

Cattedra

RELATORE

CANDIDATO

Anno Accademico

A tutti coloro che mi hanno spinto a credere nei miei sogni.

E a tutti i sogni in cui non smetterò mai di credere.

INDICE

INTRODUZIONE.....	6
1. PANORAMICA GENERALE.....	8
1.1 Obiettivi della tesi e metodologie.....	8
1.2 Thompson e la globalizzazione dei media.....	10
1.3 Le metodologie e la letteratura.....	10
2. ANALISI DELLA SERIE TV "DRIVE TO SURVIVE" E DELL'IMPATTO SULLA FORMULA 1.....	12
2.1 Gestione Ecclestone: una vera e propria montagna russa.....	12
2.2 La ripresa della Formula 1: arriva Liberty Media.....	14
2.3 Quando la narrazione fa la differenza.....	15
2.4 Il successo di "Drive to Survive" negli USA e nel mondo in numeri.....	15
2.5 Un meteorite sul bilancio.....	18
3. <i>VERSO NUOVE TERRE: IL MEDIO ORIENTE</i>	20
3.1 <i>L'uno verso l'altro</i>	20
3.2 <i>Le ragioni dell'avvicinamento: volontà di integrazione o sportwashing?</i>	20
3.3 <i>La Formula 1 come veicolo di diplomazia</i>	21
3.4 <i>La Formula 1 in Medio Oriente</i>	23
3.4.1 <i>Il Gran Premio del Bahrain</i>	23
3.4.1.1 <i>Le proteste in Bahrain: dalle Primavere Arabe in poi</i>	25
3.4.2 <i>Il Gran Premio dell'Arabia Saudita</i>	27
3.4.3 <i>Il Gran Premio del Qatar</i>	31
3.4.4 <i>Il Gran Premio di Abu Dhabi</i>	34
3.5 <i>E domani che succede?</i>	35
CONCLUSIONI.....	37
BIBLIOGRAFIA.....	39
RINGRAZIAMENTI.....	55

INTRODUZIONE

La Formula 1 è stata sin dalla sua fondazione nel lontano 1950 (Jenkins, 2016), una questione geograficamente molto legata all'Europa, con poche eccezioni (come, ad esempio, la tappa in Giappone, in calendario dal 1976); si tratta, di un ambiente elitario e pertanto chiuso nonché poco propenso al cambiamento.

Il luogo di nascita di questo sport è stato la Gran Bretagna, che ha ospitato la prima gara valida per un campionato di Formula 1. Da quel momento, il Circus, che nel campionato del 1950 aveva visitato solo UK, il principato di Monaco, USA, Svizzera, Belgio, Francia e Italia, è rimasto fortemente ancorato all'Europa, prendendo gradualmente piede in maniera anche in Spagna (1951), Germania (1951), Olanda (1952), Portogallo (1958), Austria (1963), Svezia (1973) e Ungheria (1986). Le poche gare che si svolgevano al di fuori del Vecchio Continente si sono tenute a Indianapolis, in Argentina, Messico, Sudafrica, Canada, Brasile, Giappone e Australia. Il numero di gare extra Europee, inoltre, non ha mai superato i sei eventi, cifra raggiunta nel 1995 (si disputò anche un'edizione denominata Gran Premio del Pacifico (Formula 1, 1994), ospitata dal Circuito di Okayama), su un totale, quell'anno, di diciassette appuntamenti, a riprova del carattere fortemente europeo mantenuto dalla Formula 1.

Con l'approdo nel XXI secolo, il *Circus* ha iniziato a fare le prove generali per stabilizzarsi in terre nuove. Il Gran Premio della Cina, uno dei maggiori esempi in tal senso, è stato introdotto in calendario nel 2004 (Formula 1, 2004) e ci è rimasto per sedici stagioni, salvo poi essere accantonato con lo scoppio della pandemia da Covid-19 (Formula 1, 2023); nello stesso anno ci fu la prima edizione del Gran Premio del Bahrain (Formula 1, 2004), attualmente gara inaugurale della stagione; si contano, poi, anche esperienze in Malesia (Formula 1, 2004) e India (Formula 1, 2016).

In ogni caso, ben pochi degli eventi tenuti fuori dall'Europa sono riusciti ad imporsi a lungo e queste tappe, in molti casi, sono finite per essere considerate poco più che esperienze esotiche.

Una svolta rilevante ha iniziato a registrarsi dal 2016, quando Liberty Media – azienda di mass media made in USA – è diventata proprietaria del *Formula One Group* (Liberty Media, 2016). In modo del tutto imprevisto e repentino, la Formula 1 ha aperto le porte a nuovi orizzonti, che si espandessero ben oltre i confini europei.

L'azienda a stelle e strisce ha intrapreso un percorso mirato all'espansione della Formula 1 in territori quasi inesplorati, come gli Stati Uniti e il Medio Oriente. Queste due aree rappresentano un enorme bacino di capitale tanto umano quanto economico, dal quale la società presieduta da Malone ha la dichiarata intenzione di attingere.

A tal fine, Liberty Media ha pensato di sfruttare anche una risorsa nuova, sulla scia – per restare in tema Formula 1 – di altri sport come il calcio: tale risorsa consiste in documentari che permettono ai fan di immergersi in questo mondo assistendo alle vicende legate al Circus molto più da vicino.

Nello specifico, Liberty ha stretto una collaborazione con Netflix (Formula 1, 2018), permettendo alle telecamere di quest'ultima di entrare fin dentro ai box delle scuderie per produrre una serie tv con lo scopo di assottigliare la distanza tra fan e Circus ma anche di ampliare il numero di appassionati.

Da questa collaborazione è nata *Formula 1: Drive to Survive*, docuserie giunta nel 2024 alla sua sesta stagione (Formula 1, 2022).

Per la Formula 1, ambiente, come si diceva in apertura, estremamente chiuso e non particolarmente propenso ai cambiamenti, specie se radicali, sperimentare un mezzo di informazione e di intrattenimento come questo rappresenta un unicum, qualcosa di mai neanche immaginabile prima dell'avvento di Liberty Media.

Resta da capire che impatto avrà a lungo termine anche sulla *fanbase* presente già da prima, la quale non ha risparmiato le critiche volte alla docuserie, contrariamente molto apprezzata, come vedremo, oltreoceano.

1. CAPITOLO PRIMO - UNA PANORAMICA GENERALE

1.1. Obiettivi della tesi e metodologie

Attraverso questa tesi si proverà a comprendere in che modo Liberty Media abbia sfruttato – e sfrutti tutt’ora - *Drive to Survive* per portare a compimento l’espansione di cui sopra, tenendo anche in considerazione i cambiamenti legati al mondo dello sport a 360 gradi cui stiamo assistendo soprattutto in Medio Oriente. Non è un caso, infatti, che il mondo della Formula 1 abbia intenzione (e in parte lo sta già facendo) di andare a battere proprio in quelle zone piuttosto che in altre.

Il Medio Oriente, infatti, sta attirando pian piano verso di sé non solo personalità sportive di caratura e rilevanza internazionale, si veda l’esempio di Cristiano Ronaldo, da un anno e mezzo alla corte dell’Al Nassr (@AlNassr, 2021), ma anche eventi sportivi seguiti in tutto il mondo, non ultimo il Mondiale di calcio ospitato dal Qatar nel 2022 (FIFA, 2022), che portano con sé una discreta notorietà, oltre che un considerevole vantaggio economico. La Formula 1 non fa eccezione e già da diversi anni assistiamo a più tappe in terra mediorientale.

Volgendo, invece, lo sguardo alle Americhe, e in particolare agli *States*, si nota come ci sia innegabilmente stata una forte espansione; basti pensare che, quando prevista in calendario, fino al 2021 la Formula 1 faceva una sola fermata negli USA (Slotnik, D, 2022), per poi passare a due l’anno successivo (Formula 1, 2021) fino alle tre della scorsa stagione, di quella corrente nonché almeno della prossima (Formula 1, 2022).

Per studiare le ragioni e le metodologie con cui tale progetto viene portato avanti, si partirà dalla teoria della globalizzazione dei media di Thompson, la quale afferma che l’industria dei media è nelle mani di poche transnazionali, che promuovono la cosiddetta ideologia del consumo.

Si prenderanno altresì in considerazione statistiche relative alla crescita dell’*audience* legata ai Gran Premi e sondaggi che analizzano sia la crescita della *fanbase* della Formula negli Stati Uniti e in Medio Oriente 1 sia le ragioni che ne sono alla base, per avere contezza di questa espansione.

1.2. Thompson e la globalizzazione dei media

Dall'avvento della televisione – dunque dal secolo scorso – i media si sono gradualmente affermati in tutto il mondo, diventando pian piano mezzi di comunicazione di massa dalle straordinarie potenzialità di diffusione di informazioni di vario tipo. Tra i vari media (giornali, radio, cinema ecc), la televisione è il mezzo che più ha giocato un ruolo da pioniera nell'epoca della globalizzazione, fungendo da mezzo imprescindibile per la diffusione della cultura occidentale (prettamente statunitense). La storia dimostra come anche alcuni politici – si pensi all'esempio di Reagan negli Stati Uniti o Craxi prima e Berlusconi poi in Italia – se ne siano serviti per arrivare fin dentro le case dei propri elettori e costruire con questi un legame quasi personale.

In virtù di ciò, il sociologo americano contemporaneo John Thompson, nella sua opera “*Media and Modernity: A Social Theory of the Media*”, ha delineato una teoria della globalizzazione dei media che pone i media come una forza chiave nella creazione di una cultura mediatica globale, attraverso la quale vengono condivisi significati, valori e narrazioni su scala mondiale.

Drive to Survive, rappresenta un prodotto che è manifestazione tangibile di tale teoria, in quanto, sfruttando le potenzialità dei canali di diffusione di massa, è riuscita a portare l'ambiente Formula 1 nelle case di persone in ogni angolo del globo contribuendo in modo significativo a un avvicinamento tra spettatore e spettacolo e, per estensione, a un aumento numerico di fan di questo sport. Inoltre, la globalizzazione dei media è altresì rilevabile negli elementi di narrazione della serie, modellata ad hoc per realizzare un prodotto dinamico e che fosse in grado di coinvolgere persone di diversa provenienza, cultura ed estrazione sociale, ponendo al centro del racconto gli avvenimenti interni alle scuderie e alle vite dei protagonisti, i vari *team principal*, i piloti, i dirigenti delle squadre e le persone vicine a tutti loro.

Appare chiaro, a questo punto, che la globalizzazione dei media, attraverso la serie, abbia giocato un ruolo significativo nell'espansione della Formula 1 in mercati prima percepiti come molto lontani. Inoltre, le storie e le dinamiche presentate in *Drive to Survive* hanno contribuito a generare interesse e ad appassionare nuovi spettatori soprattutto negli Stati Uniti e anche in Medio Oriente. Non è da sottovalutare, poi, l'ambiente social, diventato il recinto perfetto per i nuovi fan per approcciarsi facilmente e senza sforzi a un mondo sconosciuto e sentirsi parte integrante di questo inedito universo.

1.3. Le metodologie e la letteratura

In generale, la ricerca concernente questo argomento non ha potuto esimersi dal vagliare innanzitutto i dati ufficiali forniti dalla FIA, dalle scuderie nonché dagli organizzatori dei singoli eventi. Tuttavia, per analizzare i cambiamenti nelle due diverse aree geografiche (USA e Medio Oriente) si è resa necessaria una duplice metodologia di ricerca nonché una duplice tipologia di analisi e sviluppo.

Nello studio riguardo gli effetti di *Drive to Survive* negli Stati Uniti, si è rivelato non solo utile ma imprescindibile considerare e basarsi su sondaggi effettuati su campioni di popolazione statunitense la cui età varia dai 16 anni agli over 65. Per comprendere, infatti, l'impatto che ha avuto *Drive to Survive* negli Stati Uniti, soprattutto in relazione alla popolazione più giovane, è stato necessario comparare i dati emersi dai sondaggi strettamente relativi al numero di fan con quelli emersi dai sondaggi relativi all'influenza della docuserie sulle persone.

Inoltre, la ricerca è stata effettuata anche a partire da studi e scritti (principalmente articoli giornalistici di approfondimento) pubblicati in tempi molto recenti, relativi al cambiamento di rotta effettuato da Liberty Media rispetto alla precedente direzione di Bernie Ecclestone nonché agli effetti prodotti negli Stati Uniti dalle nuove strategie di marketing applicate.

In relazione, invece, allo studio effettuato sul Medio Oriente, data l'estrema scarsità di dati disponibili in merito all'allargamento della *fanbase*, è stato molto più utile consultare e basarsi su opere quali "*Sport Management in the Middle East*" di Mohammed Ben Sulayem – attuale presidente della FIA - e "*The Geopolitical Economy of Sport*" di Simon Chadwick, Paul Widdop e Michael Goldman.

