

COMUNICATO STAMPA

Autodromo di Imola protagonista del Made in Italy e della diplomazia sportiva italiana

Un milione di visitatori attesi già nel 2025 con un impatto economico da un miliardo di euro

Roma, 26 febbraio 2025 – L'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari accelera e si prepara a superare ogni record: con una crescita delle presenze stimata a un milione di visitatori già nel 2025, e un indotto annuo che potrebbe raggiungere un miliardo di euro entro il 2029, il circuito si conferma un volano economico per il territorio dell'Emilia-Romagna e uno straordinario strumento di promozione dell'Italia nel mondo. Ospitando eventi sportivi di portata planetaria, come il Gran Premio di Formula 1 e il World Endurance Championship (WEC), la struttura imolese rappresenta certamente un'icona mondiale del settore della Motor Valley, ma si conferma un asset strategico anche per manifestazioni di carattere musicale, culturale e fieristico.

Se ne è parlato nel corso della conferenza “*Imola e Made in Italy: dove sport, motori e musica incontrano il mondo*” che si è svolta questa mattina a Roma presso la sede del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale: un'occasione per riflettere sulla diplomazia sportiva e culturale come nuovo strumento di promozione strategica dell'Italia e dei suoi territori. Sono intervenuti il Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale On. Antonio Tajani, il Sindaco di Imola Dott. Marco Panieri, il Presidente dell'Istituto Commercio Estero Dott. Matteo Zoppas, il Coordinatore Politiche Sportive della Regione Emilia-Romagna Dott. Giammaria Manghi e il Direttore dell'Autodromo di Imola Dott. Pietro Benvenuti.

“Con il suo Autodromo e Gran Premio, e con l'industria dell'auto collegata, Imola è il simbolo del Made in Italy, di un'Italia vincente, che piace, un'Italia che può continuare ad esportare anche in un settore così importante come quello dello sport. Ritengo che Imola sia parte di una strategia di politica estera più ampia - ha commentato il Ministro degli Esteri Antonio Tajani -. Attraverso gli eventi che si tengono a Imola possiamo accendere i riflettori nel nostro paese, attrarre turisti che vengono in Italia per seguire il Gran Premio, per poi fermarsi a visitare le nostre bellezze. Non si tratta quindi solo della Formula 1 che viene vista in televisione, ma di uno strumento fondamentale di promozione dell'Italia e delle sue imprese nel mondo”

Alla conferenza, il Sindaco Panieri ha presentato anche i risultati preliminari di una prima analisi del Censis sull'impatto degli eventi dell'Autodromo sul territorio locale e nazionale,



con una previsione per l'anno 2025, e il suo ruolo potenziale nella promozione del Made in Italy. "L'Autodromo di Imola è un attore chiave delle strategie di diplomazia sportiva italiana - ha commentato il primo cittadino -. Portando Imola nel mondo, valorizziamo l'Italia, le piccole e medie imprese nazionali e lo sport".

Investire sui "Big Spender"

L'Autodromo di Imola registra ogni anno circa 600.000 presenze, di cui poco più di un terzo legate alla Formula 1. L'obiettivo principale non è solo aumentare questi numeri - già quest'anno sono infatti attesi un milione di visitatori - ma attirare un pubblico sempre più qualificato: in particolar modo i cosiddetti "Big Spender", ovvero coloro che sono disposti a investire di più in esperienze esclusive, ospitalità di alto livello e prodotti di lusso. Attualmente questa fascia rappresenta circa il 15% del pubblico degli eventi ospitati a Imola, ma con un'offerta adeguata e un piano di valorizzazione dell'esperienza complessiva, questa percentuale potrebbe crescere fino al 25% nei prossimi quattro anni, generando un impatto economico rilevante per l'indotto.

Numeri in crescita e un target internazionale

Le stime indicano una crescita delle presenze dei visitatori già nell'anno in corso. Se nel 2024 il pubblico dell'Autodromo di Imola è provenuto da 63 nazioni diverse, l'obiettivo attuale è di estendere questa platea fino al raggiungimento di 85 Paesi, consolidando la posizione dell'Autodromo come punto di riferimento globale per il motorsport e l'intrattenimento.

