



# Nitto ATP Finals 2022

**I NUMERI  
DEL SUCCESSO**



# **COPERTURA MEDIATICA E SOCIAL MEDIA**

# COPERTURA MEDIATICA E SOCIAL MEDIA

**80**

BROADCASTER  
COINVOLTI

**179**

PAESI RAGGIUNTI  
↑ +35 RISPETTO AL 2021

**15.999 h**

ESPOSIZIONE TV E  
STREAMING

**190,9 Mln**

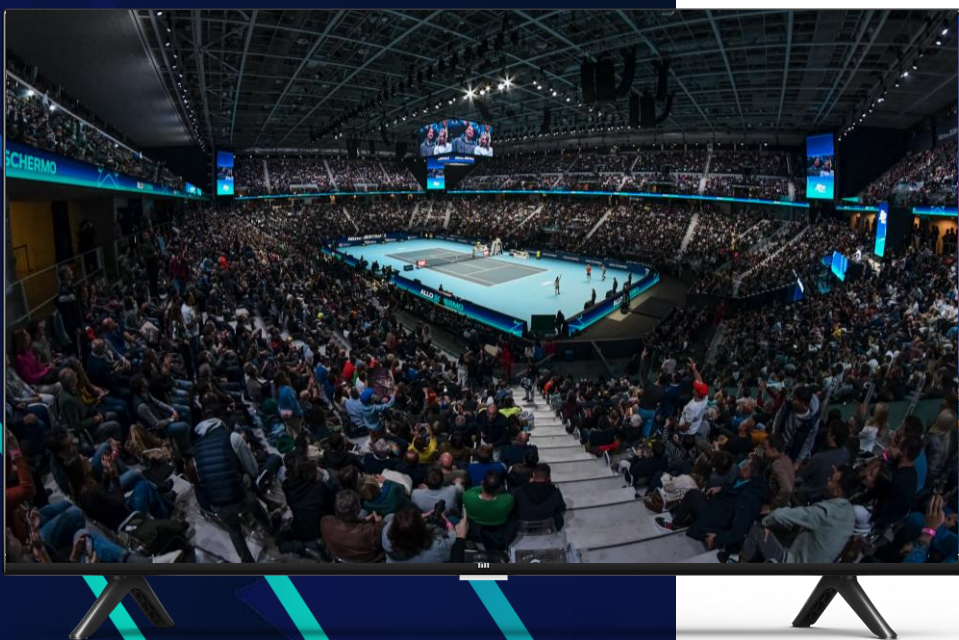
AUDIENZE TOTALE  
↑ +74,1% RISPETTO AL 2021