Queste pubblicazioni si sono occupate dell'espansione dello sport in Medio Oriente a vari livelli, prendendo inevitabilmente in considerazione il mondo della Formula 1, senza dubbio lo sport occidentale diffuso di più e da più tempo in quella zona del globo. Pertanto, tali studi hanno rappresentato una risorsa fondamentale per lo sviluppo di questa analisi.

Per quanto riguarda la letteratura in merito alla globalizzazione dei media, invece, il già citato "*Media and Modernity: A Social Theory of the Media*" di John Thompson è

stata l'opera di collegamento tra il mondo della comunicazione di massa e l'analisi dell'impatto di *Drive to Survive* sulla *fanbase* della Formula 1.

2. CAPITOLO SECONDO - "DRIVE TO SURVIVE" NEGLI USA

2.1 Gestione Ecclestone: una vera e propria montagna russa

“Non so perché la gente vuole conquistare la cosiddetta nuova generazione. Per vendere loro qualcosa? La maggior parte di questi ragazzi non ha soldi. È meglio arrivare ai settantenni che ne hanno un sacco” (La Gazzetta dello Sport, 2014).

Parlava così Bernie Ecclestone, ex pilota e soprattutto ex CEO della Formula 1 (di cui resta ancora presidente onorario), nel 2014, quando era ancora a capo del *Circus*.

Il magnate britannico è entrato nell’ambiente della classe regina fin dai suoi albori, dapprima come pilota, senza particolari fortune, e poi soprattutto come manager. Dopo alcuni decenni al fianco di piloti di gran calibro – tra i quali si annovera soprattutto Jochen Rindt – nel 1972 acquistò la Brabham, per poi fondare, due anni più tardi, in collaborazione con altre spiccate personalità dell’ambiente, la prima associazione Costruttori della Formula 1, la FOCA (Ferrari L., 2017).

Diventato direttore esecutivo dell’associazione, Ecclestone si fece mediatore per arrivare a stipulare con la FISA (la sezione sportiva della *Fédération Internationale de l’Automobile*) il primo Patto della Concordia, con il quale la FOCA assunse il controllo dei diritti tv.

Nel 1987, Ecclestone assunse il ruolo di vicepresidente della FIA. A partire da questo momento, Bernie Ecclestone avrebbe diretto tutto il comparto commerciale per i successivi trent’anni, durante i quali ha certamente rivoluzionato il mondo Formula 1. Sotto la sua direzione, la Formula 1 è diventata un enorme *business* da ben otto miliardi di dollari (Jonathan Noble, 2017) dando nuova linfa a questo sport.

Tuttavia, quanto di buono fatto da Ecclestone ha subito una importante frenata a cavallo degli anni 10’ del nuovo secolo, come mostrano i dati riassunti nel grafico sottostante, riportante l’*audience* della Formula 1 dal 2008 al 2021. (Sylt C., 2013; Noble J., 2014; Sylt C., 2018a; Straw, J., 2015; Sylt C., 2018b; Formula 1, 2018; Formula 1, 2019; Formula 1, 2020; Formula 1, 2021; Formula 1, 2022).

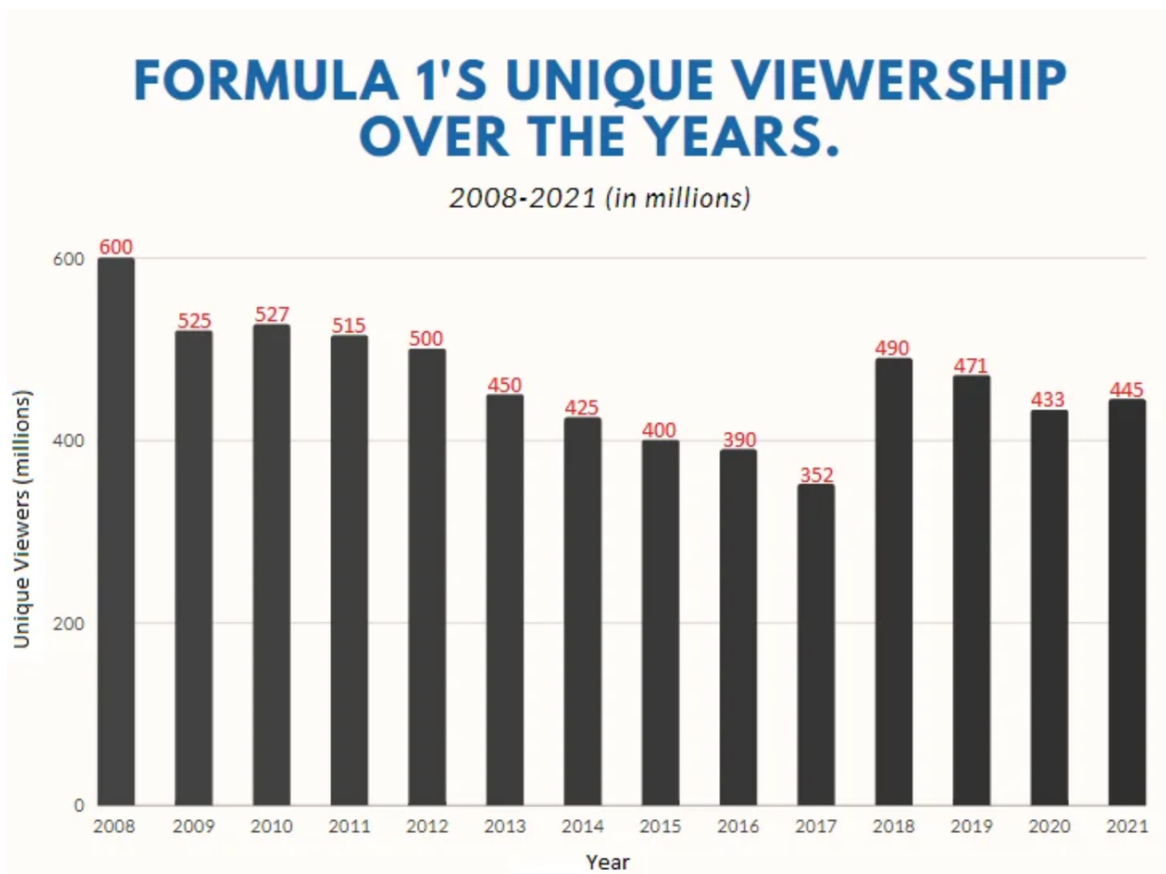


Grafico 1

L'errore che è stato presumibilmente fatto dalla gestione di Mister E riguarda il metodo di approccio del business alle nuove realtà, esportato di volta in volta nei vari Paesi del mondo senza alcun tipo di adattamento al contesto locale (Ferraro C., 2022).

Senza dimenticare, inoltre, la graduale monotonia che ha invaso la Formula 1 in termini di spettacolo. Negli ultimi 7 anni di gestione Ecclestone, ben quattro volte il titolo Mondiale è andato alla Red Bull (2010, 2011, 2012, 2013), peraltro sempre con lo stesso pilota, ovvero Sebastian Vettel, e, dopo il passaggio ai motori turbo-ibridi (Formula 1, 2014), settore in cui Mercedes era *leader*, altre tre volte proprio alla scuderia della Stella d'Argento, di cui una a Nico Rosberg (2016) e due a Lewis Hamilton (2014, 2015).

A questo, si aggiunga anche un tipo di *business* sostanzialmente chiuso alle innovazioni che coinvolgessero pubblici più giovani, come testimoniato dalle dichiarazioni di Ecclestone riportate in apertura di paragrafo.

Ma, come si evince dal grafico precedente, fin dal 2018 la rotta si è invertita e gran parte del merito va senz'altro al cambio di gestione.

2.2 La ripresa della Formula 1: arriva Liberty Media

Il 23 gennaio 2017 Liberty Media acquisì in maniera definitiva il *Formula One Group* (Formula 1, 2017), affidando a Chase Carey il ruolo di amministratore delegato.

La nuova proprietà ha voluto investire molto nel rinnovamento della Formula 1, per rendere questo sport più appetibile a nuovi pubblici (Formula 1, 2022). I target principali erano – e restano - sicuramente gli Stati Uniti, il Medio Oriente e i pubblici più giovani.

Qualcosa di sostanzialmente assente durante la gestione Ecclestone era stato il coinvolgimento del pubblico. La Formula 1 era, sotto Mister E, uno spettacolo cui assistere, senza, che gli spettatori si sentissero parte di tale show.

Nel momento in cui in pista si è affermata la monotonia, l'appetibilità della Formula 1 è calata a picco. Per darle nuova linfa, Liberty Media ha intrapreso un percorso che rendesse la Formula 1 più accattivante da tutti i punti di vista.

Prima di passare all'azione, la nuova società proprietaria ha dedicato tre mesi ad approfondire la conoscenza del proprio pubblico, proprio per capire quali strategie sarebbero state più indicate. Da tale ricerca è emerso che il pubblico maggiore a cui mirare avrebbe dovuto essere quello dei ragazzi, totalmente bypassato con snobismo da Ecclestone (GpBlog, 2022).

Pertanto, Liberty Media ha assecondato il desiderio dei giovani di sentirsi più vicini al mondo delle corse automobilistiche sfruttando alcuni canali che avrebbero ridotto il *gap* tra spettatori e pista.

E con la *Gen Z*, nata e cresciuta sui social media, il primo passo obbligatorio è stato aumentare esponenzialmente la presenza della Formula 1 su tali piattaforme, pubblicando, attraverso una strategia studiata, interviste esclusive ai protagonisti, dietro le quinte e contenuti legati a questo mondo.

E in effetti questo approccio ha dato i suoi frutti: nei primi tre anni di gestione Liberty Media, la Formula 1 è stato lo sport che è cresciuto di più su Internet, facendo registrare anche una importante ringiovanimento dell'età media - 62% under 45, età media di 40 anni (Chincherò R. 2019).

Inoltre, per andare ad intercettare nuovi fan, anche tra persone che mai si erano approcciate a questo mondo, LM ha stretto una partnership con Netflix, per la creazione

di *Drive to Survive*, una docuserie incentrata sui *team* e sui protagonisti della Formula 1, con l'obiettivo di svelare il dietro le quinte del *Circus*.

Tale scelta, come vedremo, si è rivelata particolarmente efficace negli Stati Uniti, dove *Drive to Survive* è stata in grado, attraverso una serie di strategie, di abbattere quel muro tra i fan e la Formula 1.

2.3 Quando la narrazione fa la differenza

Gli USA e la Formula 1, fin dalla nascita di quest'ultima, non sono mai stati particolarmente amici. Gli Stati Uniti, patria della NASCAR, non hanno avuto *feeling* con la Formula 1 per decenni, con un atteggiamento spesso snobista.

E tale atteggiamento non è venuto meno neanche quando Liberty Media e Netflix hanno annunciato la collaborazione da cui sarebbe nata di lì a poco *Drive to Survive*.

Si ricordi, a tal proposito, il commento di Regan Smith, ex pilota NASCAR, riportato di seguito, sul proprio profilo dell'allora Twitter, pubblicato il 9 aprile del 2018, durante le registrazioni della prima stagione:

“Let’s be real folks, F1 is garbage racing in cars and technology none of us will ever dream to drive”.

A complicare ancor di più l'approccio del pubblico statunitense a *Drive to Survive*, sia Ferrari che Mercedes, le due squadre al tempo maggiormente coinvolte nella corsa al Mondiale, negarono l'accesso a Netflix all'interno dei propri ambienti (Smith L., 2022), costringendo i produttori a focalizzarsi sulla lotta a centro gruppo.

Insomma, per farla breve, le premesse non erano delle migliori.

Tuttavia, l'uso di una fotografia dinamica, le interviste ai diretti interessati e le riprese a stretto contatto con la vita delle squadre hanno costruito la narrazione drammatica degli eventi – per nulla ben vista dai protagonisti, da Max Verstappen a Toto Wolff – che ha distinto ogni stagione di *Drive to Survive* hanno rappresentato la chiave di volta che ha consentito alla docuserie di entrare nel cuore dei fan americani (Smith L., 2021).

2.4 Il successo di “Drive to Survive” negli USA e nel mondo in numeri

Nonostante le premesse della vigilia, dopo sei stagioni di grandi successi, si può affermare che *Drive to Survive* sia stato un *game-changer* per la Formula 1 a livello

globale. I dati riportati dal YouGov Sports Whitepaper 2023 dicono che (fermando la conta alla quinta stagione) la docuserie sia stata vista da circa 6.8 milioni di spettatori complessivi e abbia registrato la bellezza di 127 milioni di *views* (YouGov, 2023).

