha inciso sui consumi locali per meno dell'1%.

²⁵ "Olympic Tourism winners? Portugal and Spain", Sofia Horta, 23 ago 2012, www.bloomberg.com (letto il 25 gen 2016)

Tabella 7 - Spesa Olimpiadi di Torino 2006 in Piemonte (2004-2006, Dati Istat)

	2004	2005	Piemonte			
			2006	2007	2008	2009
Spesa mensile in tempo libero e cultura per nucleo familiare (€)	135,876	124,8	138,33	137,598	124,176	130,95
Famiglie Piemonte (mln)	1,91	1,92	1,93	1,96	1,98	1,99
Spesa annuale piemontesi in tempo libero e cultura (mld€)	3,11	2,88	3,20	3,24	2,95	3,13
Numero biglietti venduti (mln) ²⁶	0,9					
Prezzo medio biglietto (€)	76,7					
% di torinesi che hanno assistito ad almeno una gara ²⁷	0,3					
Spesa Torinesi per Olimpiadi (mln€)	21,39					
% spesa locale per le Olimpiadi sul totale della spesa in tempo libero e cultura del 2006	0,67					

3.4 Conclusioni: indispensabile interrogare il controfattuale

Modello presenziale e modello comportamentale si fondono in questo capitolo per fornire gli strumenti più idonei per valutare in modo realistico il valore della spesa generata da un evento. Addizionale o sostitutivo, questa è la domanda che tutti gli economisti si dovrebbero porre prima di intraprendere uno studio d'impatto ma che spesso tralasciano. Considerare le spese, pur sostitutive, di alcune categorie di visitatori nelle analisi economiche, infatti, porterebbe ad una sovrastima non giustificata del loro valore. In materia di addizionalità e sostituzione, il mezzo proposto più frequentemente dal mondo accademico per depurare l'impatto lordo di un evento consiste nell'eliminazione *ex abrupto* dei locali, considerati per definizione una categoria di consumatori che non

²⁶ Cherubini, S., Pattuglia, S. (2007), *Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza*, Franco Angeli Editore, Milano.

²⁷ Speciale "Le Olimpiadi" su Sole24Ore online, 9 maggio 2006.

genera nuova attività nel territorio perché sostituisce i propri consumi tradizionali con quelli legati all'evento. Per operare questo taglio, l'unica informazione necessaria agli analisti è il luogo di residenza. Tale metodo, tuttavia, risulta, a parere di chi scrive, troppo semplicistico e richiede il superamento del metodo presenziale di stile prussiano. Oltre alla distinzione fra categorie di visitatori occorre, infatti, operare una distinzione comportamentale, che analizzi le possibili distorsioni di spesa di ciascun consumatore in presenza di un evento. Alcuni autori, infatti, si sono domandati se all'interno delle categorie di visitatori addizionali esistesse una componente sostitutiva. Come considerare, infatti, la spesa dei turisti occasionali o di quelli che hanno anticipato le proprie vacanze per l'evento ma che sarebbero venuti ugualmente in un altro momento? Per rispondere a queste domande, è necessario costruire un profilo per ciascun ospite dell'evento, che mostri quale comportamento avrebbe assunto se non ci fosse stato l'evento, il controfattuale. Il metodo più immediato si basa sull'utilizzo di un sondaggio. Poche, però, sono le applicazioni pratiche di tale intuizione. Gli esempi a disposizione insegnano come interrogare sul controfattuale sia un elemento fondamentale e indispensabile per valutare l'impatto di un evento. Il ridimensionamento del numero di visitatori addizionali di una manifestazione arriva a toccare punte dell'80% dopo l'utilizzo di un sondaggio. Ciò significa che senza di esso si sarebbe attribuito all'evento un valore di spesa sovrastimato dell'80%. I limiti di questo approccio sono molto chiari: è richiesta una conoscenza del consumatore così approfondita e realistica che non sempre è possibile ottenere; inoltre, è necessario indagare tutti i possibili comportamenti distorsivi del pubblico, anche di quello assente. Residenti e turisti, per esempio, che fuggono la sede dell'evento perché infastiditi dai problemi di congestione e inflazione rappresentano un danno per la città, esistente ma anche questo difficile da stimare. Tuttavia non considerare il sondaggio come una miglioria del metodo dell'eliminazione proposto dalla maggior parte degli economisti rischia di portare a conseguenze ancora più gravose.

4 Expo Milano 2015: un questionario per misurare l'effetto di sostituzione

Sulla stessa linea di BOP e delle *best practices* in uso in Canada, abbiamo concepito un questionario per misurare gli effetti di sostituzione in occasione di Expo Milano 2015. Utilizza le informazioni sulla residenza dei visitatori e sull'attività alternativa per stimare l'effetto sostituzione e l'effetto addizionale dell'evento internazionale.

Il questionario è stato somministrato in cinque lingue²⁸ presso più di 873 visitatori, interrogati nelle aree di accesso all'Expo fra il 21 luglio e il 24 ottobre 2015. Il questionario prevedeva un percorso di domande variabile in funzione dell'origine del visitatore (Lombardia, resto d'Italia, estero).

Il questionario conteneva sostanzialmente 4 parti così strutturate.

Identificazione dell'origine del visitatore (Lombardia, Resto d'Italia, Estero)

Domande sull'attività alternativa che i visitatori avrebbero svolto in assenza di Expo

La nostra raccolta dati riproduce le modalità proposte da (BOP, 2011) e chiede alle persone cosa avrebbero fatto se non fossero venute all'Expo.

“Se oggi non fosse venuto all'Expo cos'altro avrebbe verosimilmente fatto?”

1. *Sarei rimasto a casa o al lavoro*
2. *Avrei fatto altro in regione Lombardia*
3. *Avrei fatto altro in un'altra regione in Italia*
4. *Sarei stato all'estero”*

Questa terminologia si presta bene ai visitatori italiani, ai visitatori di paesi limitrofi (ad esempio francesi o svizzeri che possono visitare l'Expo con minimo pernottamento), ma anche ai visitatori stranieri che inseriscono la loro visita in un soggiorno più lungo in Italia e possono dire che, senza l'Expo, sarebbero rimasti ad esempio a casa o addirittura che non sarebbero stati in Italia.

Domande di verifica

In quest'ultima sezione, si fanno alcune domande di verifica che consentono di confermare la validità delle informazioni in termini di attività sostituita, sul comportamento di spesa attivato dall'Expo e sui pernottamenti in Italia e in Lombardia generati dall'evento. Queste domande si declinano in modo

²⁸ Non è apparso necessario diversificare ulteriormente le lingue di raccolta dati considerando l'ottima copertura offerta dalle lingue considerate. Abbiamo registrato solo pochi individui non in condizioni di rispondere al questionario in queste lingue.

diverso in base al luogo di provenienza, questo anche per poter stabilire un bilancio secondo aree di interesse definite a diversi livelli (regione o nazione).

Tabella 8 - Domande sugli impatti dell'Expo

Lombardi	Altri italiani	Stranieri
<p>“I soldi che ho speso per l'Expo, li avrei comunque spesi per altri consumi se non ci fosse stato l'Expo”</p>	<p>“Visto che oggi sono venuto all'Expo, forse verrò più spesso in Lombardia nel futuro”</p>	<p>“Visto che oggi sono venuto all'Expo, forse verrò più spesso in Italia nel futuro”</p>
<p>“Per pagare la visita all'Expo, ho dovuto ridurre i miei risparmi”</p>	<p>“Visto che oggi sono venuto all'Expo, forse verrò meno in Lombardia nel futuro, perché ci sono già stato”</p>	<p>“Visto che oggi sono venuto all'Expo, forse verrò meno in Italia nel futuro, perché ci sono già stato”</p>
	<p>“Sono venuto oggi all'Expo, ma nel complesso non ho prolungato la mia permanenza in Lombardia (sarei venuto comunque per lo stesso numero di giorni)”</p>	<p>“Sono venuto oggi all'Expo, ma nel complesso non ho prolungato la mia permanenza in Italia (sarei venuto comunque per lo stesso numero di giorni)”</p>
	<p>“I soldi che ho speso per l'Expo, li avrei comunque spesi per altri consumi se non ci fosse stato l'Expo”</p>	<p>“In ragione dell'Expo, ho aumentato i miei giorni di permanenza in Italia”</p>
	<p>“Per pagare la visita all'Expo, ho dovuto ridurre i miei risparmi”</p>	
	<p>“In ragione</p>	

dell'Expo, ho aumentato i
miei giorni di
permanenza in
Lombardia”

Domande di chiusura e verifica

Altre domande consentono di verificare che la domanda sia stata capita bene. In particolare:

“Quanti giorni in più ha soggiornato in Italia per questa visita all'Expo (rispetto a una situazione senza Expo)?

E per l'insieme delle sue visite (passate, presenti e future) all'Expo?”.

4.1 Molti italiani, meno stranieri del previsto

Il questionario è stato somministrato casualmente ai visitatori in attesa di entrare all'Expo. Dalla raccolta dati emerge che l'85.4% degli intervistati vive in Italia²⁹, mentre solo il 14.6%³⁰ vive all'estero. La percentuale di stranieri appare più debole rispetto a quella prospettata pre evento: 20% o 30 %³¹.

Tabella 9 - Ripartizione visitatori

Italiani	745	85.4%
Stranieri	127	14.6%
<hr/>		
Totale	872	

Inoltre, la maggioranza degli intervistati stranieri risiede nei paesi limitrofi o vicini, come Francia, Germania e Svizzera, e solo una percentuale minima arriva da oltre oceano, come si evince dalla Figura 6. Queste cifre appaiono ridotte rispetto alle cifre, seppure informali e provvisorie, citate dagli organizzatori (Gallione, 2015), soprattutto per quanto riguarda il pubblico cinese (Assolombarda, 2015)³².

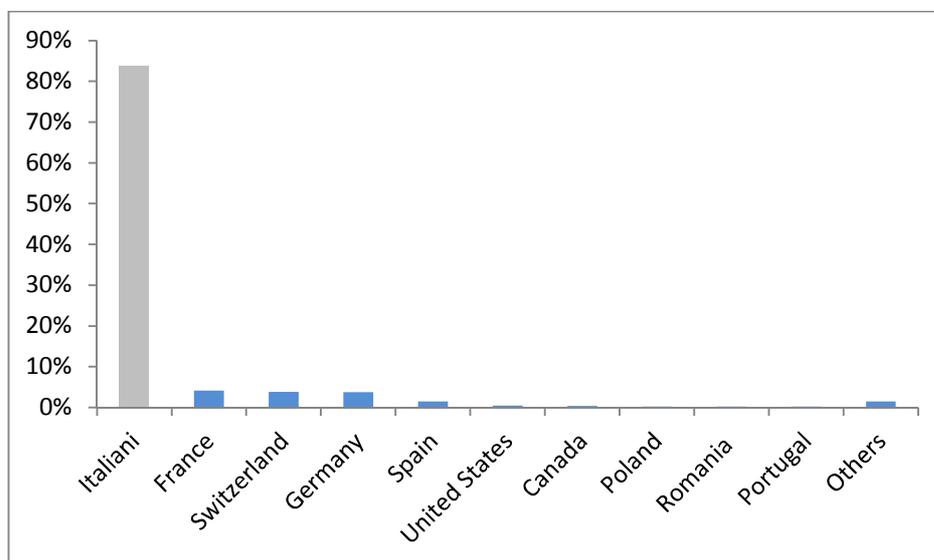
²⁹ Usiamo la parola “italiani” come facilità di linguaggio in quanto si tratta in realtà di persone che abitano in Italia qualunque sia la loro nazionalità.