**150,1 Mln**

SOCIAL MEDIA VIDEO VIEWS  
↑ +151,3% RISPETTO AL 2021

**9,4 Mln**

SPETTATORI TV  
E STREAMING  
IN ITALIA





# VISIBILITÀ DEL «BRAND» TORINO



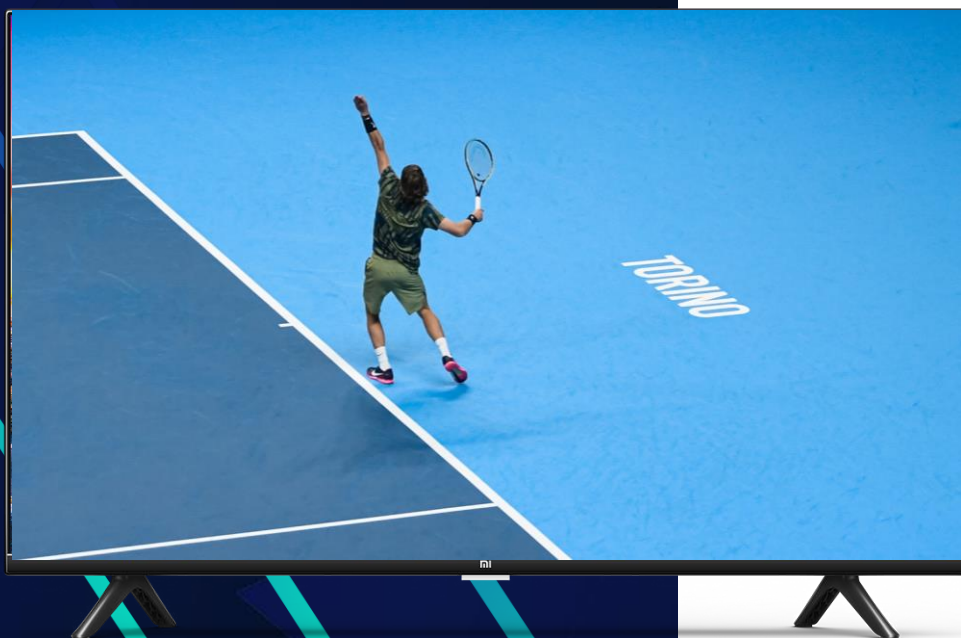
**1.483,34 h**

ESPOSIZIONE DEL BRAND  
TV TRADIZIONALE &  
STREAMING DIGITALE



**\$ 13,2 Mln**

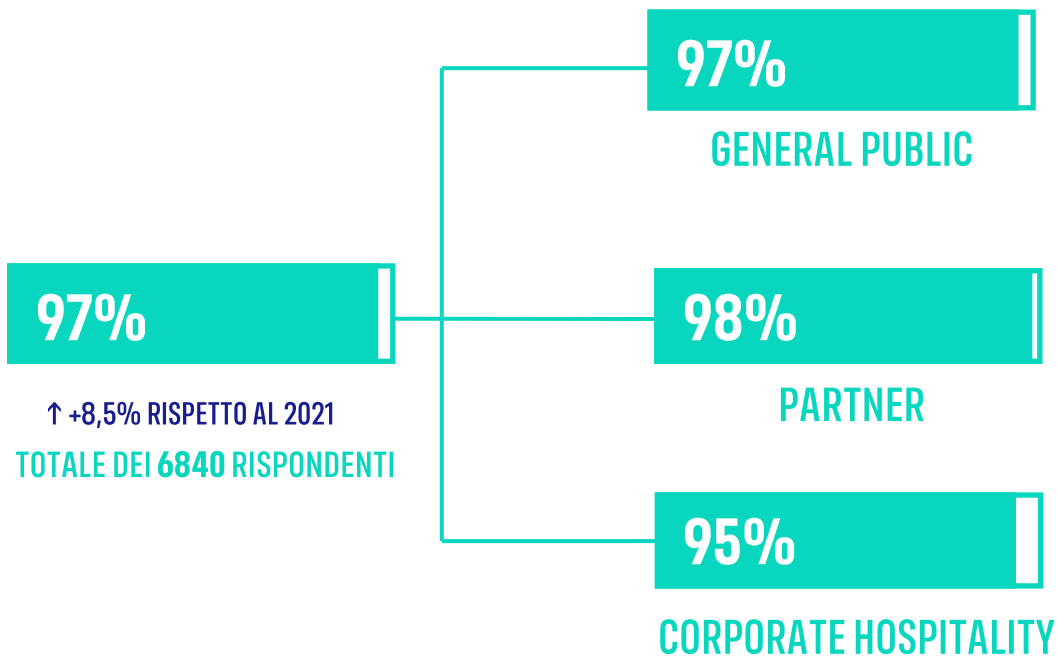
VALORE COMMERCIALE DELLA  
VISIBILITA'