E non è finita qui. Nel 2024, infatti, la stagione 6 di *Drive to Survive* è stato nella *Global Top 10* dei programmi TV in lingua inglese del catalogo Netflix per due settimane (Netflix, 2024) - replicando i risultati ottenuti nei due anni precedenti - con 3.8 milioni di *views*.

Guardando, poi, nello specifico ai dati relativi agli Stati Uniti, i risultati ottenuti anche grazie a *Drive to Survive* sono ancora più straordinari. Solo nel 2020, infatti, ben 73 milioni di statunitensi si sono appassionati alla Formula 1; e il 77% dei nuovi fan rientra nella fascia di età tra i 16 e i 35 anni (Yeomans G., 2021). L'obiettivo di avvicinarsi alle nuove generazioni può senz'altro dirsi raggiunto, anche in virtù dei dati strettamente legati all'audience della docuserie, di cui il 46% dei fruitori è under 34 (Nielsen, 2022).

Inoltre, un sondaggio svolto sulla popolazione dalla stessa Nielsen ha rivelato alcune cose interessanti. Il 29% degli intervistati ha affermato di sentirsi più coinvolto, mentre il 30% di capire meglio le dinamiche dello sport. Infine, addirittura il 34% degli intervistati ha ammesso di essere diventato fan della Formula 1 proprio dopo aver guardato *Drive to Survive*.

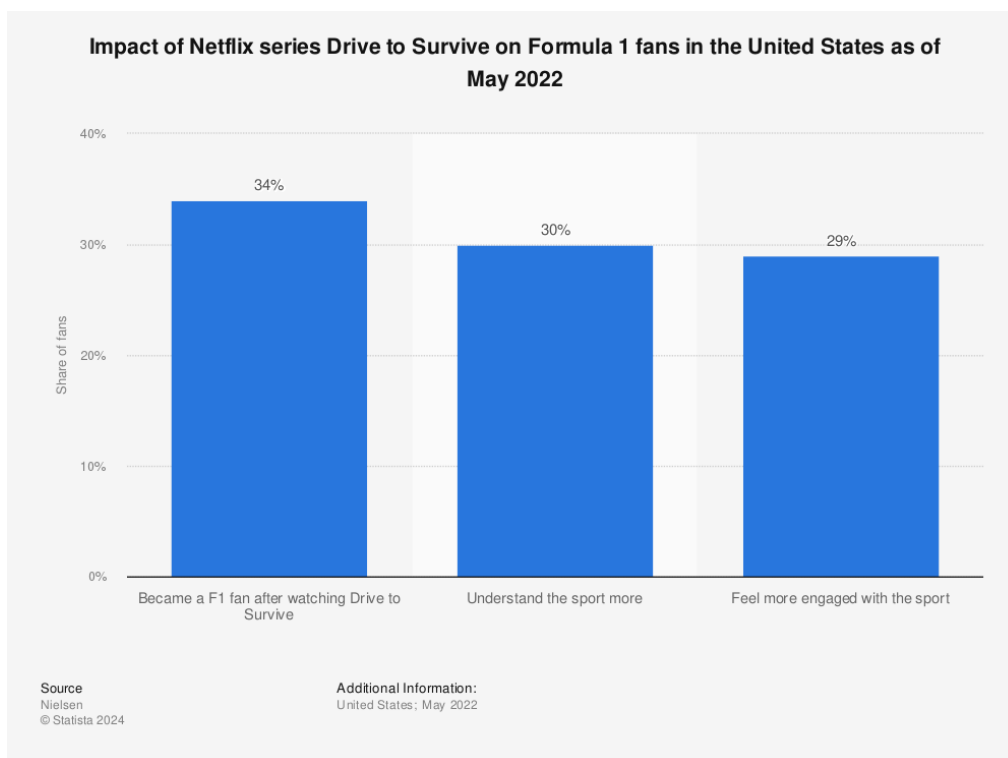


Grafico 2, Fonte: Nielsen

Tale attrattiva di *Drive to Survive* è andata, però, oltre il piccolo schermo. Infatti, l’impatto della docuserie nell’attirare nuovamente i fan verso la Formula 1 non si è limitato solo a questo, ma ha avuto ripercussioni anche su due ulteriori fattori: lo share dei Gran Premi e il pubblico che assiste ai weekend di gara.

Partiamo dall’analisi del primo. Il report di ESPN dello scorso novembre mostra dei risultati che hanno del clamoroso. Il *broadcaster* sportivo statunitense ha svelato che quella del 2023 è stata la seconda stagione più vista di sempre sulla tv statunitense, con ben 1.1 milioni di telespettatori di media per Gran Premio. La stagione più seguita in assoluto? Il 2022, con una media di 1.2 milioni di telespettatori.

Questo particolare dato è raddoppiato nel giro di sei anni: nel 2018, infatti, la media di telespettatori era di circa 550 mila per ogni gara.

Negli Stati Uniti, inoltre, ben otto gare su ventidue hanno fatto registrare il record di telespettatori (Arabia Saudita, Monte-Carlo, Canada, Austria, Belgio, Italia, Singapore e Messico) e tre di queste – Miami, Monte-Carlo e Canada – rientrano tra gli eventi di Formula 1 più seguiti di sempre.

Senza contare che nel 2022 ben 2,6 milioni di telespettatori hanno seguito in diretta la prima edizione del Gran Premio di Miami, mentre 1,3 milioni hanno assistito

all'esordio della tappa di Las Vegas nel 2023 nonostante l'orario di partenza della gara fosse l'una di notte.

Passiamo, ora, a una disamina dell'*attendance* nei vari Gran Premi.

Nonostante la gestione Liberty Media abbia dovuto fare i conti con la pandemia, la quale ha causato la diminuzione del numero di Gran Premi da 22 (Formula 1, 2019) a 17 (Formula 1, 2020), è riuscita comunque a far alzare in maniera significativa il numero di spettatori agli eventi.

Nel 2016, ultimo anno a guida Ecclestone, il totale di spettatori durante i weekend di gara ha raggiunto i 3.7 milioni, con la tappa di Silverstone ad aver registrato *attendance* più alta – 350.000 spettatori (Formula 1, 2017). Nel 2017 si è registrato già il primo incremento – circa dell'8% - con l'affluenza ai Gran Premi che ha sfondato il muro dei 4 milioni di telespettatori – stavolta è stato il GP di Canada quello con più affluenza, 360 mila spettatori (Formula 1, 2017). L'anno seguente la crescita non si è arrestata ma ha subito un forte rallentamento rispetto alla stagione precedente. I dati del 2018 raccontano di un'affluenza pari anche stavolta a 4 milioni (Formula 1, 2017). L'*attendance* è tornata a rialzarsi in maniera leggermente più significativa nella stagione 2019, in cui si sono registrati 4.1 milioni di spettatori, un incremento di circa dell'1,75% rispetto all'anno prima (Formula 1, 2019).

Per quanto riguarda il 2020, per ovvie ragioni legate alla pandemia, nessuna gara di Formula 1 ha avuto spettatori. Invece nel 2021 alcuni circuiti hanno aperto alla presenza, in alcuni casi limitata, in altri al 100%, dei fan.

Pertanto, in quella stagione l'*attendance* è stata di 2.7 milioni di spettatori totali (Formula 1, 2022), un messaggio chiaro da parte degli appassionati, ansiosi di tornare a godere dal vivo delle lotte in pista.

2.5 Un meteorite sul bilancio

Il successo di *Drive to Survive* è andato ben oltre le *views* su Netflix.

Solo nel 2023 la Formula 1, infatti, ha registrato ricavi per 3,2 miliardi, seconda cifra record consecutiva dopo i 2,6 miliardi dell'anno precedente.

In generale, come mostrato dalla tabella sottostante, per quanto riguarda il comparto Formula 1, Liberty Media ha registrato una crescita continua che l'ha portata quasi a raddoppiare gli introiti nel giro di sette anni di gestione.

L'unica eccezione è stata l'annata 2020, stagione durante la quale la multinazionale chiaramente non ha potuto beneficiare delle entrate dovute all'*attendance* dei Gran Premi né, in molti casi, a quelle provenienti dagli organizzatori dei vari eventi, quattro dei quali addirittura annullati per via della pandemia.

Certamente, le politiche intraprese da Liberty Media in termini di apertura a nuovi pubblici hanno avuto un forte impatto sull'aumento degli introiti, ma *Drive to Survive*, soprattutto dopo la pubblicazione della quarta stagione, storia dell'epico duello tra Hamilton e Verstappen, ha contribuito in maniera fondamentale ad attirare pubblico e risorse economiche.

Si noti, infatti, come l'aumento di introiti nel 2022 rispetto al 2021 (2,6 mld contro 2.1, + 0.5 mld) sia stato maggiore dell'aumento registrato nei quattro anni precedenti (1.7 mld contro 2.1, + 0.4 mld). Per non parlare dell'aumento ancora maggiore registrato nel 2023 (+ 0.6 mld rispetto al 2022). (Liberty Media, 2018; Liberty Media, 2019; Liberty Media, 2020; Liberty Media, 2021; Liberty Media 2022; Liberty Media, 2023; Liberty Media, 2024).

ANNO (N° gare)	INTROITI
2017 (20)	1.7 mld
2018 (21)	1.8 mld
2019 (21)	2 mld
2020 (17)	1.1 mld
2021 (22)	2.1 mld
2022 (22)	2.6 mld
2023 (22)	3.2 mld

Tabella 1

3. CAPITOLO TERZO - VERSO NUOVE TERRE: IL MEDIO ORIENTE

3.1 L'uno verso l'altro

Dal 2004, quando per la prima volta la Formula 1 ha aperto le porte al Medio Oriente con la prima edizione del Gran Premio in Bahrain, sono stati fatti diversi passi avanti nell'avvicinamento tra questi due mondi.

Negli ultimi anni, si è assistito ad un inserimento graduale di svariati eventi e adesso il Medio Oriente comprende un discreto numero di Gran Premi (4 su 24, tenuti in Bahrain, Arabia Saudita, Qatar ed Abu Dhabi).

E gli Stati del Golfo pare non vogliano fermarsi qui. L'ingresso del mondo mediorientale nella Formula 1, infatti, si manifesta anche in avvenimenti di altro tipo.

L'esempio più lampante è rappresentato da Mohammed Ben Sulayem, imprenditore emiratino nonché ex pilota di rally, succeduto a Jean Todt nel dicembre 2021 come Presidente della Federazione Internazionale dell'Automobile (FIA, 2021).

L'arrivo di Ben Sulayem al comando ha costituito una svolta radicale, non solo perché si tratta di un presidente mediorientale ma soprattutto perché è stato il primo presidente non europeo della storia della FIA, pertanto anche da un punto di vista simbolico il suo approdo al timone è di una certa rilevanza.

Altra questione che merita di essere menzionata è il tentativo fatto dal fondo arabo PIF, molto attivo già in ambito calcistico e con un patrimonio complessivo stimato sui 925 miliardi di dollari (SWFI, 2024), di acquistare la Formula 1 da Liberty Media (Turner G., Nair D. & Martin M, 2023).

Questa notizia è stata riportata a gennaio scorso da Bloomberg, agenzia di stampa con sede a New York, che ha parlato di un'offerta pari a 20 miliardi di dollari per persuadere LM a cedere la Formula 1, ma non è bastato: la proposta è stata rigettata, in quanto la multinazionale statunitense è convinta che gli *asset* della Formula 1 possano essere ancora molto profittevoli.

3.2 Le ragioni dell'avvicinamento: volontà di integrazione o sportwashing?

Lo sport è senz'altro uno strumento di *soft power* molto forte adoperato da diversi Stati mediorientali, allo scopo di rafforzare le loro relazioni internazionali e al contempo contribuire alla costruzione di un'immagine di modernità e volontà di tendere la mano a

nuove culture (Chadwick S., 2023) e la Formula 1 è solo una delle manifestazioni della “occidentalizzazione”, se così la si vuole chiamare, del Medio Oriente a cui si è assistito negli ultimi decenni.

Il campionato saudita di calcio, ad esempio, come si ricordava nell’introduzione, ha iniziato ad attirare da qualche stagione alcune stelle del panorama europeo, uno su tutti Cristiano Ronaldo. La cosa che salta immediatamente all’occhio è che la stragrande maggioranza dei calciatori di rilievo – ognuno dei quali riceve uno stipendio faraonico comparato con quello percepito in Europa – si accasa in una squadra fra Al-Nassr, Al-Ittihad, Al-Hilal e Al-Ahli. Questo, tuttavia, non è un semplice caso. Proprio queste quattro società, infatti, sono finanziate dal PIF.

Il fondo saudita ha acquisito il 75% delle quote di queste società il 5 giugno del 2023 (Walid A., 2023) e da allora ha riversato milioni su milioni in queste squadre per dar loro le possibilità finanziarie di convincere dei pilastri del calcio europeo degli ultimi quindici anni – quasi tutti nella fase calante della loro carriera – così da avere un doppio effetto: da un lato, aumentare l’appetibilità del campionato saudita, con l’obiettivo di renderlo uno dei più competitivi al mondo – sulla falsa riga dell’esempio di Cina e USA, tentativo fallito in entrambi i casi – e dall’altro mostrare all’Occidente la volontà di omologarsi.