³⁰ Per un motivo tecnico, il paese di provenienza di alcuni francofoni non è stato rilevato in fase iniziale di raccolta dati. Abbiamo ipotizzato che la provenienza di questi pochi individui fosse identica a quella rilevata successivamente sempre per gli intervistati francofoni. Tale intervento riguarda solo pochi individui e solo il loro paese di origine.

³¹ Secondo un'indagine Eurisko, citata in dell'Acqua et al. 2013, p. 15

³² Consultato il 28 ottobre 2015.

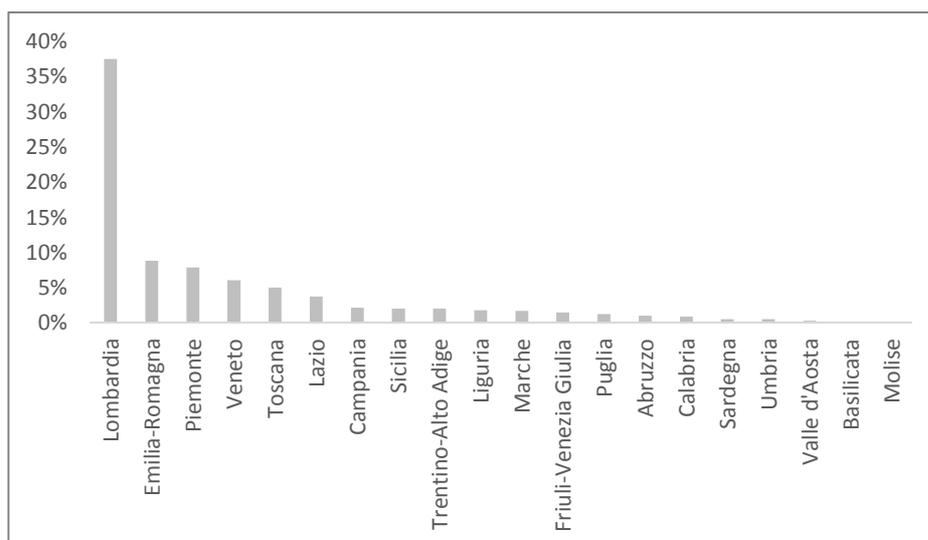
Figura 6 - Visitatori per provenienza (% su totale visite)³³



*La voce "Others" include i paesi con 10 o meno osservazioni

Appare evidente anche una forte concentrazione d'italiani provenienti dalle regioni vicine all'evento: il 37,5% degli intervistati risulta essere lombardo, seguito dall'8,8% di emiliani e dal 7,9% di piemontesi.

Figura 7 - Ripartizione visitatori italiani per regione (% tot. visite)³⁴



³³ Per conoscere la distribuzione esatta per nazionalità degli stranieri intervistati, vedere la Tabella 14 in allegato.

³⁴ Per le altre percentuali, vedere la Tabella 15 in allegato.

4.2 Solo l'8% delle presenze sono addizionali

Il sondaggio ha permesso di stimare quanti visitatori sono addizionali, escludendo quelli che sarebbero venuti/stati comunque in Italia³⁵. Incrociando i dati relativi a dove vivono e all'attività che più probabilmente avrebbero svolto in assenza dell'evento, è emerso come solo poco più di 8 visitatori su 100, soprattutto stranieri, appaiano addizionali mentre i restanti 92 avrebbero comunque frequentato il territorio nazionale anche senza l'Expo. La possibilità che anche i visitatori non addizionali abbiano eventualmente aumentato i loro consumi (la trentina che visita l'Expo aumentando i suoi consumi complessivi) sarà trattata nella sezione 4.4.

Conformemente alla matrice di addizionalità proposta in BOP, possiamo stabilire quali sono i visitatori addizionali illustrandoli nella Tabella 10.

Tabella 10 - Visite addizionali per l'Italia

Provenienza		Se non fosse venuto oggi all'Expo, ...				% per provenienza		% su totale visitatori*	
Area	%	Lombardia	Altra regione	Casa/lavoro	Estero	Sostituzione	Addizionale	Sostituzione	Addizionale
Estero	15%	31.5%	16.5%	29.1%	22.8%	48%	52%	7%	7.6%
Lombardia	37%	25.1%	1.8%	72.2%	0.6%	99.1%	0.6%	37.1%	0,2%
Resto Italia	48%	12.9%	31.8%	54.1%	0.9%	98.8%	0.9%	47.4%	0,5%
Totale generale								91.5%	8.3%

Letture della tabella: il 72 % dei visitatori lombardi affermano che senza l'Expo sarebbero stati a casa o al lavoro, il 25% a fare altro in Lombardia. Il 99% dei Lombardi sono non addizionali e rappresentano il 37 % dei visitatori complessivi.

*Totale pesato per la provenienza degli intervistati.

Legenda:

X %	% Addizionale
Y %	% Sostitutivo

I dati raccolti evidenziano che è addizionale non più dell'1% dei visitatori italiani (0.2% per i lombardi e 0.5% per i non lombardi). In entrambi i casi, oltre la maggioranza degli intervistati ha risposto che, se non fosse venuta all'Expo, sarebbe rimasta a casa o al lavoro. Per quanto riguarda gli stranieri, circa la metà sarebbe stata in Italia anche senza l'Expo, solo l'altra metà è da considerarsi addizionale.

³⁵ In questo articolo, ci concentriamo sul bilancio a livello italiano, anche se si potrebbe fare un bilancio a scala più piccola come la regione o altro. Dopo tutto, è l'Italia che offre la garanzia finanziaria sull'esposizione ed è legittimo che un bilancio sia effettuato a questa scala. Probabilmente la Lombardia ha guadagnato di più da sola dall'Expo, perché ha attivato flussi dalle altre regioni verso di lei, ma la cosa più importante è sapere se è un gioco a somma positiva o negativa per l'Italia.

4.3 La spesa dei visitatori addizionali

Si può successivamente calcolare la spesa degli spettatori addizionali.

La spesa degli stranieri addizionale si calcola come:

$$N * \sigma_s * \alpha_s * g_\alpha * s_s \quad (5)$$

Con:

N visitatori complessivi (20 milioni³⁶)

σ_s frazione stranieri (nostro sondaggio)

α_s frazione stranieri addizionali (nostro sondaggio)

g_α giorni medi addizionali per straniero addizionale (2.7/visita nostro sondaggio³⁷)

s_s spesa stranieri (171 €/giorno, su base CERTeT, cfr. Riquadro 3),

per una stima di 0,68 miliardi.

La spesa degli italiani addizionali, si calcola come

$$N * \sigma_i * \alpha_i * S_i \quad (6)$$

Con:

N visitatori complessivi (20 milioni)

σ_i frazione italiani (85%, nostro sondaggio)

α_i frazione italiani addizionali (nostro sondaggio)

S_i spesa alternativa per italiani addizionali (980 euro)

Quest'ultima cifra rappresenta la mancata spesa per una vacanza all'estero. La nostra stima si basa su alcune evidenze disponibili³⁸. Risulta una stima³⁹ di 0,13 miliardi di euro di spesa addizionale per gli italiani.

³⁶ 21,5 milioni, secondo le stime disponibili ai primi di novembre 2015, rapportati a 20 milioni per la contabilizzazione di lavoratori, volontari e altri riconosciuta dagli stessi organizzatori.

³⁷ Per la o le visite all'Expo secondo il nostro sondaggio, in linea con i dati Eurisko utilizzati in fase di preparazione, una cifra che può sembrare bassa ma che è coerente con l'alto numero di svizzeri e francesi anche interessati da soggiorni brevi, se non brevissimi.

Riquadro 3 - Determinazione della spesa giornaliera dei visitatori

La spesa giornaliera è stimata negli studi ex ante riguardanti l'esposizione di Milano, in particolare dal CERTeT e da Dell'Acqua et al⁴⁰, sulla base di studi Eurisko e Bain e company.

Tabella 11 - Previsione CERTeT della spesa dei visitatori di Expo Milano

Spesa giornaliera	Visitatori attesi (mln)	Pernottamento per visitatore ore	Costo camera	Visitatori per camera	Pranzo	Cena	Altro
Nord Italia	6.1	0	110	1,4	15	25	26,25
Centro-sud Italia	5.1	1	110	1,4	15	25	26,25
Professionisti/Business	1.7	1	150	1,2	20	35	35,88
Estero	7.1	4,3	120	1,4	20	35	30,63

Fonte: (Airoldi, Cini, Morri, Quaini, & Senn, 2010)⁴¹

Abbiamo scelto di utilizzare i dati CERTeT per il maggiore dettaglio con il quale presenta i dati.

Questi dati portano tuttavia ad alcuni dubbi. Sperando di essere smentiti, pensiamo di poter affermare che non appaiono contabilizzate le spese di viaggio (la voce "altro" comprende i trasporti ma si desume che siano solo i viaggi di prossimità ("*mezzi pubblici, treni, taxi, ecc.*"), né il costo d'ingresso al sito.

Oltre a questo, queste stime ipotizzano che la totalità del ricettivo si fa in strutture a pagamento, mentre è comune osservazione che il pernottamento presso parenti o amici rappresenti una forma rilevante di

³⁸ Abbiamo utilizzato una stima per eccesso, basata su 7 gg. di presenza addizionale per visitatore italiano addizionale, stima certamente alta. Anche la spesa giornaliera ricalcolata (l'italiano non spende più queste risorse all'estero ma nel paese) per la quale una stima alta è 135€/g. 840 € di spesa media per i turisti italiani per persona, Confesercenti, estate 2015, turismo in ripartenza.

³⁹ Alcuni parametri non appaiono stimabili direttamente sulla base dei dati raccolti. Abbiamo infatti un numero basso di osservazioni per g_a (proprio per la bassa incidenza, fra i visitatori, di stranieri addizionali).