# **CUSTOMER SATISFACTION**

# CUSTOMER SATISFACTION

## LIVELLI DI SODDISFAZIONE COMPLESSIVA\*

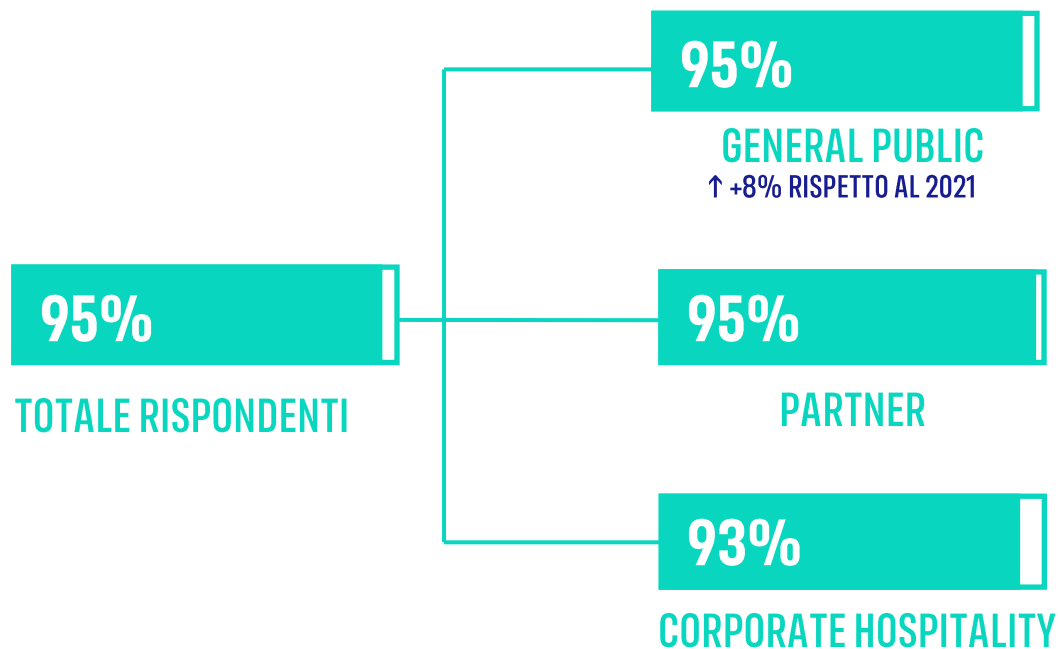


Fonte: Nielsen Sport 2022

\*Q: Complessivamente qual è il suo livello di soddisfazione per la sua esperienza di partecipazione alle Nitto ATP Finals 2022 tra: *eccellente, molto buona, buona, inadeguata, scarsa*  
NB: % in riferimento alle risposte *Eccellente, molto buona, buona*.