Tale fondo investe non solo nelle quattro società calcistiche sopracitate, ma partecipa anche nelle quote di svariate multinazionali occidentali, come Starbucks, Boeing, Booking, Facebook (Kane, F. 2020) e Uber (BizClick, 2020). Tra le società in cui PIF investiva figurava, fino all’inizio del 2024 anche la McLaren Automotive, team che compete in Formula 1, ma da marzo la casa automobilistica britannica è finanziata nella sua totalità dal fondo sovrano bahreinita Mumtalakat (Il Sole 24 ore, 2024), che già prima ne controllava le quote di maggioranza e che pochi mesi fa ha acquisito in via definitiva anche le quote appartenenti a PIF e agli altri azionisti di minoranza come Ares Management.

Tornando a parlare dell’ambito calcistico, sarebbe un errore pensare che PIF si sia attivato solo da poche stagioni e limitatamente alle società saudite. Il fondo sovrano arabo, infatti, detiene fin dal 2021 l’80% delle quote del Newcastle United (NUFC, 2021), club storico del panorama calcistico inglese. Tra l’altro, Yasir Al-Rumayyan, governatore del fondo, ricopre il ruolo di Non-Executive Chairman del Newcastle, come specificato dal comunicato rilasciato dal club per ufficializzare l’arrivo di PIF.

Infine, per non farsi mancare proprio nulla, nel marzo di quest'anno, il fondo saudita ha avanzato anche una proposta pari a 2 miliardi di euro per acquisire i tour ATP e WTA (Briggs S., 2024), i due circuiti tennistici più importanti al mondo.

3.3 La Formula 1 come veicolo di diplomazia

Non è un caso che i vari Stati del Medio Oriente abbiano deciso, ormai vent'anni fa, di investire nella Formula 1 come primo approccio per migliorare la propria immagine agli occhi delle nazioni occidentali.

Ospitare un Gran Premio di Formula 1 non è qualcosa che tutti sono in grado di fare. È necessario gestire migliaia di persone, tra addetti ai lavori e spettatori, oltre ai tempi serrati da rispettare; senza contare i milioni di dollari che girano dietro ad ogni evento (Sulayem M.B., O'Connor S. & Hassan D., 2013).

Pertanto, dimostrare di essere in grado di organizzare al meglio una manifestazione simile è un biglietto da visita molto importante per presentarsi come partner affidabili anche per investimenti non strettamente legati alla Formula 1.

Un ambito come quello motoristico, inoltre, a maggior ragione se parliamo della massima categoria automobilistica al mondo, è sinonimo di innovazione tecnologica e di eccellenza ingegneristica, settori spesso molto cari ai governi (Micheli P. e alt., 2012).

Senza contare che il *Circus* porta con sé centinaia di sponsor provenienti da tutto il mondo e permette di mostrare a tutto il globo la voglia di progresso e di apertura all'Occidente (Sulayem M.B., O'Connor S. & Hassan D., 2013).

Anche il turismo è un fattore chiave. Un Gran Premio, infatti, può portare migliaia di spettatori nella regione prescelta ad ospitarlo, ognuno dei quali sarà determinante nel far girare l'economia locale.

E non solo, perché pubblicizzando un certo luogo, si alimenta anche il traffico di turisti svincolato dall'evento motoristico (Sulayem M.B., O'Connor S. & Hassan D., 2013), fattore niente affatto secondario nello sviluppo socioeconomico di un Paese.

3.4 La Formula 1 in Medio Oriente: storia e numeri

In questo paragrafo si prenderanno in considerazione i vari Gran Premi ospitati in Medio Oriente. Si procederà analizzando il loro storico nella categoria, passando al setaccio anche tutti i dati a disposizione di *attendance* e i relativi bilanci.

3.4.1 Il Gran Premio del Bahrain

Si è detto più volte che il primo Gran Premio andato in scena in Medio Oriente è quello del Bahrain nel 2004, per cui è doveroso partire da quello.

Da ormai vent'anni in calendario, il circuito bahreinita è tappa fissa per l'esordio stagionale dal 2021, oltre che dei test prestagionali, prima tenuti a Barcellona, e la Formula 1 ha l'accordo col circuito per tornarci almeno fino al 2036 (Bahrain International Circuit, 2022).

È opportuno ricordare che il Bahrain aveva inaugurato la stagione anche nel 2006 e nel 2010 e che avrebbe dovuto ospitare la prima gara nel 2011. Tuttavia, la situazione politica del Paese in quell'anno non consentì lo svolgimento del Gran Premio, che di conseguenza venne annullato, ma questa tematica verrà approfondita in seguito.

Ritorniamo al Gran Premio.

Quest'anno, il weekend di gara del Bahrain non è stato quello usuale (dal venerdì alla domenica), bensì si è iniziato con le sessioni di prove libere al giovedì e la gara si è tenuta di sabato.

Nel periodo tra il 10 marzo e l'8 aprile di quest'anno il mondo islamico ha festeggiato il Ramadan; pertanto, la Formula 1 si è adeguata anticipando la gara dell'Arabia Saudita, prevista proprio per domenica 10 marzo, ~~dalla domenica~~ al sabato e, dato che il regolamento della competizione prevede che intercorrano almeno sette giorni tra una gara e l'altra, ~~si è reso~~ è stato necessario anticipare anche il Gran Premio del Bahrain (Eurosport, 2024).

Il weekend bahreinita è storicamente uno dei meno frequentati. Nel 2023, le statistiche di *attendance* lo hanno posto come fanalino di coda, con 100.000 spettatori complessivi (Haldenby, N., 2023). Per avere un riferimento, il Gran Premio ~~ad aver~~ che ha registrato più spettatori è stato quello di Silverstone, in Gran Bretagna, con quasi mezzo milione di persone nell'arco dei tre giorni (Silverstone, 2023).

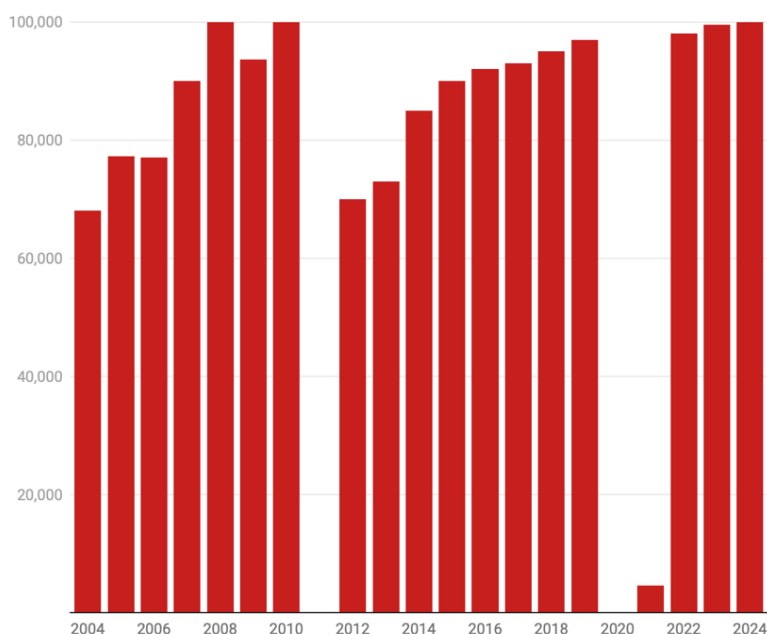
Tuttavia, è anche necessario contestualizzare i numeri. La capacità dell'autodromo di Manama, infatti, è pari a circa 45.000 spettatori (Haldenby, N., 2024). Inoltre, nel

tracciato non esistono aree disponibili per la cosiddetta “*General admission*”, ovvero il biglietto di solo ingresso in autodromo.

Guardando ai dati di *attendance* forniti dagli organizzatori e riportati da [f1destinations.com](https://www.f1destinations.com), si nota come il Bahrain abbia assistito a due forti crescite, con due picchi raggiunti nel 2008 e nel 2010 – che hanno fatto registrare il record di 100.000 – un altro nel 2019, quando si sfiorò il record toccando i 97.000, e infine un terzo picco nel post-pandemia, in cui l’*attendance* è salita dai 98.000 spettatori del 2021 fino a replicare il record dei 100.000 spettatori proprio quest’anno.

Bahrain Grand Prix Weekend Attendance Figures

3-day attendance figures at the Bahrain Grand Prix since the inaugural race in 2004.



The 2011 Bahrain Grand Prix was cancelled due to civil unrest. The 2020 Bahrain Grand Prix was held behind closed doors due to the coronavirus pandemic, while the 2021 event had a limited capacity due to the ongoing pandemic.

Chart: F1Destinations.com • Source: Various sources • Created with [Datawrapper](https://datarapper.com)

Fonte: [F1Destinations.com](https://www.f1destinations.com)

Come già detto in precedenza, invece, i dati con l’*attendance* a zero si riferiscono al 2011 – anno in cui il Gran Premio non si disputò – e al 2020, quando invece si corse a porte chiuse a causa della pandemia. Nel 2021, infine, fu consentito a meno di 5.000 persone di assistere dal vivo alla gara, in virtù delle limitazioni sanitarie vigenti nel primo post-pandemia. Per tale ragione, i dati relativi agli eventi del 2020 e 2021 non sono attendibili e devono essere esclusi dall’analisi, in quanto fortemente viziati da cause di forza maggiore.

3.4.1.1 Le proteste in Bahrain: dalle Primavere Arabe in poi

Come anticipato prima, nel 2011 il Bahrain non ha potuto ospitare il Gran Premio in programma per il 13 marzo a causa dei disordini nel Paese.

Nel pieno delle Primavere Arabe, il Bahrain ha dovuto fare i conti con delle veementi proteste popolari che come fine ultimo l'instaurazione di una monarchia realmente costituzionale, una riforma elettorale che non discriminasse la minoranza sciita e la liberazione dei prigionieri politici e infine un'inchiesta sulle persone morte durante gli scontri (De Franceschi G., 2011).

L'ondata di sommosse più rilevante risale proprio al 2011. Dal 14 febbraio, passato alla storia come “Il Giorno della Collera” al 18 marzo, il governo bahreinita e la popolazione si sono scontrati duramente, prima che le proteste si ridimensionassero.

Tuttavia, sarebbe un errore pensare che queste siano finite. In Bahrain, infatti, la lotta tra civili e governo – o per meglio dire, la repressione governativa sulla popolazione civile – dura da allora.

Come riferiscono i rapporti di Amnesty International, infatti, la situazione legata al rispetto dei diritti umani in Bahrain è tutt'oggi a rischio (Ginevra, S., 2022).

Non è raro assistere ad arresti arbitrari, repressioni più o meno violente del dissenso ed esecuzioni, riprese nel 2017 dopo sei anni di stop (Paladino, S., 2023).

In questo clima, dopo l'annullamento del Gran Premio nel 2011, i manifestanti hanno continuato – e continuano - a chiedere alla FIA di cancellare anche quelli futuri, per solidarietà alla popolazione e per contestare le repressioni di matrice governativa.

Lo slogan “*Stop racing on our blood*”, nato proprio durante l'ondata di proteste nel 2011, è da allora il simbolo di queste proteste e nel febbraio di quest'anno è stato riportato nuovamente da Voice of Bahrain, un portale bahreinita che dà voce, appunto, Movimento per la Libertà in Bahrain (BFM – Bahrain Freedom Movement).

VoB ha sottolineato nuovamente la situazione delicata che vive la popolazione bahreinita, asserendo che il governo, ospitando il Gran Premio, voglia “ripulirsi l'immagine” e distogliere lo sguardo dalle violenze esercitate sui civili e in particolare sugli attivisti.



Foto 1, Fonte: CNN

Emblematici sono i casi di Nabeel Rajab e Abdulhadi Al-Khawaja, due dei fondatori del Centro per i diritti umani in Bahrain (BCHR) nel 2002.

Rajab, dal 2005 in poi, è stato soggetto a più riprese di persecuzioni politiche e campagne diffamatorie perché accusato dalle autorità di essere un traditore e di supportare attività terroristiche. Ha preso parte a diverse proteste pacifiche, venendo arrestato e subendo abusi da parte della polizia (BCHR, 2005).

Il culmine si raggiunse nel 2016, quando Rajab venne arrestato e condannato dopo due anni di processo a 5 anni di detenzione per la pubblicazione di alcuni *tweet* che condannavano l'intervento dell'Arabia Saudita – uno dei principali partner del Bahrain – nel conflitto in Yemen (Amnesty International, 2018). Le accuse a suo carico erano di “diffusione di notizie false e dicerie in tempo di guerra”, “offesa a Stati esteri” e “offesa al Ministro dell'Interno”. Il 9 giugno 2020, tuttavia, Rajab è stato scarcerato (Amnesty International, 2020).