⁴⁰ "*Le spese giornaliere stimate per visitatore sono pari a €66 per quelli provenienti dal Nord Italia (per i quali non si prevede il pernottamento), €145 per i visitatori del Centro-Sud Italia, €154 per i professionisti e €156 per gli stranieri*"

⁴¹ Non ci è stato chiarito se questa tabella, che era stata, con apprezzabile disponibilità, comunicata ad un nostro, allora, laureando, fosse stata divulgata a titolo riservato (situazione che comprometterebbe la trasparenza dello studio effettuato) o come contributo all'interlocuzione scientifica. Non avendo ricevuto, anche dopo invio della bozza di questa nota di lavoro, indicazioni contrarie su questo punto, abbiamo considerato, in deontologia, che fosse corretta citarla.

pernottamento.

Infine il prezzo medio del pernottamento appare alto (140 euro circa per una doppia a uso doppio), ma è vero che si può considerare un possibile rialzo dei prezzi in periodo Expo e che il contesto ricettivo milanese sia generalmente più caro di molti altri contesti presi a confronto⁴². Questo ultimo punto potrà essere meglio indagato in presenza di dati affidabili.

Infine, tale stima dovrebbe scontare l'effetto dei visitatori serali. L'introduzione del biglietto serale ha impattato sulla spesa per visitatore. Si spera che una maggiore disponibilità di dati nel prossimo futuro consenta di contabilizzare questo effetto.

In attesa di elementi più definiti su questi aspetti, abbiamo deciso, almeno per la diffusione di risultati preliminari, di utilizzare le stime CERTeT, riservando ad altri approfondimenti calcoli più aggiornati.

Infine, notiamo che le stime realizzate dal CERTeT contabilizzano una categoria di visitatori "professionisti" che merita approfondimento e sulla quale si spera si possa disporre di maggiore informazione per poterla misurare precisamente.

Si raggiunge così una stima di 0,94 mld €. E' tuttavia lecito considerare se esistano altri effetti che possono aggiungersi. Vediamo ora questi aspetti.

4.4 Una spesa addizionale dei visitatori non addizionali?

Una valutazione più generosa dell'Expo potrebbe considerare due ipotesi, che tendono a identificare una spesa addizionale anche dei visitatori non addizionali. Il francese che viene tutti gli anni in Italia e quest'anno è venuto anche all'Expo potrebbe avere esteso il suo soggiorno, il pavese o la trentina che vanno a Expo in sostituzione di un weekend sulla Riviera potrebbero aumentare i loro consumi (in quanto l'Expo è un'occasione di spesa unica). Vediamo più in dettaglio questi possibili meccanismi.

⁴² Confesercenti (Citato da F. Ramella, turismo delle città d'arte, Noteconomia 20 aprile 2006) indica 109 euro/g. nel 2006 (120 euro circa nel 2015) per il turismo nelle città d'arte, una cifra che non si confronta perfettamente al contesto milanese.

4.4.1 Se anche lo straniero (non addizionale) spende di più

Gli stranieri non addizionali potrebbero aver aumentato i loro consumi in Italia attraverso due meccanismi:

- 1 - aumento della spesa giornaliera, rispetto a una situazione senza Expo.
- 2 - prolungamento dei soggiorni.

Per quanto riguarda il primo punto, se il CERTeT ha proceduto in maniera adeguata, la stima proposta deve già includere un premio Expo per i consumi. Sarebbe comunque utile disporre di dati indipendenti e aggiornati sulla spesa degli stranieri.

Per quanto riguarda il secondo aspetto, si può esaminare di quanti giorni gli stranieri non addizionali hanno aumentato il loro soggiorno in Italia per l'evento. La stima della spesa addizionale per questo effetto è:

$$N * \sigma_s * (1 - \alpha_s) * \bar{g} * s \quad (7)$$

Con:

N visitatori complessivi (20 milioni⁴³)

σ_s frazione stranieri (nostro sondaggio)

α_s frazione stranieri addizionali (nostro sondaggio)

\bar{g} giorni medi addizionali per straniero non addizionale (1,7 giorni per l'insieme delle visite all'Expo, dato di sondaggio)

s, spesa giornaliera (171€/g, dati studio CERTeT e Dell'Acqua et al)

per una stima di 0,41 miliardi.

⁴³ 21,5 milioni, secondo le stime disponibili ai primi di novembre 2015 (rapportati a 20 milioni per la contabilizzazione di lavoratori, volontari e altri riconosciuta dagli stessi organizzatori)

Riquadro 4 - Elementi di confronto sulla spesa dei visitatori per Expo

In questo riquadro, consideriamo elementi d'informazione disponibili sulla spesa per Expo.

Comunicati stampa Visa Europe

Una rivelazione da Visa Europe indica:

A Milano, "tra luglio e agosto i turisti stranieri hanno speso quasi 190 milioni di euro, il 29% in più dell'anno scorso" ossia 55,1 milioni di spesa in più su due mesi (Il sole 24 ore, 1 nov. 2015)

In Italia "la spesa dei consumatori esteri su Visa totalizza 3,1 miliardi, ovvero un +13,7% rispetto all'anno precedente."

Se tale surplus fosse dovuto solo all'Expo rappresenterebbe Ossia un surplus di 0,42 miliardi bimestrali, oppure, 1,26 miliardi per una durata di sei mesi. Da tale cifra, andrebbe depurato l'effetto di diverse variabili, inclusa quella del trend crescente dei consumi degli stranieri. La riconducibilità del dato a un effetto Expo appare tuttavia da stabilire, considerando in particolare la presenza nelle cifre VISA di nazionalità poco presenti nel pubblico Expo⁴⁴.

Comunicati Stampa Coldiretti

Secondo un sondaggio Coldiretti "*i visitatori dell'Esposizione hanno speso, per raggiungerla, visitarla, mangiare e dormire durante il soggiorno, 2,3 miliardi*" (Il sole 24 ore, 1 nov. 2015). Questo ordine di grandezza è compatibile, con le stime CERTeT ma abbisognerebbe di maggiori informazioni per poterlo utilizzare nella stima. I contatti presi con i committenti dello studio non hanno consentito di ottenere sufficienti informazioni per ritenere utilizzabile questa stima. In ogni caso, tale stima non considera il carattere addizionale o meno della spesa. A nostra richiesta di informazioni ulteriori è stato risposto che non era per ora prevista altra diffusione.

Comunicato Stampa Confcommercio

Esiste uno studio Confcommercio riguardante 2,7 miliardi di euro

⁴⁴ "Tra i 5 Paesi "top spender" in pole position la Cina (21,4 milioni di euro di spesa, + 107% rispetto al 2014), la Francia (20,6 milioni, + 117%), gli Usa (17,6 milioni, +52), il Regno Unito (14,5 milioni e un incremento percentuale di +50), la Russia (15,6 milioni di euro, - 25,3% rispetto al 2014". Comunicato ANSA 24 sett.

d'impatto (marzo 2015). Nostre richieste di ulteriori informazioni sono rimaste senza riscontro.

4.4.2 Se anche l'italiano (non addizionale) spende di più

Infine, ci si può chiedere se gli italiani non addizionali (quelli che sarebbero stati a casa, in Lombardia, o comunque in Italia se non ci fosse stato l'Expo) hanno aumentato i loro consumi in ragion dell'Expo.

In questa impostazione, non si tratta di sapere se l'evento ha cambiato i consumi (li ha cambiati comunque, tramite la spesa addizionale e i suoi effetti indiretti e indotti), ma di sapere se, oltre a questi meccanismi, l'evento ha mutato i parametri comportamentali del consumo (per esempio, la propensione marginale o media a consumare).

Degli elementi poco probanti

Su questo punto, i risultati prodotti dall'analisi economica sono poco probanti (Oxford Economics, 2012)⁴⁵. E come conseguenza, molte applicazioni considerano un'equivalenza ricardiana fra consumi con o senza l'evento: ossia l'evento sposta i consumi delle famiglie da una voce di spesa all'altra, senza aumentare la propensione al consumo⁴⁶.

Inoltre, effetti di sostituzione di questo genere sono stati evidenziati, seppur in modo preanalitico, da testimonianze di operatori economici locali⁴⁷. Tale indicazioni, se supportate da evidenze quantitative, potrebbero fornire maggiori elementi di quantificazione degli effetti di sostituzione. Il Riquadro 5 indica quali sono i diversi argomenti a confronto per scegliere il tasso di attivazione della spesa dei locali (non addizionali).

⁴⁵ "To test for a happiness effect from hosting a major event on consumer spending an additional variable has been inserted into the equations that explain consumer spending in Oxford Economics' Global Macroeconomic Model. The variable takes a value of one when the major event occurs and zero at all other times. If it is found to be positive and statistically significant for host countries it is consistent with the idea of there being a stimulus to consumption from the happiness effects associated with being host. However, while it may be consistent with this premise, it does not prove this is the case as the increase in foreign residents entering the country for the events is likely to boost consumer spending. The analysis was carried out for the three types of major events in Europe since 1980. The results are decidedly mixed, being consistent with a happiness impact from hosting an event on consumer spending for some major events but not for others".

⁴⁶ Madden e Crow, nello studio delle Olimpiadi di Sydney trovano che "Real private consumption is estimated to increase by just 0.11 per cent, indicating a significant switch from consumption expenditure to investment at the national level". Questo risultato è tuttavia molto legato al vincolo sul commercio estero assunta dal modello ("the assumed balance of trade constraint"). (Madden & Crowe, s.d.)

⁴⁷ "Expo 2015: indotto negativo per alberghi e ristoranti" (Lino Stoppani, presidente di Epam, dichiarazione in commissione commercio a Palazzo Marino, mercoledì 1 luglio 2015). L'associazione sollecitata da noi a fornire ulteriori risultati in merito non ha dato riscontro.

Riquadro 5 - Un aumento dei consumi dei locali? Ipotesi a confronto

0 % addizionale	Parzialmente addizionale	100% addizionale
<ul style="list-style-type: none"> • Ipotesi ritenuta dai modelli EGC (0) • I modelli EGC indicano una riduzione della parte dei consumi (0) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nostra raccolta dati: “i soldi che ho speso per l’Expo li avrei spesi comunque” (+). • Dichiarazioni commercianti milanesi⁴⁸ (+). • 	<ul style="list-style-type: none"> • “Non è stato provato il contrario” (0)
<ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio consumi Torino 2006 (analisi in corso) • Altri monitoraggi di consumo (da realizzare) • Modelli econometrici (Oxford Economics, 2012) (++) 		

Valutazione peso argomentativo : 0; +; ++;

Come si applicano queste considerazioni al nostro studio?

Implicazioni per Expo 2015

Le considerazioni da fare riguardano aspetti di misura ma, più ancora, di coerenza del ragionamento economico.