Un volano economico da oltre un miliardo di euro

Attualmente, l'indotto annuo generato dal circuito è stimato in 600 milioni di euro, ma con gli investimenti pianificati potrebbe superare il miliardo entro il 2029. Nei prossimi quattro anni, il contributo totale all'economia del territorio potrebbe raggiungere i 2,4 miliardi di euro, con un potenziale di crescita fino a 4 miliardi qualora tutti i progetti previsti venissero realizzati.

Investimenti strategici per il futuro

Tra gli interventi chiave già avviati figurano l'ampliamento del corpo box, il rifacimento del manto stradale con materiali sostenibili, l'incremento delle infrastrutture per l'energia rinnovabile e lo sviluppo del progetto "New Paddock Club". Quest'ultimo prevede la creazione di nuove aree hospitality di oltre 7.000 mq, con spazi esclusivi per ospiti e aziende, posizionando Imola come una destinazione premium per eventi e competizioni internazionali.

La continuativa collaborazione con il Censis per la pianificazione strategica

Per monitorare e ottimizzare l'impatto economico dell'Autodromo, ma anche per monitorare l'andamento e i risultati concreti degli investimenti, il Comune di Imola e il Censis continueranno anche negli anni successivi questo percorso di collaborazione, analisi



e progettazione condivisa, coinvolgendo oltre 400 aziende dell'Emilia-Romagna. Questo studio permetterà di valutare con precisione il valore economico degli eventi e di definire strategie mirate per massimizzare il ritorno economico e l'attrattività del circuito. Tra i suoi obiettivi, l'Autodromo si propone infatti di diventare anche un vero e proprio laboratorio di comunicazione per le imprese del territorio, coinvolgendole fin dalla fase di ideazione degli eventi e creando sinergie per massimizzare il ritorno economico e d'immagine locale.

"Il 2025 dell'Autodromo di Imola sarà caratterizzato come sempre dalla passione per il motorsport, ma anche dalla responsabilità verso la società e l'ambiente - ha aggiunto Pietro Benvenuti, Direttore dell'Autodromo -. Imola non è solo una pista, ma un luogo dove sport, inclusione e sostenibilità si incontrano, e siamo orgogliosi di poterlo dimostrare con eventi che fanno la differenza, non solo per gli appassionati, ma anche per la comunità".

"L'Autodromo internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola è uno dei simboli della Motor Valley emiliano-romagnola e mondiale: un distretto unico al mondo, in cui la passione per i motori tipica di questa terra ha dato vita nel tempo ad un settore ad altissimo tasso di innovazione e ricerca tecnologica. Forte di grandi marchi famosi nel mondo - ha dichiarato Giammaria Manghi, coordinatore delle Politiche sportive della Regione Emilia-Romagna -. Ma è anche uno dei luoghi che da sempre ospita manifestazioni sportive di altissimo livello. È con grande piacere dunque che accogliamo la scelta di individuare proprio nell'Autodromo di Imola, un importante strumento di promozione del sistema Paese e delle sue eccellenze nel mondo. Grazie ad un calendario di eventi di particolare prestigio e richiamo, tra i quali alcuni appuntamenti sportivi sostenuti anche dalla Regione Emilia-Romagna, a partire dal Gran Premio di Formula 1. La conferma del ruolo straordinario che può avere lo sport per promuovere e valorizzare i territori. In una logica di sistema e di sinergia tra la Regione Emilia-Romagna, la città di Imola, il Ministero degli Esteri e Ice".

"Imola nel mondo non significa solo la gara di Formula 1, ma rappresenta tutto ciò che gira attorno al comparto della Moto, della Motor Valley più in generale e delle tecnologiche automotive che sicuramente sono tra le eccellenze della manifattura italiana - ha aggiunto il conclusioni Presidente Agenzia ICE, Matteo Zoppas -. Un settore che oggi attraversa una fase di rallentamento e per questo va supportato attraverso gli strumenti propri di ICE della promozione e dello sviluppo del Made in Italy. Un evento come quello di Imola è quindi una occasione, un megafono, eccezionale perché riesce a raggiungere 5 milioni di audience e oltre 200mila spettatori presenti, molti dei quali internazionali ai quali raccontiamo la bellezza e il valore di questa filiera fortemente innovativa che fa 60 miliardi di euro di export nel mondo".