Per quanto riguarda Al-Khawaja, invece, come Rajab ha subito forti persecuzioni nel primo decennio del 2000, bersagliato da una campagna di diffamazione condotta nel 2007 dalle autorità bahreinite per screditare il BCHR. Nel 2012, venne accusato di reato d'opinione e condannato all'ergastolo (Amnesty International, 2012).

Dopo dodici anni, Al-Khawaja si trova ancora in carcere ed esattamente un anno fa – il 15 settembre 2023 – sua figlia Maryam, diventata anche lei attivista, ha subito uno spiacevole episodio.

La trentasettenne, accompagnata da una delegazione di attivisti per i diritti umani, stava per volare in Bahrain dopo aver chiesto la scarcerazione del padre, il quale versava

in gravi condizioni di salute dopo uno sciopero della fame messo in atto durante l'agosto precedente, ma è stata bloccata all'aeroporto per volontà del governo bahreinita insieme ai suoi accompagnatori prima di imbarcarsi sul volo diretto a Manama (Bianchi S., 2023).

3.4.2 *Il Gran Premio dell'Arabia Saudita*

Dopo aver analizzato il Gran Premio mediorientale presente da più tempo, passiamo a uno dei più recenti.

Il Gran Premio dell'Arabia Saudita è andato in scena per quattro edizioni, tenutesi dal 2021 al 2024, e il calendario comprenderà la tappa saudita almeno fino al 2030, in accordo con il *Saudi Vision 2030* (Governo dell'Arabia Saudita, 2016). Si tratta di un piano di sviluppo strategico promosso dal regno saudita e avviato nel 2016, che comprende anche il già pluricitato PIF.

Tale programma ha avuto e avrà risvolti in svariati settori pubblici, dalla sanità all'intrattenimento, appunto, e il suo obiettivo fondamentale è ridurre la dipendenza economica del Paese dal petrolio rafforzando altre aree come il turismo e il commercio internazionale non petrolifero.

La storia dell'ingresso dell'Arabia Saudita nel calendario parte dal 2019, quando ci fu un primo approccio tra lo Stato saudita e la Formula 1 attraverso Aramco, una delle compagnie petrolifere più importanti al mondo, nonché il finanziatore di maggior rilievo dell'Arabia Saudita.

Durante la stagione 2019, appunto, questa compagnia si offrì come sponsor. L'accordo fu trovato a partire dal 2020 per una durata di dieci anni su una base di 450 milioni di dollari (Aramco, 2020).

Non contenta, due anni dopo Aramco è diventata sponsor anche della Aston Martin Racing, uno dei *team* in competizione, chiudendo un accordo fino al 2028 (Aramco, 2022).

Alla fine, la Formula 1 ha ceduto alle richieste dell'Arabia e ha previsto una tappa in calendario a partire dalla stagione 2021, con un contratto dal valore di 650 milioni di dollari complessivi (Cooper A., 2021).

Non tutto è andato secondo i piani, però, dato che il circuito cittadino di Jeddah ha sollevato numerosi dubbi relativi alla sicurezza (Cleeren F., 2023). Per questo, il governo saudita si è mosso per avviare la costruzione di un nuovo circuito, il Qiddiya City Circuit,

che farà il suo debutto in calendario nel 2028 (Petrillo E., 2024). I lavori, dal costo di mezzo miliardo di dollari (Iqbal Y., 2023), dovrebbero terminare nel 2027.

Per le stesse ragioni relative al rispetto dei diritti umani già sollevate nel caso del Bahrain, dopo l'annuncio della tappa saudita si sono scatenate le polemiche.

Stavolta, però, si è verificato un evento molto rilevante, ovvero un pilota che in prima persona è sceso in campo schierandosi contro la scelta della federazione.

Si parla di Lewis Hamilton, uno che da anni ha abbracciato le tematiche sociali, oltre a quelle di pista. Noto è il suo impegno in favore dei diritti dei neri, che ha toccato l'apice nel 2020 dopo i nefasti avvenimenti registrati negli Stati Uniti con George Floyd tragicamente protagonista (Chincherò R. 2020). Stesso discorso vale per le tematiche legate al cambiamento climatico (Morse B., 2019) e ai diritti della comunità LGBT (Long D., Li D.K., 2023).

Per tutte queste ragioni, il sette volte iridato non poteva esimersi dal denunciare (Richards G., 2021) la decisione della Formula 1 di stringere accordi con un Paese come l'Arabia Saudita, che non solo non fa nulla per limitare le violazioni di diritti umani sul proprio territorio e all'estero (Long D., Li D.K., 2023), ma che anzi in alcuni casi si rende parte attiva nelle repressioni del dissenso, delle minoranze e delle donne anche attraverso la legge (Long D., Li D.K., 2023).

In ogni caso, anche questa presa di posizione è andata a vuoto. L'*establishment* della Formula 1, infatti, nonostante tutto, non ha fatto dietrofront né sembra intenzionata a farlo.

Passiamo all'analisi dei dati sull'affluenza ai quattro Gran Premi che sono stati ospitati finora dal circuito di Jeddah.

Secondo i dati diffusi dalla Formula 1 stessa, il numero di spettatori presenti al Gran Premio d'esordio è stato pari a 143.000 nell'arco di tutto il weekend. C'è, però, da tenere in considerazione un fattore cruciale.

Il Gran Premio d'Arabia, infatti, fu la penultima prova di un Mondiale che stava regalando emozioni a non finire e che resta uno dei più combattuti da anni, oltre che uno dei più contesi di sempre.

Quello del 2021 è un campionato che è passato alla storia: l'indimenticabile lotta tra la leggenda – Lewis Hamilton – a caccia dell'ottavo titolo, che l'avrebbe reso il pilota più

vincente di sempre, e il nuovo che avanza – Max Verstappen – con l’aura dell’uomo arrivato per terminare un dominio, quello Mercedes, che andava avanti da otto anni.

Inoltre, visti anche gli eventi di Silverstone, Monza e Spa (Sky Sport Italia, 2021), l’hype era davvero alle stelle e tutto ciò ha senz’altro contribuito a massimizzare l’affluenza in Arabia.

Uscendo dall’anno di pandemia da COVID-19, molte delle gare in calendario si svolsero a porte chiuse o con pubblico molto limitato. Tra i Gran Premi avvenuti nella prima metà di stagione, le tappe in Bahrain, Spagna, Monaco e Francia aprirono le porte ad un numero contenuto di spettatori, mentre quelle in Portogallo, Azerbaijan ed Emilia-Romagna si svolsero addirittura senza spettatori.

Un caso anomalo rappresenta il circuito austriaco di Spielberg, che ha ospitato due gare. La prima, denominata Gran Premio di Stiria, si tenne con pubblico limitato a 15.000 spettatori, mentre la seconda, invece, appena una settimana dopo, fu la prima a tornare in full-capacity (Sky Sport Italia, 2021).

Il trend fu mantenuto per le tappe estive in Gran Bretagna (in cui si registrò il record di presenze nella storia del Gran Premio – 356.000 spettatori) Ungheria, Belgio e Olanda (Sky Sport Italia, 2021).

La prima gara in programma dopo la sosta era quella del Gran Premio d’Italia, a Monza, per il quale, però, furono messi in vendita solo 25.000 biglietti, di cui 5.000 rimasti invenduti (Mazzeo M., 2021).

Top Attended Formula 1 races in the 2021 season

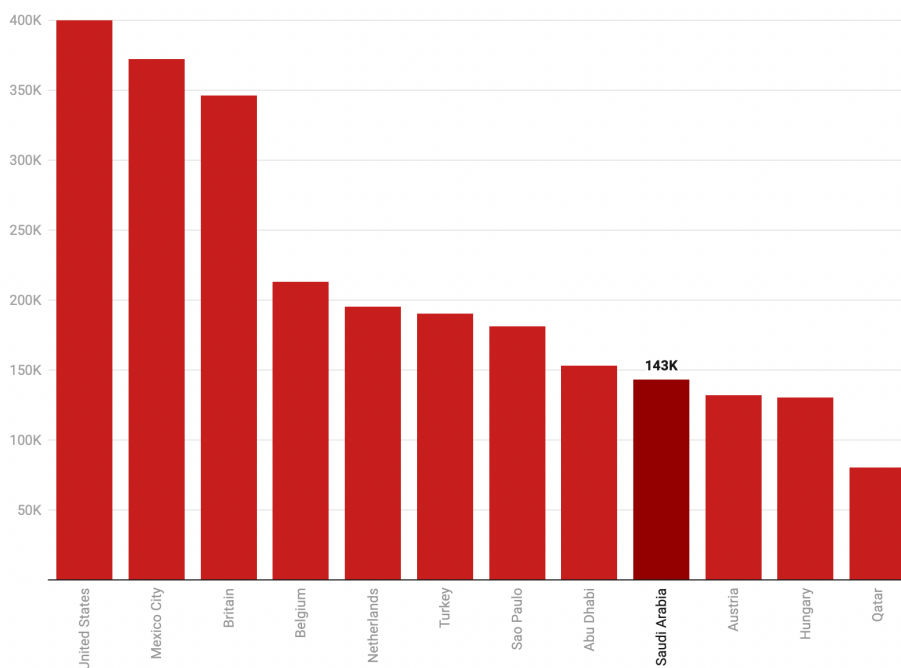


Chart: F1Destinations.com • Source: Formula 1 and race promoters • [Get the data](#) • Created with [Datawrapper](#)

Grafico 3. Fonte: F1Destinations.com

Nel *rush* finale, furono toccati i picchi più alti, su tutti quello nella tappa statunitense, che accolse la cifra record di quell'anno, 400.000 persone nell'arco dei tre giorni, mentre numeri leggermente inferiori furono registrati in Messico il weekend successivo – circa 370.000 spettatori.

Per quanto riguarda, infine, il Gran Premio dell'Arabia Saudita, questo vide l'affluenza di 143.000 persone, come illustrato dal grafico.

In definitiva, al termine della stagione, solo dodici dei ventidue Gran Premi corsi hanno registrato un livello significativo di pubblico.

Nell'edizione successiva del Gran Premio saudita, tenutasi tre mesi dopo, il circuito replicò più o meno gli stessi numeri, circa 142.000 spettatori. Un discreto aumento, invece, precisamente pari al 5.6%, si è registrato nel 2023, con 150.000 persone presenti in autodromo. I dati ufficiali di quest'anno non sono ancora stati pubblicati ma il report diffuso dopo il Gran Premio d'Italia da F1Destinations.com sostiene che i numeri dovrebbero essere vicini a quelli del 2023.

3.4.3 *Il Gran Premio del Qatar*

Passiamo, ora, in rassegna il Gran Premio del Qatar.

La tappa qatariota è presente quest'anno in calendario per la terza volta. Come il Gran Premio dell'Arabia Saudita, anche il Qatar entrò in calendario nel 2021, come ventesima gara in calendario, subito prima della tappa saudita.

La Formula 1 e il circuito di Losail strinsero in quell'occasione un accordo decennale che sarebbe partito nel 2023 e che scadrà nel 2032 (Qatar Government Press Office, 2021). Il Qatar, infatti, ha voluto – o per meglio dire, dovuto - posticipare la stagione di inizio del contratto in quanto nel 2022 avrebbe ospitato il Mondiale di Calcio.

A differenza di quanto accaduto per Bahrain e Arabia Saudita, ~~si può notare come~~ per la tappa di Losail non ci ~~siano~~ sono state grandi proteste, nonostante il Qatar, alla stregua degli altri Stati mediorientali, non brilli esattamente per democrazia e rispetto dei diritti umani (Amnesty International, 2023).

Invece il mondo del calcio occidentale ha alzato la voce a difesa dei diritti dei lavoratori sfruttati nella costruzione delle infrastrutture che hanno ospitato il Mondiale (Alzoubi, Y., Locatelli, G., & Sainati, T., 2023), così come per il codice di condotta che i tifosi hanno dovuto rispettare, all'interno del quale vi erano delle chiare violazioni dei diritti umani, come il divieto di sodomia (Whitehead J., 2022).

Dopo il Gran Premio del 2023, tuttavia, ci sono state una serie di proteste provenienti sia dai tifosi che dagli addetti ai lavori ma soprattutto dai piloti stessi, per le condizioni in cui si è corso (Noble J., 2023).

A causa del caldo eccessivo – 31° di temperatura esterna e umidità al 70% - lo sforzo fisico dei piloti è stato insopportabile. Svitati sono stati i casi di malesseri post-gara, con i piloti visibilmente stremati una volta usciti dalle rispettive vetture.