# CUSTOMER SATISFACTION

## RACCOMANDABILITÀ\*



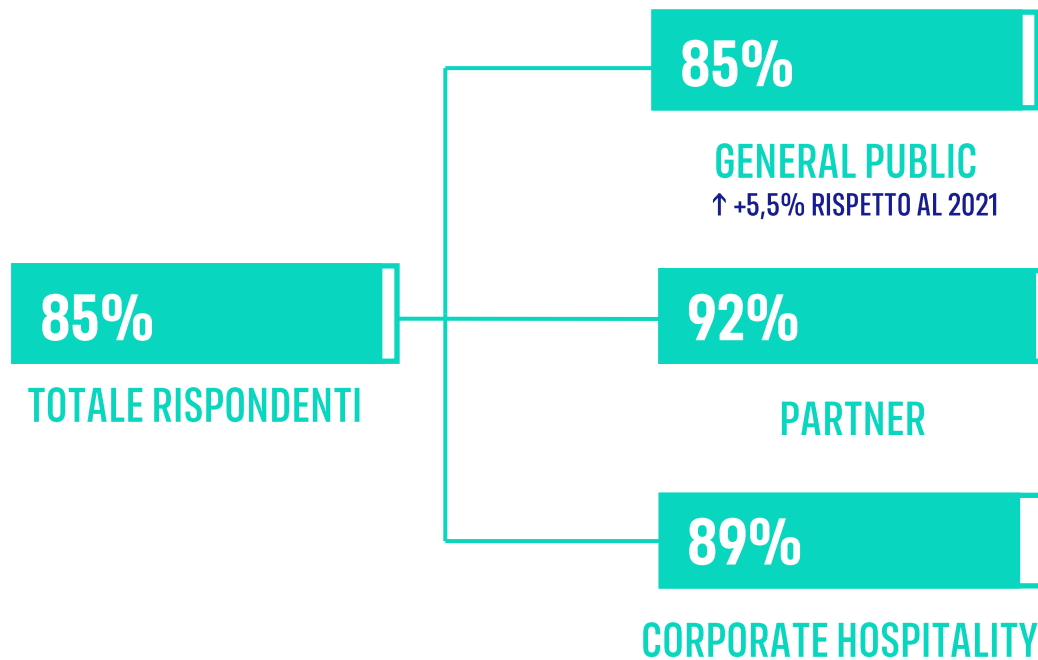
Fonte: Nielsen Sport 2022

\*Q: Pensando alla sua partecipazione alle Nitto ATP Finals 2022, in che misura raccomanderebbe l'evento ad un amico/ conoscente. Risponda utilizzando le opzioni: *Sicuramente la consigliere*, *probabilmente la consigliere*, *non so se la consigliere*, *probabilmente non la consigliere*, *sicuramente non la consigliere* | NB: % delle risposte in riferimento alle risposte: sicuramente la consigliere e probabilmente la consigliere.