Dal punto di vista della misura, il questionario prevedeva di chiedere direttamente alle persone se la spesa per l’Expo avesse sostituito altre spese o se fosse stata un incremento di spesa. La risposta a questa domanda tende a ridimensionare l’attivazione di spesa per i visitatori locali.

Appare, tuttavia, attraverso una serie di domande di verifica⁴⁹, che è più difficile per le persone rispondere a una questione di questo tipo (“*come avrebbe speso i soldi se...*”) piuttosto che a una questione su un’attività alternativa (“*cosa avrebbe fatto se...*”). Uno dei motivi è che l’utilizzo alternativo

⁴⁸ “Alcune associazioni di commercianti del centro di Milano che hanno lamentato una riduzione degli affari, rispetto alle previsioni ma anche rispetto all’anno precedente, a causa soprattutto dello “spostamento” della movida serale dal centro città al sito di Rho” di Giovanna Mancini e Sara Monaci. *Analisi di Lello Naso e Paolo Bricco - Il Sole 24 Ore 1 nov 2015*

⁴⁹ Domande di verifica sono state poste, chiedendo alle stesse persone se avessero diminuiti i loro risparmi per poter sostenere la spesa per l’Expo. L’analisi della coerenza fra risposte fornite a diverse domande fa apparire margini di interpretazione.

di un determinato budget può riguardare un altro momento (i “soldi spesi per l’Expo” forse sarebbero stati utilizzati per una giornata in un parco divertimento, o altro, un mese dopo) mentre la questione su cosa avrebbe fatto la persona si riferisce allo stesso intervallo di tempo. Più fondamentalmente i soldi non sono *earmarked* (non è sempre possibile dire da che beni a che beni si sposta il consumo in presenza di un determinato fattore). Consapevoli di queste difficoltà comunichiamo questi risultati in modo cauto: i benefici derivanti da un’attivazione di spesa dei visitatori locali appaiono speculativi e a questo stadio non sono tali da giustificare di per sé un programma di spesa pubblica.

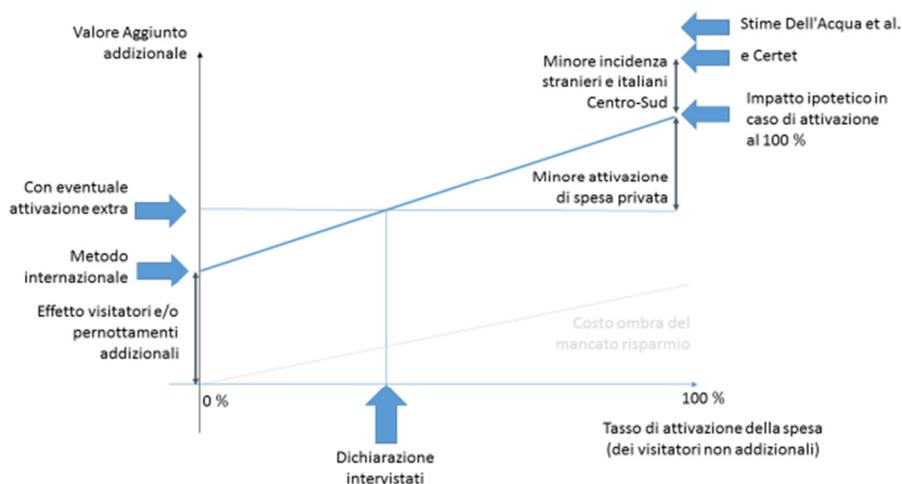
Per analizzare meglio questi meccanismi, sono stati presi contatti con diversi enti (ASSIRM, ISTAT, gfk) per poter monitorare l’andamento dei consumi di una serie di famiglie campione con sufficiente livello di disaggregazione temporale e merceologica da poter mettere in evidenza mutamenti nel comportamento di spesa. Se tale ricerca andasse in porto, sarà disponibile una base più ampia per stimare tali effetti.

Oltre a questi aspetti di misura, va considerata anche la necessità di trattare in modo rigoroso tale eventuale impatto: esiste un costo ombra del mancato risparmio legato a benefici socio economici del risparmio (ad esempio, minore dipendenza al finanziamento estero del debito; minore disponibilità di fondi per finalità sovvenzionate). Tali aspetti, spesso negletti, a volte volutamente, nella valutazione d’impatto saranno oggetto di approfondimenti in altre pubblicazioni in preparazione.

Cosa possiamo concludere su un eventuale aumento di spesa da parte degli italiani non addizionali? La Figura 8 riassume lo spettro del possibile. Indica come il valore aggiunto generato dai visitatori dell’Expo vari in funzione del tasso di attivazione della spesa (dei visitatori non addizionali). Si nota che anche un’attivazione del 100 % non genererebbe il valore aggiunto previsto *ex ante*. Pur mantenendo le ipotesi di spesa per visitatore (in quel caso ipotesi CERTeT, pur con i dubbi che abbiamo espresso) la minore incidenza di stranieri e italiani del centro sud, porta a un ridimensionamento dell’impatto.

Oltre a questo, le stime *ex ante* di Dell’Acqua et al, e CERTeT rappresentano in realtà un’ipotesi estrema, non esplicitata e non supportata, mentre esiste un ampio spettro del possibile.

Figura 8 - Attivazione di spesa locale: lo spettro del possibile



In assenza di probanti elementi a favore degli effetti d’attivazione superiori a quelli da noi considerati come stima provvisoria, appare il peso relativo di questi eventuali effetti addizionali. Inoltre, insieme a questo effetto sul consumo, dovrebbe essere contabilizzato il costo marginale sociale della corrispondente riduzione del risparmio.

4.5 Impatto complessivo e confronto

In questa ultima sezione, tiriamo le somme dell’attività economica derivata della spesa dei visitatori dell’Expo.

4.5.1 Degli effetti numerosi, non tutti misurati

In primo luogo, è utile riprendere le categorie descritte da Preuss, sulle diverse risposte comportamentali dei visitatori per vedere se la casistica è stata coperta o se rimangono effetti da indagare.

Tabella 12 - Copertura delle varie risposte comportamentali all'evento

Categoria	Effetto negli studi d'impatto a priori	Considerazione nella nostra analisi
Runaways	Recessivo	No: tale effetto dovrebbe ancora ridurre l'impatto
Changers	Recessivo	No: tale effetto dovrebbe ancora ridurre l'impatto
Casuals	Recessivo	Si: depurati come "non addizionali"
Time switchers	Recessivo	In parte no: tale effetto dovrebbe ancora ridurre l'impatto
Avoiders	Recessivo	No: tale effetto dovrebbe ancora ridurre l'impatto
Extensioners	Preso in considerazione se metodologia adeguata	Si
Eventists ⁵⁰	Preso in considerazione se metodologia adeguata	Si
Home stayers	Idem anche se non è propriamente esplicitato	Si

La

Tabella 12 mette in evidenza come alcuni meccanismi di risposta, non indagabili a questo stadio, possano ulteriormente ridurre l'impatto dell'evento rispetto ai metodi predisposti in Canada o in Scozia. Ad esempio i *time switchers* non sono depurati tramite il metodo utilizzato (le persone in questa situazione rispondono giustamente che "sarebbero state a casa o all'estero senza l'Expo" senza avere la possibilità di manifestare più precisamente la loro condizione.). Nel complesso, dobbiamo essere consapevoli dell'esistenza di una sovrastima nelle stime da noi effettuate.

4.5.2 Valore Aggiunto attivato

La spesa dei visitatori può essere convertita in Valore Aggiunto attraverso la seguente formula:

$$VA = S * \tau * M * \theta \quad (8)$$

⁵⁰ "Olympians" nella terminologia di Preuss.

Con

S spesa addizionale

τ percentuale della spesa rivolta verso agenti economici residenti in Italia

M moltiplicatore di spesa

θ tasso di valore aggiunto

La percentuale di spesa rivolta agli agenti locali (tasso di cattura) è difficile da apprezzare. Esiste infatti grande variabilità di questo tasso di cattura fra tipologie di spese turistiche. Il tasso di cattura rappresenta meno del 41,7 % per i pacchetti turistici⁵¹ (l'essenziale delle perdite riguarda il trasporto aereo e la remunerazione del Tour Operator) ma diventa molto più alto se si considera la spesa effettuata in loco, che quasi sempre transita tramite un'agente economico residente. Dunque è stato scelto di applicare tale coefficiente solo per le spese squisitamente ex loco, come la spesa di viaggio.

Per quanto riguarda il moltiplicatore, un punto di partenza è rappresentato dalle quantificazioni risultanti dai calcoli nello studio Dell'Acqua et al., e in quello del CERTeT (2,7). Si tratta tuttavia di una stima per eccesso; quando si è in presenza di un aumento dei prezzi durante il periodo dell'evento (cosa probabile nel settore alberghiero ad esempio) i coefficienti tecnici si abbassano per definizione, rispetto a quelli costruiti sugli esercizi precedenti della contabilità nazionale.

Infine, per quanto riguarda il tasso di Valore Aggiunto, ci si può nuovamente riferire agli studi CERTeT e Dell'Acqua et al, che indicano un'incidenza del 43%. Anche lì, dati ex post potranno fornire un'indicazione più precisa sul valore di questa variabile.

La stima risultante è presentata nella Tabella 13.

Tabella 13 - VA addizionale legato alla spesa dei visitatori (mld €)

	Effetti comprovati				Ipotetici effetti
	Italiani add.li	Stranieri add.li	Estensione soggiorni stranieri non add.li	Totale	Attivazione di spesa
Spesa	0,14	0,71	0,42	1,27	0,56
Produzione ⁵²	0,39	1,91	1,13	3,44	1,51
VA	0,17	0,81	0,48	1,46	0,64

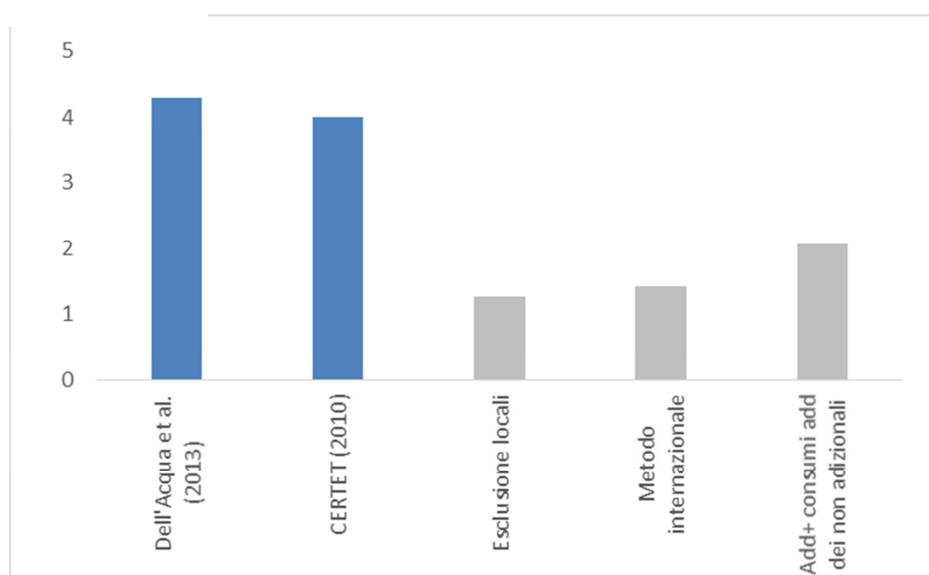
⁵¹ Studio Ciset, Università Cà Foscari, Confcommercio; Sett 2014.