Alcuni hanno sofferto vari disturbi anche durante la gara. Uno di loro, George Russell, pilota Mercedes, durante i giri finali, passando sul rettilineo principale staccava le mani dal volante e le metteva fuori dall'abitacolo per prendere aria, e come lui faceva Lando Norris (Corriere della Sera, 2023).

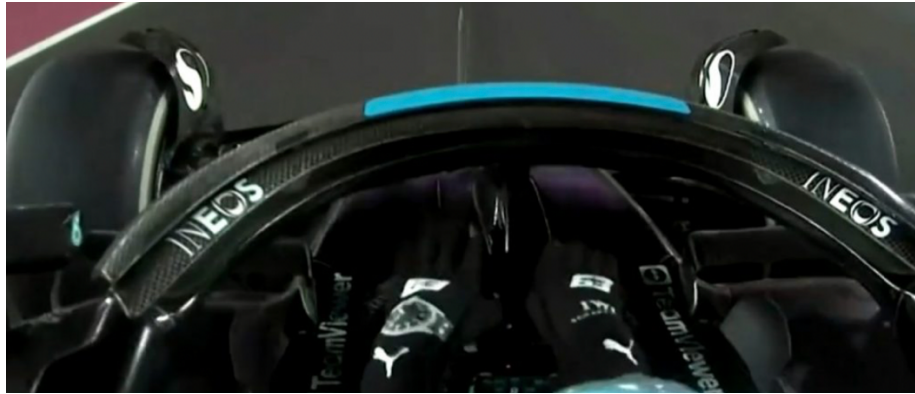


Foto 2, George Russell porta le mani fuori dalla vettura. Fonte: Formula 1.

Fernando Alonso, in un *team radio*, ha riferito al suo ingegnere di pista che sentiva il sedile bruciare, mentre il suo compagno di scuderia Lance Stroll, una volta terminata la gara, è uscito a fatica dall'abitacolo e poi è andato a farsi visitare in ambulanza (Corriere della Sera, 2023).

Sorte peggiore è toccata ad Esteban Ocon, pilota in forza all'Alpine, e a Yuki Tsunoda, giapponese della Alpha Tauri: entrambi, infatti, hanno vomitato nel casco durante la gara. E c'è stato anche chi, come Alexander Albon, ha dovuto chiedere aiuto ai meccanici per uscire dalla macchina al termine della corsa (Corriere della Sera, 2023).

Ma probabilmente il vincitore di questo orrendo contest è stato Logan Sargeant. Il classe '00, dopo alcune battute con il proprio ingegnere di pista, ha deciso di riportare la macchina ai box perché le sue condizioni fisiche non gli consentivano di proseguire (Corriere della Sera, 2023).

Questa la conversazione avuta tra Sargeant, Jego, ingegnere dell'australiano, e James Vowels, *team principal* della Williams Racing:

LAP 23

SAR: <<Non mi sento bene>>

LAP 26

SAR: <<Non mi sento per nulla bene>>.

JEG: <<Sicuro di voler continuare? >>.

SAR: <<Affermativo>>.

LAP 27

JEG: <<Come ti senti? Vuoi continuare? >>.

SAR: <<Continuiamo, ma sento di dover vomitare>>.

LAP 32/33

SAR: <<Non mi sento per niente bene>>.

VOW: <<Logan, hai combattuto tanto. Riporta l'auto ai box e finiamola qui>>.

SAR: <<James, posso farcela, te lo giuro>>.

VOW: <<La decisione è solo tua>>.

SAR: <<Hai la mia parola>>.

LAP 39/40

SAR: <<Non mi sento bene>>.

JEG: <<Vuoi ritirarti? >>.

SAR: <<Non lo so>>.

JEG: <<Se non ti senti bene, ritirati. Non c'è da vergognarsi se non stai bene>>.

SAR: <<Sì, devo fermarmi. Mi ritiro>>.

LAP 41 (dopo essere entrato ai box)

SAR: <<Mi dispiace tanto>>.

JEG: <<Va tutto bene, può capitare. Non hai nulla di cui vergognarti>>.



Foto 3, Sargeant aiutato dai meccanici dopo il GP del Qatar. Fonte: Williams Racing

Passando ai dati legati all'affluenza, il Gran Premio d'esordio contò circa 80.000 spettatori nell'arco dei tre giorni, come mostra il grafico riportato in precedenza. Questo numero, tuttavia, è lievitato del 50% due anni più tardi, quando l'affluenza registrò 120.000 persone presenti in autodromo durante il weekend di gara.

Per il 2024, il circuito di Losail si è rifatto la veste e al Gran Premio, che si terrà il 1° dicembre, saranno presenti 40.000 spettatori sulle tribune (VisitQatar, 2024), a cui dovranno aggiungersi quelli presenti in General Admissions.

3.4.4 Il Gran Premio di Abu Dhabi

Adesso è il momento del gran finale: il Gran Premio di Abu Dhabi.

Da quindici anni in calendario, la tappa negli Emirati rappresenta una delle gare conclusive della stagione ed è stata il teatro dell'assegnazione del Mondiale per quattro volte, l'ultima delle quali nel 2021, all'ultimo giro, in un finale indimenticabile (Mancini S., 2021).

Il circuito di Yas Marina sorse nel 2009, per opera dell'architetto tedesco Hermann Tilke, ed i suoi costi di costruzione ammontarono a 1,3 miliardi di dollari (Pirelli, 2024).

Questa cifra è giustificata dal fatto che l'impianto non comprende unicamente il tracciato, le tribune e la *pit lane*, ma tutta una serie di infrastrutture accessorie che contribuiscono ad elevare l'esperienza degli spettatori.

Nello specifico, nella zona del circuito si ergono il W Abu Dhabi - Yas Hotel, due parchi divertimenti - il Ferrari World e il Warner Bros World (il parco divertimenti indoor più grande al mondo), un parco acquatico – il Waterworld, il Yas Links per gli appassionati di golf e il CLYMB per gli amanti dell'arrampicata; inoltre, essendo Yas Marina nient'altro che un'isola artificiale, è presente anche Yas Beach (Etihad, 2024), ovvero la spiaggia.

Infine, l'autodromo prevede anche alcune aree, come la DriveYas e la Yas Kartzone, dedicate agli appassionati del *motorsport* (Etihad, 2024).

Per quanto riguarda il weekend del Gran Premio, durante i tre giorni, per gli spettatori vengono organizzati anche dei concerti e dj set dopo le sessioni in pista e gli ospiti solitamente non sono esattamente nomi banali: per fare un esempio, quest'anno i concerti saranno tenuti dai Maroon 5 (venerdì), Eminem (sabato) e dai Muse (domenica) (Etihad, 2024).

Tutto ciò rientra nel piano di incremento del turismo promosso da Abu Dhabi, il cosiddetto *Tourism Strategy 2030*, che ha come obiettivo ultimo il raggiungimento dell'ambiziosa cifra di 39 milioni di turisti annuali entro il 2030 (Dipartimento della Cultura e del Turismo di Abu Dhabi, 2024).

In tale contesto, il Gran Premio rappresenta un pilastro importante, visti i numeri che la Formula 1 riesce ad attirare nell'arco dei tre giorni.

Negli ultimi tre anni, Abu Dhabi ha visto un costante incremento nel numero di spettatori, che hanno fatto registrare tre record di attendance consecutivi, dai 153.000 del 2021 (Formula 1, 2021) ai 160.000 del 2022 (Haldenby, N., 2024), fino ai 170.000 della scorsa stagione (Emirates News Agency, 2024).

Per concludere, anche in questo caso il circuito ha prolungato il proprio contratto con la Formula 1 stringendo un accordo decennale. L'annuncio è arrivato il 9 dicembre 2021: Abu Dhabi, dunque, comparirà in calendario fino al 2031 (Formula 1, 2021).

3.5 Tiriamo le somme

Quanto analizzato in questo capitolo ha messo in luce alcuni aspetti che saranno estremamente rilevanti in ottica futura. Tutti e quattro i Gran Premi mediorientali hanno contratti almeno decennali con la Formula 1.

Ciò conferma senz'altro l'obiettivo primario del Medio Oriente di voler diventare un punto cardinale nella cartina del *motorsport* e quello secondario di voler creare una *legacy* nei propri territori.

Non si può, tuttavia, non considerare che la realtà del Medio Oriente allo stato attuale, come abbiamo visto, dal punto di vista dei diritti umani e dell'impegno alla lotta al cambiamento climatico, va verso una direzione opposta rispetto a quella intrapresa - almeno sulla carta - dalla Formula 1 (Cleeren F., D'Alessandro G., 2024).

D'altro canto, stringere accordi decennali con ben quattro Gran Premi mediorientali è una scelta forte da parte della Federazione, la quale ha così dimostra di avere fiducia in tale progetto.

Un altro fattore da non sottovalutare è il ruolo diretto svolto dagli Stati mediorientali nelle trattative. Nei paragrafi precedenti, infatti, si è potuto constatare come, a differenza di quanto accade con i Gran Premi ospitati nelle altre aree del mondo, in questi casi

l'*establishment* della Formula 1 ha contrattato direttamente con i governi dei quattro Stati, fortemente interessati a concludere questo tipo di accordi, la stipula dei contratti.

E qui entra in gioco un'altra questione delicata: fin dove si può parlare di volontà di adeguarsi al resto del mondo e quando, invece, subentra lo *sportwashing*?

La Federazione non si esima dal trattare questo tema nelle aule del potere, per una ragione ben specifica. Lo sport può essere usato come un mezzo per indurre un progresso (Hughson, J., Inglis, D., & Free, M.W., 2004), e ben venga se questa lunga collaborazione tra Formula 1 e Medio Oriente possa rivelarsi positiva in tal senso. Tuttavia, i fatti ad oggi, come sottolineato pocanzi, raccontano una realtà ben diversa.

Pertanto, è doveroso che la Formula 1 si chieda quali conseguenze possano avere domani le scelte - ormai già fatte - oggi.

CONCLUSIONI

Considerando quanto analizzato nei capitoli scorsi, è possibile concludere, dunque, che Liberty Media ha totalmente cambiato il volto della Formula 1, attraverso le scelte di *policy* attuate e che in questo contesto *Drive to Survive* abbia giocato un ruolo fondamentale nell'espansione della Formula 1.

I dati raccolti sull'audience negli Stati Uniti dimostrano che la strada intrapresa da Liberty Media è quella giusta, nell'ottica di avvicinare nuovi pubblici e di conseguenza anche nuovi sponsor.

Combinando una narrazione avvincente e aver reso la comprensione di questo sport più accessibile al gran pubblico, *Drive to Survive* ha ridisegnato i confini della Formula 1. I piloti, prima visti esclusivamente come degli inaccessibili cavalieri del rischio, sono stati ri-umanizzati, avvicinandoli agli spettatori, i quali, attraverso DTS hanno potuto entrare nelle loro case, toccare con mano il loro essere uomini, con tutte le loro debolezze, e di conseguenza empatizzare con loro.

Drive to Survive è riuscita a demistificare la Formula 1 e soprattutto a rendere meno ingombrante l'*heritage* tutto europeo che questo sport aveva sotto la gestione di Bernie Ecclestone. Questo ha aperto le porte ai mercati statunitense e mediorientale, con due effetti diversi.

Negli USA, dove una cultura legata al *motorsport* era già presente la serie tv ha avuto un enorme impatto sugli individui, riuscendo ad appassionarli fortemente alla Formula 1, con un occhio di riguardo alle fasce di età più giovani.

In Medio Oriente, invece, non si è ancora arrivati a questo *step*, ma le scelte della Formula 1 di tendere la mano alla realtà dei Paesi del Golfo hanno fatto sì che questi Stati vedessero nella Formula 1 stessa una strada per avvicinarsi all'Occidente.

Tuttavia, non si devono e non si possono ignorare le numerose contraddizioni insite in queste stesse scelte.

In primis la presenza di un imprenditore emiratino, Mohammed Ben Sulayem, alla presidenza della Federazione Internazionale dell'Automobile.

In secondo luogo, l'intenzione neanche troppo nascosta di alcuni stati (vedi fondo PIF) di voler acquisire in tutto o in parte la proprietà della Formula 1.

Da ultimo, ma non meno importante, l'utilizzo, strumentale, da parte degli Stati mediorientali, della Formula 1 e dello sport in generale come *passpartout* per rafforzare

la propria immagine sulla scena internazionale e far passare in secondo piano le contraddizioni interne riguardo al mancato rispetto dei diritti umani e civili.

Ciò che emerge è che anche grazie a *Drive to Survive*, la Formula 1 ha costruito attorno a sé una cultura mediatica globale, processo senz'altro favorito dalle dinamiche legate alla collaborazione con Netflix, che ha distribuito la serie tv in diverse lingue e in diversi Paesi, al fine di renderla il più accessibile possibile.