# CUSTOMER SATISFACTION

## RIPETIZIONE DELL'ESPERIENZA\*



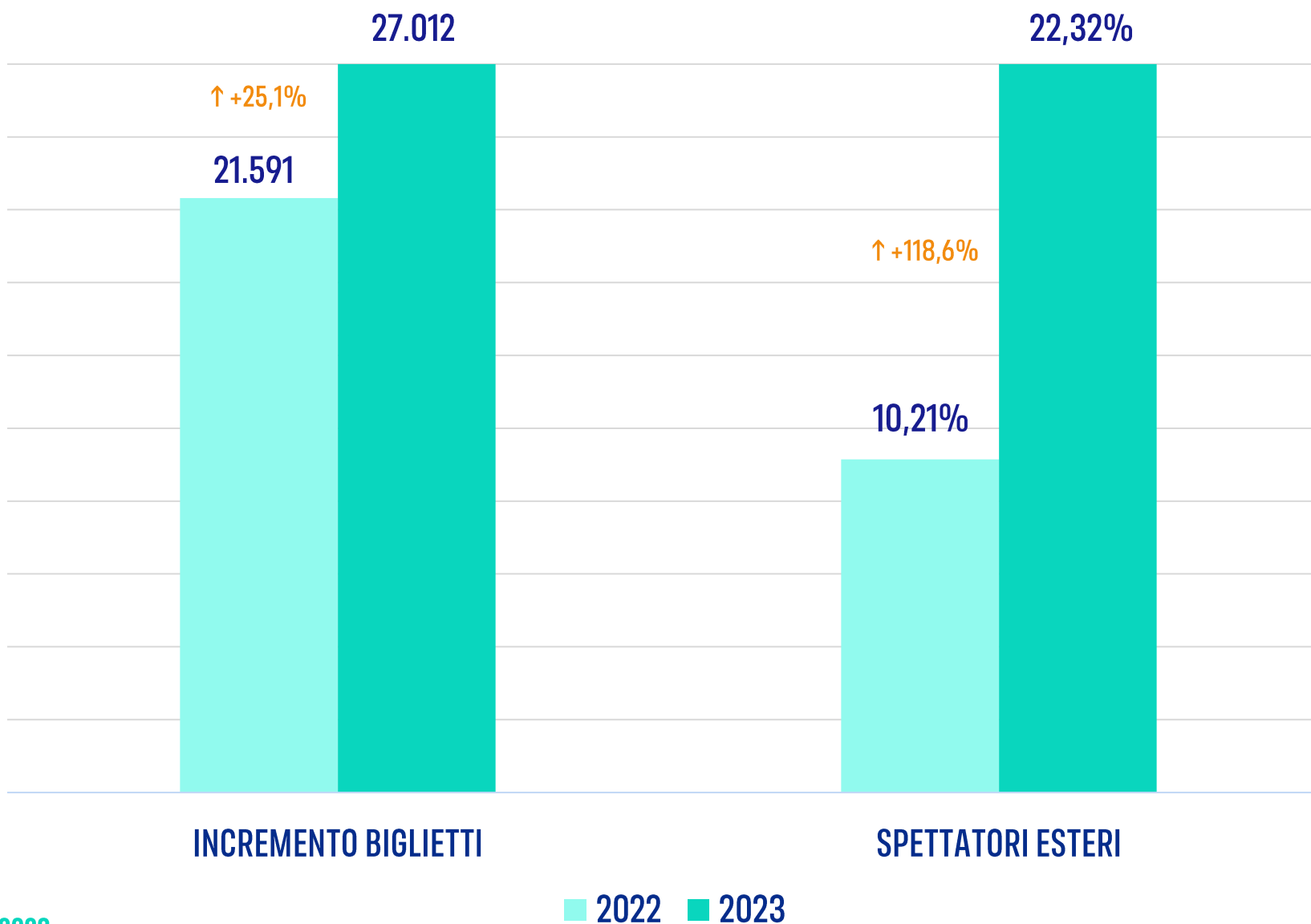
Fonte: Nielsen Sport 2022

\*Q: Pensando alla sua partecipazione alle Nitto ATP Finals 2022, l'anno venturo parteciperà nuovamente a questo evento se ne avrà la possibilità. Risponda utilizzando *assolutamente si, probabilmente si, non lo so, probabilmente no, assolutamente no*. |NB: % sono in riferimento alle risposte: *assolutamente si, probabilmente si*.