⁵² Produzione nella terminologia utilizzata dagli studi d'impatto. In realtà, solo il valore aggiunto è una misura accettabile della produzione.

Emerge da questo calcolo uno scenario di aumento del Valore Aggiunto poco superiore a 1,4 miliardi di euro in un'ipotesi ragionevolmente prudente, mentre una stima più generosa (da consolidare con altri studi) giunge a 2 miliardi.

Appare comunque difficile dare fede a valutazioni dell'impatto nettamente superiori a 2 miliardi di euro di valore aggiunto. Tali cifre vanno confrontate con i 4 e 4,3 miliardi prospettati in fase di candidatura come illustrato nella seguente figura.

Figura 9 - VA a confronto



Anche considerando varie possibili incertezze nella misura dell'impatto, le varie stime che depurano gli impatti della loro componente sostitutiva convergono nel ridimensionare fortemente gli impatti della spesa dei visitatori.

4.6 Conclusioni: un impatto dimezzato

Questa ricerca rappresenta, a meno di essere smentiti, la prima applicazione in Italia di metodi per depurare la spesa fatta in occasione di un grande evento della sua componente sostitutiva. Il nostro sondaggio offre una buona copertura delle diverse situazioni di visite e beneficia di una numerosità superiore a diverse raccomandazioni emesse in ambito internazionale, pur notando la difficoltà a raggiungere un'elevata numerosità per gli stranieri (si sconta qui l'effetto di una popolazione di visitatori stranieri inferiore a quella aspettata). Seppur migliorabile e da consolidare tramite confronto con altri dati, i nostri risultati indicano con pochi margini di dubbio che la mancata considerazione degli effetti di

sostituzione comporta un'importante sovrastima degli impatti economici di detto evento. Si parla di diversi miliardi di euro di sovrastima.

Più nel dettaglio, la raccolta dati effettuata mette in evidenza:

1. Una frequentazione molto concentrata sui visitatori italiani piuttosto che sugli stranieri, con una forte componente locale (lombardi).
2. Una componente addizionale che riguarda solo il 52 % delle visite degli stranieri e l'1 % per gli italiani.
3. Una spesa addizionale (spesa dei visitatori addizionali, spesa corrispondente ai giorni addizionali dei visitatori non addizionali) che genera Valore Aggiunto per 1,4 miliardi.
4. Solo un'accezione più "speculativa" potrebbe portare a una stima dell'ordine dei 2 miliardi, anche se la natura incerta di tale componente renderebbe problematico considerarla, a questo stadio, come tale da giustificare una spesa pubblica. Inoltre, in tale scenario, la valutazione economica dovrebbe comunque considerare i costi sociali legati alla riduzione del risparmio delle famiglie.

Persistono margini d'incertezza nelle stime. Ma tali margini appaiono limitati rispetto alla correzione resa apparente (ossia le incertezze appaiono limitate rispetto a una correzione di 2,5 a 3 miliardi di euro sulla stima del valore aggiunto).

Nell'attesa che altri risultati siano disponibili e consentano confronto e consolidazione, si suggerisce tuttavia di ritenere come migliore stima quella corrispondente ai metodi in uso in ambito internazionale attorno a 1,3 miliardi di euro⁵³, mentre una stima di 2 miliardi appare, a questo stadio, ancora speculativa, almeno per poter giustificare un progetto di spesa pubblica. Infine, appare che l'impatto sia positivo e questo potrebbe essere considerato una validazione della decisione di investire risorse pubbliche per l'Expo. Tale conclusione tuttavia non è finora confermata in quanto andrebbero contabilizzati i mancati benefici legati al mancato utilizzo di tali risorse per altri usi.

La nostra stima ha inoltre le virtù e le debolezze risultanti dell'esplicitazione delle nostre ipotesi di calcolo: virtù in quanto è un requisito deontologico; debolezze in quanto il migliore modo di non essere criticato è di non documentare i propri risultati.

⁵³ Non perdiamo questa occasione per pubblicizzare uno dei pochi prodotti didattici (per altro gratuito) disponibile sul tema in Italia, un corso online, che sarà reso disponibile da gennaio 2016 dall'università Cà Foscari (più informazioni su <http://www.unive.it/pag/10068/>)

Nello stesso ordine d'idee, gli scettici potrebbero dire che il nostro calcolo è una stima ipotetica e non una misura incontestabile dell'impatto. Non possiamo che dare loro ragione e si augura che esercitino lo stesso scetticismo (speriamo non nella sua versione nichilista) la prossima volta che saranno prodotte stime ex ante degli effetti di un futuro mega evento.

5 Conclusione generale

Il 2015 è stato l'anno di Expo Milano, il 2016 sarà l'anno del Giubileo, il 2024 quello delle Olimpiadi, supponendo di vincere la corsa alla candidatura. L'Italia è un paese sempre alla ricerca di grandi eventi dagli innumerevoli benefici per il suo territorio, non solo economici ma anche d'immagine. "Quattro miliardi di valore aggiunto" titolavano i giornali all'alba della nuova esposizione universale "migliaia di nuovi posti di lavoro, è la via d'uscita dalla crisi". Lo è stata davvero? Apparentemente sì, secondo le ultime rivelazioni giornalistiche: il 29 gennaio scorso, infatti, è stato presentato il preconsuntivo di bilancio (in approvazione nel mese di aprile) della società Expo Spa, che sembrerebbe aver registrato un attivo di oltre 14 milioni di euro (Il Fatto Quotidiano, 2016).

Non si hanno, però, ancora notizie su quei benefici ampiamente pavoneggiati prima e durante la rassegna milanese. Obiettivo di questa tesi è stato valutare le stime *ex ante* disponibili sull'Expo alla prova degli effetti di sostituzione, che si sono rivelati poco cari alla letteratura economica ma necessari. Questa ricerca, infatti, rappresenta, a meno di non essere smentiti, la prima applicazione pratica in Italia di una depurazione della spesa generata da un grande evento della sua componente sostitutiva.

La letteratura economica dei grandi eventi soffre di un vuoto accademico in materia di addizionalità e sostituzione. Valutare, infatti, l'impatto economico di un mega evento significa anche valutare quale frazione della spesa dei suoi visitatori sarebbe avvenuta ugualmente e quale, al contrario, rappresenta "*new dollars*" per il territorio. Pochi sono gli economisti che trattano adeguatamente gli effetti di sostituzione e, lì dove lo fanno, non vi è chiarezza né nel vocabolario utilizzato né nella definizione adottata. Se è risultato evidente come vi fosse una comunanza di pensiero circa la definizione generale di sostituzione, perso morto e spiazzamento, è stato scavando più a fondo che è emersa la necessità di sviluppare un vocabolario basato su criteri presenziali e comportamentali. Per misurare, infatti, l'addizionalità del pubblico presente, è doveroso interrogare ciascun visitatore non solo sul "controfattuale", ossia su cosa avrebbe fatto in assenza dell'evento, ma anche sulle modalità di spesa e consumo legati all'evento stesso. La lettura e l'analisi di 22 articoli accademici hanno fatto affiorare diversi fenomeni, di cui si propone una definizione nella Tabella 4 del paragrafo 2.4.

Come tenere adeguatamente in considerazione tali fenomeni nei calcoli economici? È la domanda a cui si è cercato di dare risposta nel terzo capitolo. La letteratura, infatti, suggerisce di trattare l'effetto di sostituzione ricorrendo a metodi relativamente grezzi rispetto a quello che offre l'analisi economica contemporanea. In generale si ricorre all'eliminazione della spesa d'interesse categorie di popolazione oppure, più raramente, alla realizzazione di un sondaggio.

L'eliminazione delle categorie di visitatori, come i locali o quelli che Preuss definisce *casuals* e *time switchers*, è risultata una strategia semplicistica e sbrigativa, che non considera i possibili effetti distorsivi del comportamento di spesa provocati da un evento. Il tempo, la motivazione di viaggio e l'espansione dei consumi, per esempio, diventano variabili fondamentali per individuare l'esatta addizionalità dei pubblici presenti all'evento. I dati necessari per aggiustare i calcoli economici secondo questi criteri comprendono informazioni sulle scelte e sulle caratteristiche del viaggio, che richiedono necessariamente una conoscenza più approfondita di ciascun consumatore. Il sondaggio, allora, diviene lo strumento più idoneo per rispondere a questa esigenza e superare i limiti del metodo dell'eliminazione *ex abrupto*. Gli esempi proposti mostrano come l'utilizzo di un questionario che interroghi la popolazione anche sul controfattuale ridimensioni notevolmente il risultato di un progetto di ampia portata: l'entità di tale ridimensionamento arriva a superare, in alcuni casi, anche l'80% del valore della variabile considerata, capovolgendo completamente lo scenario ipotizzato *ex ante*. Nel caso di Expo Milano 2015, i risultati emersi da un sondaggio creato *ad hoc* indicano con pochi margini di dubbio che la mancata considerazione degli effetti di sostituzione comporta un'importante sovrastima del suo impatto economico: con una componente addizionale che riguarda solo il 52 % delle visite straniere e l'1 % di quelle italiane, si è generato un Valore Aggiunto di "soli" 1.4 miliardi contro i 4 pronosticati.