Tali risultati, inoltre, possono essere analizzati anche nell'ambito della teoria della globalizzazione mediatica di Thompson, secondo il quale i media globali creano una comunicazione mediatica dislocata, dove i contenuti possono essere fruibili a livello globale ma contestualizzati a livello locale e *Drive to Survive* è un ottimo esempio di ciò: nonostante abbia mantenuto quell'*heritage* europeo di cui si parlava in precedenza, la serie è riuscita ad adattarsi alle necessità culturali di mercati diversi, favorendo l'espansione globale della Formula 1.

BIBLIOGRAFIA

Admin. (2024, February 28). *Calls for F1 to stop racing on Bahraini blood, Seven Saudis executed.*

Voice of Bahrain. <https://vob.org/en/?p=12420>

Airways, E. (n.d.-a). #3 Your guide to Yas Marina Circuit: Home of the F1™ Etihad Airways Abu Dhabi Grand Prix. Etihad Global.

<https://www.etihad.com/en/abu-dhabi/formula-1/your-guide-to-yas-marina-circuit#:~:text=The%20seating%20capacity%20of%20Yas,Abu%20Dhabi%20Hill>

Airways, E. (n.d.-b). *Your guide to the Abu Dhabi Grand Prix After-Race Concerts.* Etihad Global.

<https://www.etihad.com/en/abu-dhabi/formula-1/formula-1-abu-dhabi-after-race-concert-guide>

Alsaedi, A. (2019, October 25). *Saudi Arabia's public investment fund invests in Uber.* CNN.

Retrieved from <https://businesschief.eu/corporate-finance/saudi-arabias-public-investment-fund-invests-uber>

Alzoubi, Y., Locatelli, G., & Sainati, T. (2023). *The ugly side of construction: modern slavery in the 2022 FIFA World Cup program.* *Construction Management and Economics*, 42(5), 412–430.

<https://doi.org/10.1080/01446193.2023.2269434>

amnesty. (2020a, October 7). *Bahrein, Nabil Rajab condannato a cinque anni per i suoi tweet - Amnesty International Italia.* Amnesty International Italia.

<https://www.amnesty.it/bahrein-nabil-rajab-condannato-cinque-anni-suoi-tweet-amnesty-international-vergognoso-attacco-alla-liberta-despressione/>

amnesty. (2020b, October 8). *Bahrein, attivista per i diritti umani all'ergastolo, in sciopero della fame da 50 giorni.* Amnesty International Italia.

<https://www.amnesty.it/bahrein-attivista-per-i-diritti-umani-allergastolo-in-sciopero-della-fame-da-50-giorni/>

amnesty. (2020c, October 8). *Bahrein, scarcerato il difensore dei diritti umani Nabil Rajab*, Amnesty International Italia.

<https://www.amnesty.it/bahrein-scarcerato-il-difensore-dei-diritti-umani-nabil-rajab/>

Amnesty International. (n.d.). *Human rights in Qatar*.

<https://www.amnesty.org/en/location/middle-east-and-north-africa/middle-east/qatar/report-qatar/>

Aramco announces partnership with Formula 1®. (2020, March 10). Saudi Aramco.

<https://www.aramco.com/en/news-media/news/2020/aramco-announces-partnership-with-formula-1>

Assessing the hybrid revolution - the mid-term tech report. (n.d.). Formula 1® - the Official F1® Website. <https://www.formula1.com/en/latest/features/2014/8/Assessing-the-hybrid-revolution---the-mid-term-tech-report.html>

Bahrain. (2011, February 21). Il Sole 24 ORE.

<https://st.ilsole24ore.com/art/notizie/2011-02-21/bahrain-171840.shtml>

Bahrain Center for Human Rights. (2006). *Bahrain rights violations*. Bahrain Center for Human Rights.

Retrieved from <http://www.bahrainrights.org/en/node/164>

Bahrain International Circuit. (2022, February 11). *Formula 1 announces it will race in Bahrain until 2036 - Bahrain International Circuit*.

<https://www.bahraingp.com/blog/news/formula-1-announces-it-will-race-in-bahrain-until-2036/>

Bianchi, S. (2023, September 15). *Bahrein: impedito l'imbarco a Maryam al-Khawaja* - Amnesty International Italia.

<https://www.amnesty.it/bahrein-impedito-limbarco-a-maryam-al-khawaja/>

Briggs, S. (2024, March 12). *Saudi Arabia launch tennis takeover with > billion take-it-or-leave-it offer*. The Telegraph.

<https://www.telegraph.co.uk/tennis/2024/03/12/saudi-arabia-launches-tennis-takeover-1-billion-pound-offer/>

Chadwick, S., Widdop, P., & Goldman, M. M. (2023). *The geopolitical economy of sport*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003348238>

Chincherò, R. (2019, January 21). *F1 in crescita: i numeri di Liberty Media dicono che la popolarità è in aumento*. Motorsport.com.

<https://it.motorsport.com/f1/news/f1-in-crescita-i-numeri-di-liberty-media-dicono-che-la-popolarita-e-in-aumento/4326844/>

Chincherò, R. (2020, June 22). *Hamilton scende in piazza per Black Lives Matter*. Motorsport.com.

<https://it.motorsport.com/f1/news/hamilton-scende-in-piazza-per-black-lives-matters/4810210/>

Cleeren, F. (2023, July 5). *Verstappen: Jeddah still more dangerous than Spa amid F1 safety concerns*. Motorsport.com.

<https://au.motorsport.com/f1/news/verstappen-jeddah-still-more-dangerous-than-spa-amid-f1-safety-concerns/10491337/>

Cleeren, F. (2024, April 16). *Cresce la sostenibilità della F1: l'obiettivo è il Net Zero nel 2030*. Motorsport.com.

<https://it.motorsport.com/f1/news/cresce-la-sostenibilita-della-f1-lobiettivo-e-il-net-zero-entro-il-2030/10599387/>

CNN. (2019, October 25). *Lewis Hamilton: Defending Formula 1's environmental impact*. CNN.

Retrieved from <https://edition.cnn.com/2019/10/25/motorsport/lewis-hamilton-environment-defend-formula-one-mexico-gp-spt-intl/index.html>

Contractors win Qiddiya Formula 1 park | MEED. (2023, September 10). MEED. <https://www.meed.com/contractors-win-qiddiya-formula-1-project>

Cooper, A. (n.d.). *Saudi Arabia GP on calendar for at least a decade, says F1*. Autosport. <https://www.autosport.com/f1/news/saudi-arabia-gp-on-calendar-for-at-least-a-decade-says-f1-5529528/5529528/>

Ecclestone: (n.d.). *La Gazzetta Dello Sport - Tutto Il Rosa Della Vita*. <https://www.gazzetta.it/Formula-1/14-11-2014/ecclestone-inutile-la-formula-1-cercare-attrarre-giovani-tifosi-901031416952.shtml>

Eurosport. (2024, February 26). *Effetto Ramadan, ecco perché i primi 2 Gran Premi del mondiale 2024 si corrono di sabato anziché di domenica*. Eurosport. https://www.eurosport.it/formula-1/effetto-ramadan-ecco-perche-i-primi-2-gran-premi-del-mondiale-2024-si-corrono-di-sabato-anziche-di-d_sto10039959/story.shtml

F. (2017). *Liberty completes F1 acquisition*. Formula 1® - the Official F1® Website. <https://www.formula1.com/en/latest/article/liberty-completes-f1-acquisition.3zzGTfOwC4OkEc8EAKMKKw>

F. (2017b, December 8). *F1 attendance figures hit four million in 2017*. Formula 1® - the Official F1® Website. <https://www.formula1.com/en/latest/article/f1-attendance-figures-hit-four-million-in-2017.A1haq5GkLe6SKsyya22Ia>

F. (2018a, January 5). *Strong growth for F1's TV and digital audiences in 2017*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.strong-growth-for-f1s-tv-and-digital-audiences-in-2017.6Cted4V292gQ420AeoSO2e.html>

F. (2018b, March 24). *Formula 1 and Netflix in 2018 season deal*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.formula-1-and-netflix-in-2018-season-deal.6Ft62RzcAMwqEuiwKu6mO0.html>

F. (2018c, December 21). *F1 race attendance figures for 2018: Over four million fans visit Grand Prix weekends*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article/f1-race-weekends-attended-by-over-four-million-fans-in-2018.IILWTUMmCkWAaOGE4aYGo>

F. (2019a, January 18). *Formula 1's TV and digital audiences grow for the second year running* | Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.formula-1s-tv-and-digital-audiences-grow-for-the-second-year-running.OqTPVNtthtZKFbKqBaimKf.html>

F. (2019b, August 29). *F1 Calendar 2020 - Enjoy a record-breaking 22 races in the 2020 season*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article/record-breaking-22-race-f1-calendar-set-for-2020.7vdbREiAYJKP5Ey8whglC2>

F. (2019c, December 19). *Grand Prix attendance surpasses 4 million in 2019*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article/grand-prix-attendance-surpasses-4-million-in-2019.61fEHE3wb7WI8tHfP8cBTd>

F. (2020a, January 21). *Formula 1 viewing figures 2019: F1 broadcast to 1.9 billion total audience in 2019*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.fl-broadcast-to-1-9-billion-fans-in-2019.4IeYkWSoexxSIEJyuTrk22.html>

F. (2020b, June 2). *F1 confirms first 8 races of revised 2020 calendar, starting with Austria double header*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article/fl-confirms-first-8-races-of-revised-2020-calendar-starting-with-austria.36X98qZnFFhNxQ8O2WdCON>

F. (2021a, February 8). *Formula 1 announces TV and Digital audience figures for 2020*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.formula-1-announces-tv-and-digital-audience-figures-for-2020.3sbRmZm4u5Jf8pagvPoPUQ.html>

F. (2021b, April 18). *Miami Grand Prix to join F1 calendar in 2022, with exciting new circuit planned*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.miami-grand-prix-to-join-f1-calendar-in-2022.44Dqc0CfhQzb7bb7MIjkqX.html>

F. (2021c, December 9). *Formula 1 renews Abu Dhabi Grand Prix contract until 2030*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article/formula-1-renews-abu-dhabi-grand-prix-contract-until-2030.4oNR96dTUunnErAiruurFd>

F. (2022a, March 31). *BREAKING: Las Vegas to host Formula 1 night race from 2023*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.breaking-las-vegas-to-host-formula-1-night-race-from-2023.69O9nKLwKraqAhR5rr8TQg.html>

F. (2022b, May 5). *Formula 1: Drive To Survive confirmed for 5th and 6th seasons on Netflix*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.breaking-formula-1-drive-to-survive-%20confirmed-for-5th-and-6th-seasons-on.4bzutl481ANKWQCZBTPeWa.html>

F. (2022c, May 5). *Formula 1: Drive To Survive confirmed for 5th and 6th seasons on Netflix*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.breaking-formula-1-drive-to-survive-%20confirmed-for-5th-and-6th-seasons-on.4bzutl481ANKWQCZBTPeWa.html>

F. (2022d, December 2). *Formula 1 confirms 2023 Chinese Grand Prix will not take place*. Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/latest/article.formula-1-confirms-2023-chinese-%20grand-prix-will-not-take-place.186HJrsCh027R2rl0eJnWG.html>

F1 - the official home of Formula 1® racing. (n.d.-a). Formula 1® - the Official F1® Website.

<https://www.formula1.com/en/results.html/1994/races/606/pacific/race-result.html>

F1 - the official home of Formula 1® racing. (n.d.-b). Formula 1® - the Official F1® Website

<https://www.formula1.com/en/results.html/2004/races/768/china/race-result.html>

F1 star Lewis Hamilton to wear rainbow helmet for LGBTQ rights. (2023a, May 5). NBC News.

<https://www.nbcnews.com/nbc-out/out-news/f1-star-lewis-hamilton-wear-rainbow-helmet-lgbtq-rights-rcna82989>

Ferrari, L. (2018, February 25). *F1 | Bernie Ecclestone, la fine di un'era*. *FormulaPassion.it*.