# ANDAMENTO TICKETING 2023

COMPARAZIONE AL 2022



# RICADUTE ECONOMICHE

# RICADUTE ECONOMICHE\*

## BIGLIETTERIA



**159.961**

TOTALE BIGLIETTI VENDUTI



**95.601**

SPETTATORI UNICI

**3.765**

ACREDITI RILASCIATI A  
MEDIA E STAFF



# RICADUTE ECONOMICHE\*

## IMPATTO ECONOMICO TOTALE

**€ 221,9 Mln**

↑ +87% RISPETTO AL 2021

IMPATTO ECONOMICO  
DIRETTO

**€ 75,5 Mln**

IMPATTO ECONOMICO  
INDIRETTO E INDOTTO

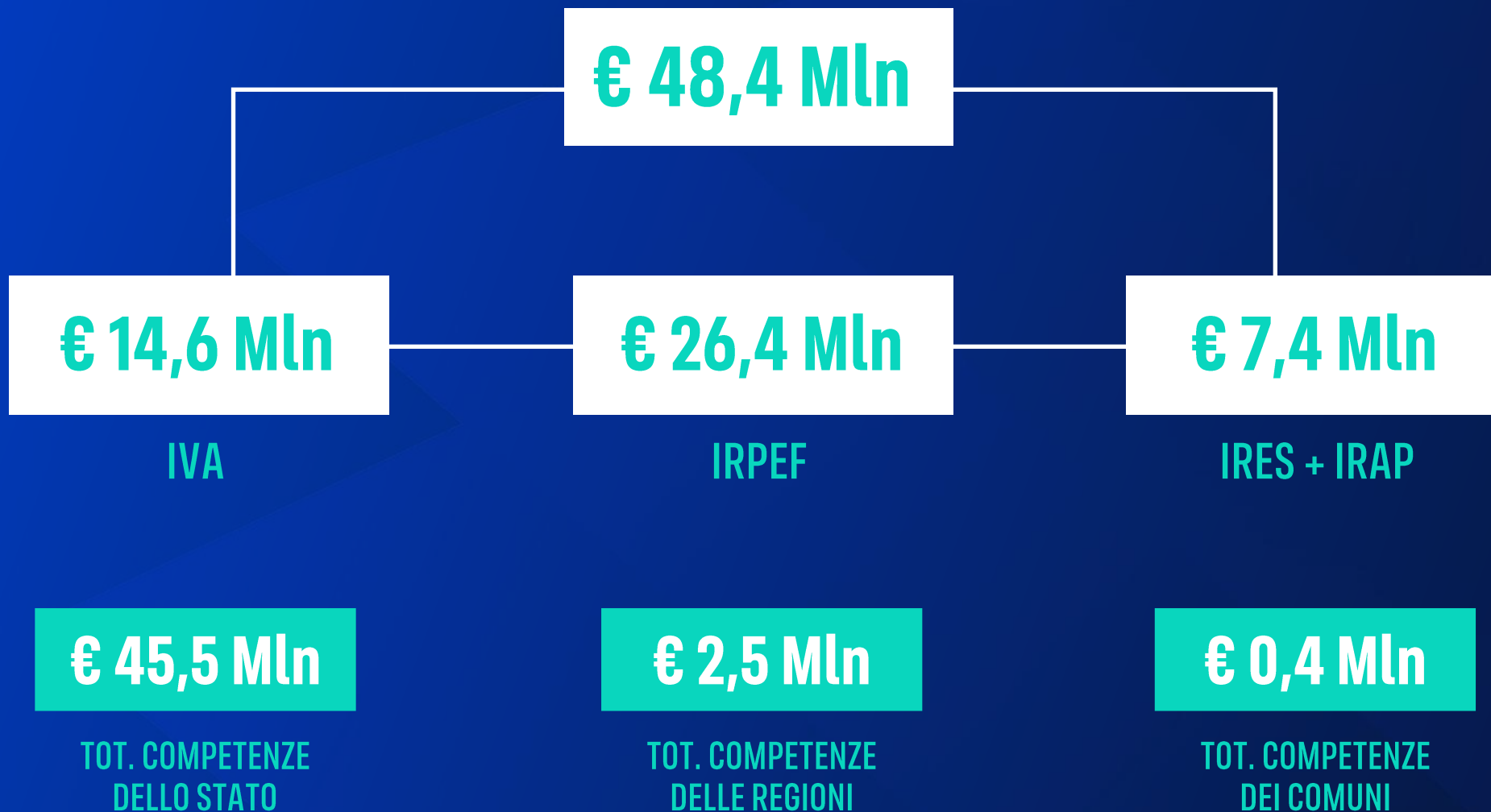
**€ 98 Mln**

IMPATTO FISCALE

**€ 48,4 Mln**

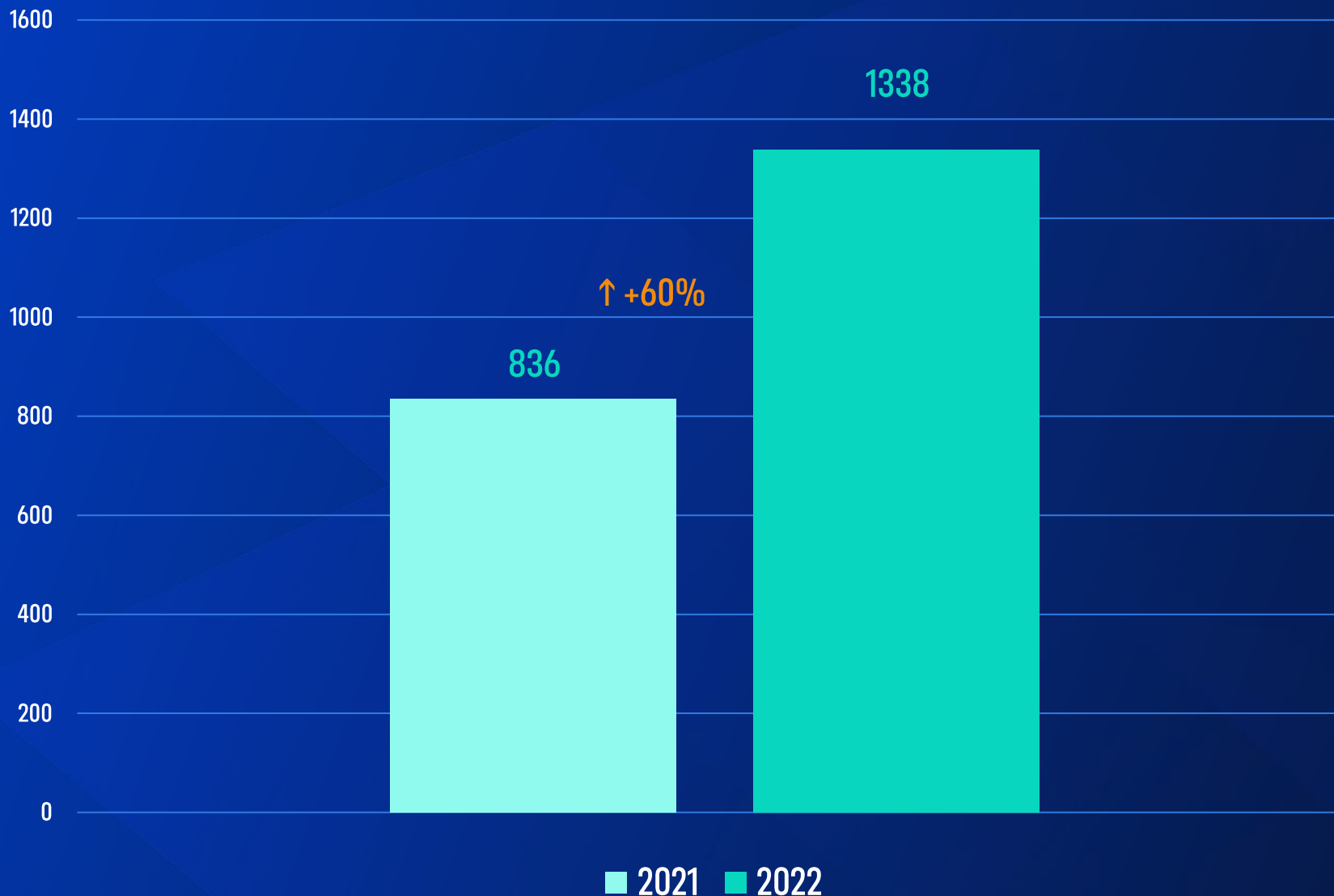
# RICADUTE ECONOMICHE\*

## IMPATTO FISCALE



# RICADUTE ECONOMICHE\*

## UNITA' DI LAVORO A TEMPO PIENO PER UN ANNO





# RICADUTE ECONOMICHE\*

## CONFRONTO CON ALTRE MANIFESTAZIONI

**€ 221,9 Mln**

Nitto ATP Finals 2022

**€ 58 Mln**

EUROVISION 2022  
TORINO

**€ 60 Mln**

UEFA WOMEN'S EURO 2022  
INGHILTERRA

**€ 186 Mln**

SANREMO 2023

# SOSTENIBILITÀ

# UN EVENTO SOSTENIBILE

GLI OBIETTIVI RAGGIUNTI NELL'EDIZIONE 2022



**IL 77% DEI BIGLIETTI SONO  
STATI VENDUTI E CONTROLLATI  
AGLI ACCESSI DIGITALMENTE**



**IL 98% DELLA FLOTTA  
UFFICIALE DEL TORNEO  
FORMATA DA VEICOLI  
ELETTRICI E IBRIDI**



**PROGRAMMA UFFICIALE  
DISPONIBILE SOLO  
IN FORMATO DIGITALE**



**FOOD SURPLUS DONATO  
A "BANCO ALIMENTARE"**



**TUTTE LE PALLINE UTILIZZATE  
IN OCCASIONE DEL TORNEO  
SONO STATE RICICLATE**



Novak Djokovic		Rafael Nadal	
SETS	2	0	0
GAMES	1	0	1
SCORE	1-0	0-1	



# GRAZIE