6 Bibliografia

- Abelson, P. (2011). Evaluating Major Events and Avoiding the Mercantilist Fallacy. *Economic Papers*, 48-59.
- Airoldi, A., Cini, T., Morri, G., Quaini, E., & Senn, L. (2010). *L'impatto di EXPO 2015 nell'economia italiana*. CERTeT - Università Bocconi, Milano.
- Alliance, C. S. (2011). *2011 Canada Winter Games. Economic Impact Assessment*.
- Andersen, A. (2000). *The Sydney Olympics performance survey: the Sydney Olympic Games on the Australian hotel industry*. Hospitality and Leisure Services.
- Andreff, W. (2012). The winner's curse: why is the cost of sports mega-events so often underestimated? In W. Maenning, & A. Zimbalist, *Handbook on the Economics of Mega-Sporting Events* (p. 37-69). Cheltenham: Edward Elgar.
- Assolombarda. (2015, Ottobre 28). *I numeri*. Tratto da Expo2015.assolombarda.it: <http://expo2015.assolombarda.it/expo/i-numeri>
- Baade, R. A. (1987). *Is there an economic rationale for subsidizing sports stadiums?* Chicago: Heartland Institute.
- Baade, R. A., & Dye, R. F. (1990). The impact of stadiums and professional sports on metropolitan area development. *Growth and Change*, 1-14.
- Baade, R. A., Baumann, R., & Matheson, V. (2005). *Selling the Big Game: Estimating the Economic Impact of Mega-Events through Taxable Sales*. College of the Holy Cross, Department of Economics.
- Baade, R., & Matheson, V. (2002). Bidding for the Olympics: Fools Gold? In C. Pestana Barros, M. Ibrahimo, & S. Szymanski, *Transatlantic Sport: The Comparative Economics of North American and European Sports*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar Publishing.
- Baade, R., & Matheson, V. (2004). The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup. *Regional Studies*, 38(4), 343-354.
- Barcklay, J. (2009). *Predicting the costs and benefits of mega-sporting events: misjudgement of olympic proportions?* Oxford: Blackwell Publishing.
- Barget, E., & Gouguet, J. (2011). De l'importance des dépenses des spectateurs étrangers dans l'impact touristique des grands événements sportifs. *Téoros*, 30(2), 105-119.

- Billings, S., & Holladay, J. (2010). *Should Cities go for the Gold? The Long-term Impacts of Hosting the Olympics*.
- BOP, C. (2011). *Edinburgh Festivals Impact Study*.
- Burgan, B., & Mules, T. (2001). Reconciling cost-benefit economic impact assessment for event tourism. *Tourism Economics*, 321-330.
- Capital, P. B. (2002). *The Economic Impact of the Winter & Paralympic Games. Initial Estimates*.
- Castet, J. (2010). L'impact des expositions internationales et universelles sur les métropoles de la péninsule ibérique: Séville / Lisbonne / Saragosse. *Méditerranée*, 113-120.
- Centre for South Australian Economic Studies. (1992). Estimated economic impact of the 1994 Commonwealth Games. *Sport Economics*, 10-12.
- Clark, G. (2010). *Home to big ideas: the impact of major events on inward investment. London 2012 and The Thames Gateway*. Dartford, Kent: for Invest Thames Gateway.
- Comitato di candidatura. (2007). Dossier di Candidatura Expo 2015. Milano.
- Corriere della Sera.it. (2013). *Napolitano: Expo, occasione per uscire dalla crisi*. Tratto il giorno Ottobre 14, 2015 da http://www.corriere.it/politica/13_luglio_07/milano-expo-2015_adc91444-e719-11e2-a870-69831ea32195.shtml
- Crompton, J. (2006). Economic impact studies: instruments for political Shenanigans? *Journal of Travel Research*, 45, 67-82.
- Crompton, J. L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 14-35.
- Crompton, J., Lee, S., & Shuster, T. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, 40, 79-87.
- De Vito, L. (2014, Luglio 8). *La Repubblica*. Tratto il giorno Agosto 30, 2014 da Sito Web La Repubblica:
http://milano.repubblica.it/cronaca/2014/07/08/news/expo_finora_solo_3_738_nuove_assunzioni_in_vista_del_2015_ne_erano_state_previste_100mila-90963494/
- Dell'Acqua, A., Morri, G., & Quaini, E. (2013). *L'indotto di Expo 2015. Un'analisi di impatto economico*. Milano.
- Dunnavant, K. (1989). The impact of economics. *Sport Inc*, 31-33.
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (2009). Public Support for Special Events. *Eastern Economic Journal*, 481-499.
- Expo 2015 S.p.A. (2013). *Rapporto di Sostenibilità 2015*.

- Expo 2015 SpA. (s.d.). *Expo 2015*. Tratto il giorno Luglio 14, 2014 da Sito Web Expo 2015: <http://www.expo2015.org>
- Feddersen, A., Maenning, W., & Zimmermann, P. (2007, Febbraio). How to Win the Olympic Games - The Empirics of the Key Success Factors of Olympic Bids. *Economic Policy*, p. 1-17.
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*, 41, 385-392.
- Fletcher, J. (1989). Input-Output Analysis and The Tourism Impact Studies. *Annals of Tourism Research*, 514-529.
- Frechtling, D. (2006). An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. *Journal of Travel Research August*, 26-35.
- Gallione, A. (2015, Giugno 28). *Expo: l'assalto dei visitatori stranieri. In arrivo cinesi, brasiliani e americani.* Tratto da [Repubblica.it: http://milano.repubblica.it/expo2015/2015/06/28/news/stranieri_expo-117865369/](http://milano.repubblica.it/expo2015/2015/06/28/news/stranieri_expo-117865369/)
- Getz, D. (1994). Event Tourism: Evaluating the Impacts. In J. R. Brent Ritchie, & C. R. Goeldner, *In Travel, Tourism, and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers* (p. 437-450). New York: John Wiley & Sons.
- Guala, C. (2002). *Per una tipologia dei mega eventi*. Società Geografica Italiana.
- Hiller, H. H. (2000, Giugno). Mega-Events, Urban Boosterism and Growth Strategies: An Analysis of the Objectives and Legitimations of the Cape Town 2004 Olympic Bid. *International Journal Of Urban and Regional Research*, p. 449-458.
- Hughes, D. W. (2003). Policy Uses of Economic Multiplier and Impact Analysis. *Choices*, 25-30.
- Il Fatto Quotidiano. (2016, Gennaio 18). *Expo 2015, Sala: "Non c'è nessun buco". Ma i dati forniti sono incompleti e il patrimonio è sceso ancora.* Tratto il giorno Febbraio 6, 2016 da Il Fatto Quotidiano: <http://www.ilfattoquotidiano.it/2016/01/18/expo-2015-sala-non-ce-nessun-buco-ma-i-dati-forniti-sono-incompleti-e-il-patrimonio-e-sceso-ancora/2385757/>
- Jakobsen, J., Solberg, H., Halvorsen, T., & Jakobsen, T. (2012). Fool's gold: major sport events and foreign direct investment. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 1-18.
- Jones, C. (2005). Major events, networks and regional development. *Regional Studies*, 185-195.
- Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2008). National Wellbeing and International Sports Events. *International Association of Sports Economists*.
- LAMCI, R. &. (2013). *Milano e in congressi internazionali. Posizionamento in Europa e impatto economico.*
- Lee, S. (2001). A Review of Economic Impact Study on Sport Events. *The Sport Journal*.

- Leontief, W. (1966). *Input-output economics*. New York: Oxford University Press.
- Madden, J., & Crowe, M. (s.d.). *Estimating the Economic Impact of the Sydney Olympic Games*. Center for Regional Economic Analysis.
- Malfas, A. (2004). Impacts of the Olympic Games as mega-events. *Municipal Engineer*, p. 209-220.
- Massiani, J. (2008). *Expo vuol dire sviluppo?* lavoce.info.
- Massiani, J., & Trocciola, P. (2015). L'impatto economico dei grandi eventi da Torino 2006 a Milano 2015.
- Matheson, V. (2006). Mega-Events: The effect of the world's biggest sporting events on local, regional and national economies. *International Association of Sports Economics*(06-22).
- Matsuda, K. (2008). *What are the Economic Impacts on a Nation hosting the Olympics?*
- Mauro, A. (2015). *Roma. Matteo Renzi e il Giubileo modello Expo: in pole come commissario l'ex direttore dell'esposizione Rettighieri*. Tratto il giorno Ottobre 16, 2015 da http://www.huffingtonpost.it/2015/10/13/roma-matteo-renzi_n_8287152.html
- McHone, W., & Rungeling, B. (2000). Practical Issues in Measuring the Impact of a Cultural Tourist Event in a Major Tourist Destination. *Journal of Travel Research*, 38, 300-303.
- McKay, M., & Plumb, C. (2001, 1). Reaching Beyond The Gold. The Impact of the Olympic Games on REal Estate Markets. *Global Insight*, p. 1-25.
- Mehrotra, A. (2012). To host or not to host? A Comparison Study on the Long-Run Impact of the Olympic Games. *The Michigan Journal of Business*, 61-92.
- Mills, B., & Rosentraub, M. (2013). Hosting mega-events: A guide to the evaluation of development effects in integrated metropolitan regions. *Turism Management*, 34, 238-246.
- Mondello, M., & Rishe, P. (2004). Comparative Economic Impact Analysis: Differences Across Cities, Events and Demographics. *Economic Development Quarterly*, 331-342.
- Mules, T. (1998). Taxpayer Subsidies for Major Sporting Events. *Sport Management Review*, 25-43.
- Nicolas, Y. (2007). Les premiers principes de l'analyse d'impact économique local d'une activité culturelle. *Culture méthodes*, 1, 1-8.
- Oxford Economics. (2012). *The economic impact of the London 2012 Olympic & Paralympic Games*. Oxford Economics commissioned by Lloyds Banking Group.
- Peano, A. (2007). *L'eredità di un grande evento. Monitoraggio territoriale ex post delle Olimpiadi di Torino 2006*. Bolzano: Associazione Italiana Scenze Regionali - AISRE.
- Perotti, R. (2014). *Perché l'Expo è un grande errore?* Lavoce.info.
- Perryman. (2012, Luglio 30). *Do the Olympics Boosts the Economy? Studies show the Impact is likely negative*. Tratto il giorno Gennaio 29, 2015 da The Daily Beast.

- Ponti, M. (2006, Marzo 13). *Il buon investimento si vede dall'analisi*. Tratto il giorno Agosto 5, 2014 da Sito Web lavoce.info: <http://www.lavoce.info/il-buon-investimento-si-vede-dallanalisi/>
- Porter, P. (1999). Mega-sports events as municipal investments: a critique of impact analysis. *Sports Economics: Current Research*.
- Preuss, H. (2004). *The Economics of Staging the Olympics: A Comparison of the Games, 1972-2008*. Edward Elgar Publishing.
- Preuss, H. (2005). The Economic Impact of Visitors at Major Multi-sport Event. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 281-301.
- Preuss, H., Seguin, B., & O'Reilly, N. (2007). Profiling Major Sport Event Visitors: the 2002 Commonwealth Games. *Journal of Sport and Tourism*, 12(1), 5-23.
- Pulgent, N. d. (Aout 2002). *Rapport sur le projet de l'Exposition Internationale pour 2004, Rapport au premier ministre*. pp. 36.
- PwC. (2009). *The Games Effects. Report 4: Economic Impact of the 2010 Olympic and Paralympic Winter Games on British Columbia and Canada: 2003-2008*.
- Pyo, S., Cook, R., & Howell, R. (1988). Summer Olympic tourist market - learning from the past. *Tourism Management*, 137-144.
- Ramella, F. (2006). Le Olimpiadi: un successo per tutti o solo per alcuni (a scapito di altri)? *Consumatori, Diritti e Mercato*.
- Resolutions&Consulting, R. (2005). *Guidelines: Survey Procedures for Tourism Economic Impact Assessments of Gated Events and Festivals*.
- Roche, M. (2000). *Mega-Event and Modernity*. Londra: Routledge.
- Ryan, C. (1998). Economic Impacts of Small Events: Estimates and Determinants—A New Zealand Example. *Tourism Economics*, 339-52.
- Schilling, C. (2012). *The host with the most? Rethinking the costs and the benefits of hosting major events*. Nzier.
- Siegfried, J., & Zimbalist, A. (2000). The Economics of Sports Facilities and their Communities. *Journal of Economic Perspectives*, 14(3), 95-114.
- Solberg, H., & Preuss, H. (2007). *Why mega sports events become more expensive than planned*. EASM conference presentation.
- Song, W. (2010). Impacts of Olympics On Exports And Tourism. *Journal of Economic Development*, p. 93-110.
- Spiegel, M., & Rose, A. (2010). *The Olympic Effect*.
- Styne, D. (1999). Guidelines for Measuring Visitor Spending.

- Taks, M., Kesenne, S., Chalip, L., Green, C., & Martyn, S. (2011). Economic Impact Analysis versus Costs Benefits Analysis: the case of a medium-sized sporting event. *International Journal of Sport Finance*, 6, 187-203.
- Treasury, H. (2003). *The Green Book. Appraisal and Evaluation in Central Government*. London: London:TSO.
- Tucker, L. (2006). *How does Hosting the Olympic Games Impact Employment in the Host City?*
- Tyrrell, T. J., & Johnston, R. J. (2001). "A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures. *Journal of Travel Research*, 94-100.
- Visentin, A. (2015). Come considerare gli effetti di sostituzione nella valutazione d'impatto economico dei grandi eventi. Expo 2015. Venezia.
- Weed, M. (2008). *Olympic Tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Wnorowsky, A. (2011). *Who Really Needs the Olympics? A Look at the Costs and Benefits of Hosting the Summer Olympic Games for Developing Nations*.

7 Allegati

7.1 Alcuni risultati descrittivi

Il sondaggio mostra una predominanza di visitatori stranieri provenienti dal Centro Europa e un numero molto ridotto di osservazioni dal resto del mondo.

Tabella 14 - Visitatori stranieri per nazionalità

	N	% stranieri	% totale
France	199	25,35%	4,14%
Switzerland	183	23,31%	3,81%
Germany	179	22,80%	3,72%
Spain	72	9,17%	1,50%
United States	23	2,93%	0,48%
Canada	20	2,55%	0,42%
Poland	13	1,66%	0,27%
Romania	12	1,53%	0,25%
Portugal	11	1,40%	0,23%
China	7	0,89%	0,15%
Taiwan	6	0,76%	0,12%
Giordania	6	0,76%	0,12%
Luxembourg	5	0,64%	0,10%
Netherland	5	0,64%	0,10%
Philippines	5	0,64%	0,10%
Uk	4	0,51%	0,08%
Sweden	4	0,51%	0,08%
Venezuela	4	0,51%	0,08%
Mexico	4	0,51%	0,08%
Malta	3	0,38%	0,06%
El Salvador	3	0,38%	0,06%
Uzbekistan	2	0,25%	0,04%

Turkey	2	0,25%	0,04%
Thailand	2	0,25%	0,04%
Israel	2	0,25%	0,04%
Finland	2	0,25%	0,04%
Belgium	2	0,25%	0,04%
Belarus	2	0,25%	0,04%

Il sondaggio ha registrato una massiccia presenza di Lombardi e di visitatori provenienti dal Nord Italia.

Tabella 15 - Visitatori italiani per regione

	N	% italiani	% totale
Lombardia	326	43,76%	37,3%
Emilia-Romagna	77	10,34%	8,8%
Piemonte	69	9,26%	7,9%
Veneto	53	7,11%	6,1%
Toscana	44	5,91%	5,0%
Lazio	33	4,43%	3,8%
Campania	19	2,55%	2,2%
Sicilia	18	2,42%	2,1%
Trentino-Alto Adige	18	2,42%	2,1%
Liguria	16	2,15%	1,8%
Marche	15	2,01%	1,7%
Friuli-Venezia Giulia	13	1,74%	1,5%
Puglia	12	1,61%	1,4%
Abruzzo	9	1,21%	1,0%
Calabria	8	1,07%	0,9%
Sardegna	5	0,67%	0,6%
Umbria	5	0,67%	0,6%
Valle d'Aosta	3	0,40%	0,3%
Basilicata	1	0,13%	0,1%
Molise	1	0,13%	0,1%

7.2 Addizionalità rispetto alla regione Lombardia

La questione degli impatti economici addizionali può essere formulata a livello regionale e non solo a livello nazionale. In questo caso, il calcolo dei visitatori addizionali fornisce, giustamente, risultati diversi. Un'abruzzese che afferma "senza l'Expo sarei rimasto in Abruzzo" non è addizionale per l'Italia ma lo è per l'Expo. Fino al 53 % dei visitatori sono addizionali per l'Italia.

Tabella 16 - Componente addizionale rispetto alla Lombardia

Provenienza		Se non fosse venuto oggi all'Expo, ...				% per provenienza		% su totale visitatori*	
Area	%	Lombardia	Altra regione	Casa/lavoro	Ester	Sost.	Add.	Sost	Add
Ester	15%	31%	16%	29%	23%	31%	69%	5%	10%
Lombardia	37%	25%	2%	72%	1%	97%	2%	36%	1%
Resto Italia	48%	13%	32%	54%	1%	13%	87%	6%	42%
Totale generale								47%	53%

Legenda :

X %	% Addizionale
YY %	% Sostitutivo

Letture della tabella: il 72 % dei visitatori lombardi afferma che senza l'Expo sarebbe stato a casa o al lavoro, il 25% a fare altro in Lombardia. Il 97% dei Lombardi è non addizionale e rappresenta il 37 % dei visitatori complessivi.

*Totale pesato per la provenienza degli intervistati.

ⁱ "Spending on a mega-event displaces spending that would have occurred otherwise as local residents purchase tickets to the event rather than spend that money on other activities in the local economy" (Baade & Matheson, *The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup.*, 2004)

ⁱⁱ "The local consumer's expenditure is not a new economic activity but a reallocation of spending that would have occurred if the event were not held. Hence, in net terms, the effect on the local community is likely to be zero. To make studies more reliable for mega-events such as the Olympics one might suggest surveys carried out on those attending the event with questions relating to place of residence thus enabling analysts to eliminate those who hail from the local area (...).

Spending on a sports event may just represent a reallocation of leisure spending. Had the visitor not gone to the event, money would have been spent on other attractions in the city in the event's absence (...).

(...) by virtue of the fact that the event did not influence the visitor's choice of location, one cannot attribute a net increase in spending as a result of the sporting event (...).

Many residents may dramatically alter their spending patterns to avoid either the inflated prices charged during the event or congestion caused by its visitors." (Barcklay, 2009)

ⁱⁱⁱ "La non-prise en compte de l'effet de substitution qui concerne les dépenses des agents locaux, dépenses qui doivent donc être exclues (...).

La non-prise en compte du déplacement temporel de dépenses de consommation ou d'investissement. Cela concerne les décisions prises par les agents extérieurs avant la Coupe du monde de rugby et qui ont été simplement déplacées (avancées ou repoussées) pour se réaliser durant l'événement (...).

De même nous avons pu repérer les visiteurs occasionnels dont la présence sur les lieux de la manifestation n'est pas due à la Coupe du monde de rugby mais à des motifs professionnels, par exemple. S'ils assistent à la rencontre, seule la dépense sportive additionnelle doit être prise en compte. " (Barget & Gouguet, 2011)

^{iv} "A key part of the estimation process is to establish what proportion of expenditure is genuinely additional for each strand, the net value. This means subtracting the expenditure that would have occurred anyway (the 'deadweight') as well as that which is simply displacing or substituting other expenditure (...).

Many residents who attend the Festival might have visited the city and spent money on their trip even if the Festivals had not taken place. Therefore the expenditure incurred on the trip to the Festival is simply deadweight and cannot be considered to be additional." (BOP, 2011)

^v "Substitution effects: this is spending that would not have taken place if your event had not been held.

If a non-local visitor would have engaged in other similar recreational activities in lieu of going to your event, spending associated with the event is not incremental spending. In other words, it would have occurred irrespective of the event. In this case, the attendee's spending "on site" would not be included in the "Event Account" (...). (Resolutions&Consulting, 2005)

If the trip that included a visit to your event displaced a trip that would have taken place within the next three months, no spending is considered incremental because a "similar trip" was replaced by "this" trip (...).

If the respondent claims that the event had "0" influence on the decision to come your community, no spending would be included in the event account."

^{vi} "Economic impact attributable to Springfest relates only to new money injected into the Ocean City economy by visitors, media, external government entities, or banks and investors from outside the community. Only spending by visitors who reside outside the town and whose primary motivation for visiting is to attend the event, or who stay longer in the town and spend more because of it, should be included. Expenditures by those who reside in Ocean City represent only a recycling of money that already exists there. It is probable that if local residents did not spend their money at the festival, then they would dispose of it either now or later by purchasing other goods and services in the town. Twenty dollars spent by a local family at Springfest is likely to be \$20 less spent on movie tickets elsewhere in Ocean City. Thus, expenditures associated with the event by local residents are likely merely to be switched spending, which offers no net economic stimulus to the town. Hence, this money should not be included when estimating economic impact (...).

Expenditures from out-of-town visitors should be net of "time-switchers" and "casuals." Some nonlocal spectators at Springfest may have been planning a visit to Ocean City for some time but changed the timing of their visit to coincide with the event. The spending of these time-switchers cannot be attributed to the event since it would have occurred in the town without the event, albeit at a different time of the year. Casuals are visitors who were already in Ocean City attracted by other features and who elected to go to Springfest instead of doing something else. These casuals may have been in Ocean City visiting friends or relatives or have come to enjoy the general ambiance of the resort and attended Springfest as a pleasant way to spend the day. Their expenditures in Ocean City could not be attributed to Springfest because they were already in the town, and it is likely they would have spent that money in the resort on something else if there had been no festival. Expenditures by time-switchers and casuals would have occurred without the festival, so income generated by their expenditures should not be attributed to it. However, if visitors who qualify as members of these two groups stay in Ocean City for more days than they would have done if the event had not been held, then their expenditures on those extra days should be included in the economic impact analysis (...).

If there is evidence to suggest that a tourism event keeps some residents at home who would otherwise leave the area for a trip, these local expenditures legitimately could be considered an economic impact because money has been retained in the host community that otherwise would have been spent outside it." (Crompton, Lee, & Shuster, A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example, 2001) (Crompton J. , Economic impact studies: instruments for political Shenanigans?, 2006)

^{vii} "We need to distinguish between local expenditure of local residents and nonlocal residents. In the case of the former, we can only credit the festival with those expenditures that might have occurred elsewhere and are now diverted to the local economy as a result of the festival (a form of import substitution). All other expenditure by locals cannot be credited to the festival." (Felsenstein & Fleischer, 2003)

^{viii} "'Displacement' and 'substitution' impacts are closely related. They measure the extent to which the benefits of a project are offset by reductions of output or employment elsewhere (...).

The net benefit of an intervention equals the gross benefits less the benefits that would have occurred in the absence of intervention (the 'deadweight') less the negative impacts elsewhere (including 'displacement' of activity), plus multiplier effects." (Treasury, 2003)

^{ix} "Time switching refers to revenues that would have come irrespective of the event, but at a different point of time." (Jakobsen, Solberg, Halvorsen, & Jakobsen, 2012)

^x "Through marketing and media exposure the host city may be able to attract tourists both during and after the event. Tourists are assumed to spend money in the local economy, hence having an economic multiplier effect (Kartakoullis et al., 2003). However, this issue is often confused by a failure to correctly define the region impacted. For example, if one considers

the impact on the London economy of the 2012 Olympics, there will be many visitors from outside the area injecting money into the capital. However, if the focus is the impact in the UK economy, one should net off UK visitors, since they are simply diverting their expenditures from one region to another. The bigger the region considered, the smaller the number of additional visitors generated. Moreover, one should account for time-switchers (those who would have come anyway, just at a different date) and casual tourists (those who would have come at this date whether or not the event was taking place) whose expenditures cannot be fully attributed to the event, as well as considering the possibility that the event itself might be crowding-out a fraction of others (Crompton, 1995; Matheson, 2002; Siegfried and Zimbalist, 2002).” (Kavetsos & Szymanski, 2008)

^{xi} “Even when *ex ante* studies are done carefully and considered in a careful manner, they suffer from three primary theoretical deficiencies: the substitution effect, crowding out, and leakages. The substitution effect occurs when consumers spend money at a mega-event rather than on other goods and services in the local economy. The local consumer’s spending on a sporting event is not new economic activity, rather a reshuffling of local spending. For this reason, most economists advocate that spending by local residents be excluded from any economic impact estimates (...).

Even including only out-of-region visitors in impact studies may still result in inflated estimates if a large portion of the non-local fans at a game are “casual visitors,” that is out-of-town guests who go to a sporting event, but are visiting the host city for reasons other than the sporting event itself. Similarly, *ex ante* estimates may be biased upwards if event guests engage in “time-switching,” which occurs when a traveller rearranges a planned visit to a city to coincide with a mega-event.” (Matheson, 2006)

^{xii} “Given these results, it was determined that the amount of local money that would have been drawn out of the area if the exhibition had not visited Orlando was insignificant. Consequently, local resident spending was excluded from the economic analysis (...).

All visitor days generated by the “primary-purpose” visitors and the added days by the “non-primary-purpose” visitors were attributed to the ITC (...).

One final refinement to the visitor spending was to adjust spending if visitors had been diverted from some other planned activity to attend the event (substitution effect). To adjust for this substitute spending, the total local purchases attributable to the event visitors were reduced.” (McHone & Rungeling, 2000)

^{xiii} “There is the potential for a substantial displacement or substitution effect of one group of visitors visiting the area for its already existing amenities than those attending the sport event (...).

There is a level of intra-regional substitution spending that also occurs. The aggregate spending projected to occur when a mega-event is hosted includes purchases made by people who live nearby. Had those individuals not attended the mega-event or complementing activities, they would have spent a similar amount of discretionary funds for other forms of local entertainment. As a result, those expenditures produce no new economic activity for a region (...).

Any non-new spending would simply be substitution spending, and not appropriate in the calculation of economic benefit.” (Mills & Rosentraub, 2013)

^{xiv} “La grande majorité des dépenses des résidents locaux qu’on peut associer à *x* se substitue à des dépenses en biens et services locaux qui auraient eu lieu de toute façon dans la zone. Trente euros dépensés par une famille locale pour un spectacle festif local correspondent vraisemblablement à trente euros en moins dépensés au musée, au cinéma, au stade ou au parc d’attractions local. Il y a ainsi simple réallocation de dépenses locales dans l’économie locale plutôt qu’une hausse nette réelle de son activité économique (...).

Une autre règle à suivre pour estimer correctement l’impact de *x* consiste à retirer de l’ensemble des dépenses non locales associées à *x* celles des «changeurs de calendrier» et celles des visiteurs occasionnels.” (Nicolas, 2007)

^{xv} “If a sports team moves to town, the money one spends taking a family to a game typically is money that is not spent at a local bowling alley, golf course, restaurant or theatre (...).

There is considerable evidence that out-of-state fans at most sporting events do not come to town because of the game. Rather, they are in town for business reasons, to see family or for other leisure activities. If they were not at the game, they would spend their money on other entertainment in the same city. Hence, their disbursements in and around the ballpark substitute for other local spending. Further, they may be guests of a local business or family who pays for the tickets and concessions, in which case there also is no new money attracted from outside of the area.” (Siegfried & Zimbalist, 2000)

^{xvi} “Much of the spending on the event by local citizens is a substitute from a different leisure activity or consumption good, rather than true additional spending.” (Spiegel & Rose, 2010)

^{xvii} “It is important to separate residents of the designated region from non-residents (tourists or visitors). In a strict economic impact analysis, only non-resident spending in an area would be treated as “new dollars” to the region. The spending by local residents may not represent new spending if it otherwise would be spent somewhere else in the community (...).

Spending by local residents in the local area should normally be excluded when estimating economic impacts of tourism. The best way to do this is to identify locals as a separate visitor segment. Local visitor spending that would otherwise have occurred outside the region should be included (this is called import substitution).” (Styne, 1999)

^{xviii} “If a nonlocal visitor would have visited the city or region in the absence of the festival, this spending is considered as “displacing” existing demand and is not counted (...).

Even in this case, a necessary adjustment needs to be made so as not to include that festival-induced expenditure that displaces existing economic activity (e.g., restaurant facilities at the festival that compete with existing local restaurants).

With respect to nonlocal visitors, only that expenditure generated by visitors who stated that their visit was expressly the result of the festival was counted. If a nonlocal visitor would have visited the city or region in the absence of the festival, this spending is considered as “displacing” existing demand and is not counted.” (Felsenstein & Fleischer, 2003)

^{xix} “Domestic tourism is displaced expenditure that would occur elsewhere in the economy.” (Schilling, 2012)

^{xx} “Non local visitors need to be subdivided into those who always planned to visit the local area and the festival simply accelerated their visit and those for whom the visits expressly the result of the festival. In the case of the former, part of their expenditure is “deadweight” and would have happened in any event. In the case of the latter, all their expenditure is genuinely new and can be credited to the festival.” (Felsenstein & Fleischer, 2003)

^{xvi} “‘Deadweight’ refers to outcomes which would have occurred without intervention. Its scale can be estimated by assessing what would have happened in the ‘do minimum’ case, ensuring that due allowance is made for the other impacts which impact on net additionality (...). (Treasury, 2003)

The net benefit of an intervention equals the gross benefits less the benefits that would have occurred in the absence of intervention (the ‘deadweight’) less the negative impacts elsewhere (including ‘displacement’ of activity), plus multiplier effects.” (Treasury, 2003)

^{xvii} “(...) the “crowding out” effect. Event tourists may simply supplant other travellers who would normally visit the host venues.” (Baade & Matheson, *The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup.*, 2004)

^{xviii} “If local restaurants and hotels are near full capacity, sporting visitors may actually displace and ‘crowd out’ regular tourists, resulting in a smaller than predicted net impact.” (Barcklay, 2009)

^{xviii} “L’omission des effets d’éviction en matière de consommation ou d’investissement. Des visiteurs potentiels peuvent avoir été découragés de venir dans la région du fait de la crainte de la saturation du territoire ou de nuisances créées par la Coupe du monde de rugby.” (Barget & Gougnet, 2011)

^{xv} “Crowding out=the extent to which an increase in demand occasioned by government policy is offset by a decrease in private sector demand.” (Treasury, 2003)

^{xvi} “Crowding out refers to the displacement of other activities. Some visitors decide to stay away out of fear of crowds and inflated prices. If crowding-out impacts are substantial, and if the event tourists spend less than those who are displaced, then the net impact may even be negative. In addition, some local residents may go away to avoid negative effects.” (Jakobsen, Solberg, Halvorsen, & Jakobsen, 2012)

^{xvii} “A second source of bias is “crowding out,” which is the congestion caused by a mega-event that dissuades regular recreational and business visitors from coming to a city during that time.” (Matheson, 2006)

^{xviii} “It is not only necessary to collect information on the residents’ expenditures to estimate the consumer surplus, but this information is also essential to estimate the crowding out effect for local business (cost factor).

A portion of the ticket sales to locals might not be costs in the local economy—a share of those expenditures could have leaked away had locals spent that same money locally if the event had not taken place. There is, of course, no empirical evidence suggesting that local ticket sales prevented leakage from the local economy. Therefore, we decided not to account for potential leakages for these expenditures from locals on ticket sales, crowding out other businesses in the community. However, one could rightly argue that the same holds true for casual visitors attending the event since they too could have spent their money elsewhere other than on buying tickets for the event. While the casual visitors only represented 5% of the spectators, not including them here represents an underestimation of the crowding out of local businesses. Thus, in future analyses, we suggest that expenditures of casual attendees should be incorporated as opportunity costs (i.e., crowding out other local businesses).

If locals spend their money on tickets to go to the event, this amount of money (\$79,889) is no longer available for spending in other local business, thus crowding out other business in the local economy.” (Taks, Kesenne, Chalip, Green, & Martyn, 2011)

^{xix} “Studies overstate the impact of the Games to bolster Olympic bids. They may fail to consider such important factors as crowding out of other economic activity, changes in net flows instead of gross ones, and the range of activities to which their resultant “multiplier” may apply. In sum, they are not a reliable indicator of long-term economic activity.” (Tucker, 2006)

^{xx} “There also exists a crowding out effect in the tourism industry. During the 2000 Sydney Games, hotel occupancy peaked at near 100 percent occupancies but other cities in Australia experienced significant declines in occupancy. The increase in visitors to the host city is usually at the expense of other cities in the host country.” (Wnorowsky, 2011)