<https://www.formulapassion.it/motorsport/storia/f1-bernie-ecclestone-la-fine-unera>

FIFA. (2022). *Mondiali Qatar 2022: Squadre, regolamento e informazioni*. FIFA. Retrieved from <https://www.fifa.com/fifaplus/it/articles/mondiali-qatar-2022-squadre-regolamento-informazioni-fifa>

Formula 1. (2022). *Formula 1 announces audience and fan attendance figures for 2021*. Formula 1. Retrieved from <https://corp.formula1.com/formula-1-announces-audience-and-fan-attendance-figures-for-2021/>

Formula 1. (2020). *Formula 1 strategic plan 2020*. Formula 1. Retrieved from <https://corp.formula1.com/wp-content/uploads/2020/01/Formula-1-Strategic-Plan011320.pdf>

Ginevra, S. (2022, November 11). *Bahreïn, elezioni parlamentari in un clima di forte repressione politica*. Amnesty International Italia. <https://www.amnesty.it/bahreinelezioni-parlamentari-in-un-clima-di-forte-repressione-politica/>

GPBlog. (2022, December 16). Liberty Media revitalises Formula 1. *GPblog.com*. <https://www.gpblog.com/en/news/167095/liberty-media-revitalises-formula-1.html>

Gran Premio di Formula 1 del Qatar 2024 Qatar Airways. Visit Qatar. <https://visitqatar.com/it-it/events-calendar/formula-one-qatar-airways-grand-prix-2024>

Haldenby, N. (2024a, February 28). Race Facts - Abu Dhabi Grand Prix. F1Destinations.com. <https://f1destinations.com/race-facts-abu-dhabi-f1-grand-prix/>

Haldenby, N. (2024b, February 28). RANKED: The top attended Formula 1 races in 2023 - F1Destinations.com. *F1Destinations.com*. <https://f1destinations.com/ranked-the-top-attended-formula-1-races-in-2023/>

Haldenby, N. (2024c, July 15). Race Facts - Bahrain Grand Prix - F1Destinations.com. *F1Destinations.com*.

<https://f1destinations.com/race-facts-bahrain-grand-prix/>

Hall, A., & Hall, A. (2023, November 29). *Formula 1 2023 season on ESPN platforms ends as second Most-Viewed Ever on U.S. television*. ESPN Press Room U.S.

<https://espnpressroom.com/us/press-releases/2023/11/formula-1-2023-season-on-espn-platforms-ends-as-second-most-viewed-ever-on-u-s-television/#:~:text=Average%20viewership%20has%20essentially%20doubled,in%20the%20fall%20of%202022.>

Home. (n.d.).

<https://lscs.qa/en/14017/NewsDtls/QATAR-TO-STAGE-FORMULA-1-RACE-IN-NOVEMBER,-ANNOUNCES-LANDMARK-11-RACE-HOSTING-AGREEMENT%C2%A0#:~:text=The%20race%20will%20return%20to,class%20sport%20and%20tourism.>

Hughson, J., Inglis, D., & Free, M. (2005). *The uses of sport: A Critical Study*. Psychology Press.

Kane, F. (2020, May 19). *Saudi Arabia buys \$7.7 billion shares in world's best known companies*. Arab News.

<https://www.arabnews.com/node/1675796/business-economy>

Liberty Media. (2018). *Liberty Media Corporation reports fourth quarter and year-end 2017 financial results*. Liberty Media.

Retrieved from

https://d1io3yog0oux5.cloudfront.net/_16d86a9354a331d6184621d67905daad/libertymedia/news/2018-03-01_Liberty_Media_Corporation_Reports_Fourth_Quarter_85.pdf

Liberty Media. (2019). *Liberty Media Corporation reports fourth quarter and year-end 2018 financial results*. Liberty Media.

Retrieved from

https://d1io3yog0oux5.cloudfront.net/_16d86a9354a331d6184621d67905daad/libertymedia/news/2019-02-28_Liberty_Media_Corporation_Reports_Fourth_Quarter_63.pdf

Liberty Media. (2020). *Liberty Media Corporation reports fourth quarter and year-end 2019 financial results*. Liberty Media

Retrieved from:

https://d1io3yog0oux5.cloudfront.net/_16d86a9354a331d6184621d67905daad/libertymedia/news/2020-02-26_Liberty_Media_Corporation_Reports_Fourth_Quarter_42.pdf

Liberty Media. (2021). *Liberty Media Corporation reports fourth quarter and year-end 2020 financial results*. Liberty Media.

Retrieved from:

https://d1io3yog0oux5.cloudfront.net/_16d86a9354a331d6184621d67905daad/libertymedia/news/2021-02-26_Liberty_Media_Corporation_Reports_Fourth_Quarter_12.pdf

Liberty Media. (2022). *Liberty Media Corporation reports fourth quarter and year-end 2021 financial results*. Liberty Media.

Retrieved from:

https://d1io3yog0oux5.cloudfront.net/_16d86a9354a331d6184621d67905daad/libertymedia/news/2022-02-25_Liberty_Media_Corporation_Reports_Fourth_Quarter_461.pdf

Liberty Media. (2023). *Liberty Media Corporation reports fourth quarter and year-end 2022 financial results*. Liberty Media.

Retrieved from:

https://d1io3yog0oux5.cloudfront.net/_16d86a9354a331d6184621d67905daad/libertymedia/news/2023-03-01_Liberty_Media_Corporation_Reports_Fourth_Quarter_485.pdf

Liberty Media Corporation agrees to acquire Formula One. (n.d.-a). Liberty Media Corporation.

<https://www.libertymedia.com/investors/news-events/press-releases/detail/139/liberty-media-corporation-agrees-to-acquire-formula-one>

Mancini, S. (2021, December 7). *F1, per la quarta volta Abu Dhabi incoronerà il vincitore del Mondiale. Ecco come è andata in passato.* La Stampa.

https://www.lastampa.it/speciale/sport/formula-1/2021/12/07/news/f1_il_mondiale_all_ultima_gara_per_la_quarta_volta_ecco_come_e_andata_in_passato-1141010/

Mazzeo, M. (2021, September 8). *Pochi biglietti venduti e la Formula 1 a Monza diventa un caso: prezzi folli, una vergogna!*. Sport Fanpage.

<https://www.fanpage.it/sport/motori/pochi-biglietti-venduti-e-la-formula-1-a-monza-diventa-un-caso-prezzi-folli-una-vergogna/>

Ferraro, C. (2022). *New market entry tramite brand repositioning – La Formula 1 tra i giovani e negli USA.* Tesi di laurea, Università Ca' Foscari Venezia.

Retrieved from

<http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/22866/883244-1257155.pdf?sequence=2>

Noble, J. (2023, October 10). *FIA promises F1 driver action in wake of extreme Qatar GP.* Motorsport.com.

<https://www.motorsport.com/f1/news/fia-driver-action-extreme-f1-qatar-gp/10531095/>

Ore, I. S. 2. (2024, March 25). *McLaren è ora controllata al 100% dal Fondo del Bahrain.* Il Sole 24 ORE.

<https://www.ilsole24ore.com/art/mclaren-e-ora-controllata-100percento-fondo-bahrain-AFYoTNCD>

Paladino, S. (2023, July 28). *Cinque impiccagioni in Kuwait: continua l'ondata di esecuzioni* - Amnesty International Italia. Amnesty International Italia.

<https://www.amnesty.it/cinque-impiccagioni-in-kuwait-continua-londata-di-esecuzioni/>

PIF, PCP Capital Partners and RB Sports & Media acquire - Newcastle United. (n.d.).

<https://www.newcastleunited.com/en/news/pif-pcp-capital-partners-and-rb-sports-media-acquire-newcastle-united-football-club>

Pirelli. (2018, September 13). Yas Marina Circuit: a very special circuit. *Pirelli*.

<https://www.pirelli.com/global/en-ww/race/racingspot/yas-marina-circuit-a-very-special-circuit-51694/>

Quinn, W., & Quinn, W. (2022, August 22). *Spinta a guardare: Come una docuserie sportiva ha portato i fan statunitensi alla Formula 1*. Nielsen.

<https://www.nielsen.com/it/insights/2022/driven-to-watch-how-a-sports-docuseries-drove-u-s-fans-to-formula-1/>

Richards, G. (2021, December 3). Lewis Hamilton condemns 'terrifying' LGBTQ+ laws before Saudi Arabian GP. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/sport/2021/dec/02/lewis-hamilton-condemns-terrifying-lgbtq-laws-before-saudi-arabian-gp>

Saudi Vision 2030. (n.d.).

<https://www.vision2030.gov.sa/en>

Silverstone. (n.d.). The 2023 British Grand Prix in numbers. *Silverstone*.

<https://www.silverstone.co.uk/news/2023-british-grand-prix-numbers>

Slotnik, D. (2021, July 16). *"Drive to Survive" fuels Formula 1's popularity with new fans*. The New York Times.

Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2021/07/16/sports/autoracing/drive-to-survive-netflix-formula-one.html>

Slotnik, D. (2022, July 14). *Formula 1 is booming in the U.S., thanks to Netflix and Miami*. The New York Times.

Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/07/14/magazine/formula-1-miami-drive-to-survive.html?searchResultPosition=2>

Smith, L. (2022, June 27). *How Ferrari, Mercedes's initial absence helped make Drive to Survive a hit*. Motorsport.com. <https://www.motorsport.com/fl/news/ferrari-mercedes-absence-drive-to-survive-hit/10315803/>

Sovereign Wealth Fund Institute - SWFI. (n.d.).

<https://www.swfinstitute.org/profile/598cdaa60124e9fd2d05bc3b>

Sport, B. (2023, June 5). *Saudi Arabia's PIF takes over Al-Ittihad, Al-Nassr, Al-Hilal and Al-Ahli*. BBC Sport. <https://www.bbc.com/sport/football/65813662>

Sport, R. (2023, October 9). *Piloti al limite per il caldo al Gp Qatar: Russell cerca aria, Sargeant sta male, Stroll va all'ambulanza*. Corriere Della Sera.

https://www.corriere.it/sport/formula-1/23_ottobre_08/piloti-caldo-gp-qatar-alzano-mani-volante-5140009c-6608-11ee-be50-fc53f6bb2a42.shtml

Sport, R. S. (2021a, June 27). *Formula 1, GP Stiria: vince Verstappen in Austria. Sainz 6°, Leclerc 7°*. Sky Sport.

<https://sport.sky.it/formula-1/2021/06/27/formula-1-diretta-gp-stiria-austria-2021?lbp=>

Sport, R. S. (2021b, July 18). *Formula 1, GP Silverstone: vince Hamilton in Gran Bretagna, 2° Leclerc*. Sky Sport.

<https://sport.sky.it/formula-1/2021/07/18/formula-1-diretta-gp-silverstone-gran-bretagna-2021>

Sport, R. S. (2021c, August 29). *F1, GP Belgio sotto la pioggia: Verstappen vince a Spa dopo 2 giri. Leclerc 8°*. Sky Sport.

<https://sport.sky.it/formula-1/2021/08/29/formula-1-diretta-gp-belgio-spa-2021>

Sport, R. S. (2021d, September 12). *F1, GP Monza: vince Ricciardo, Leclerc 4°. Fuori Hamilton e Verstappen: Penalità a Max*. Sky Sport.

<https://sport.sky.it/formula-1/2021/09/12/formula-1-diretta-gp-monza-italia-2021>

SportsPro Media. (2022, January 20). *Formula 1 hits 1bn fans in 2022, Drive to Survive continues to fuel growth*. SportsPro Media.

Retrieved from <https://www.sportspromedia.com/news/f1-1bn-fans-2022-audience-formula-one-drive-to-survive-study/>

Straw, J. (2015, February 14). *As F1 TV viewing figures continue to fall globally, is there a solution to the problem?*. NBC Sports.

Retrieved from <https://motorsports.nbcsports.com/2015/02/14/as-f1-tv-viewing-figures-continue-to-fall-globally-is-there-a-solution-to-the-problem/>

Sulayem, M.B., O'Connor, S., & Hassan, D. (Eds.). (2013). *Sport Management in the Middle East: A Case Study Analysis* (1st ed.). 104-108. Routledge.

Sylt, C. (2018a, January 7). *F1 TV audience reverses by 40 million under new measurement system*. Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/csylt/2018/01/06/f1-tv-audience-reverses-by-40-million-under-revised-measurement-system/>

Sylt, C. (2018b, February 21). *Formula One TV viewing hits the skids*. The Guardian.

<https://www.theguardian.com/media/2013/feb/15/formula-one-tv#:~:text=F1's%20global%20TV%20audience%20took,following%20year%20to%20527%20million>

Sylt, C. (2018c, December 13). *F1 loses 25 million viewers driven by switch to pay TV*. Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/csylt/2015/02/01/f1-loses-25-million-viewers-driven-by-switch-to-pay-tv/>

The Aramco and Aston Martin Racing strategic partnership. (n.d.). Saudi Aramco.
<https://www.aramco.com/en/what-we-do/energy-innovation/innovation-ecosystem/aramco-and-aston-martin-strategic-partnership>

The Plan. (2020). *Qiddiya city F1 circuit.* The Plan.
Retrieved from https://www.theplan.it/eng/whats_on/qiddiya-city-f1-circuit

Top 10 TV shows on Netflix right now. (n.d.). Top 10 TV Shows on Netflix Right Now.
<https://www.netflix.com/tudum/top10/tv>

Tourism Strategy 2030. (n.d.). Department of Culture and Tourism Abu Dhabi.
<https://dct.gov.ae/en/who.we.are/tourism.strategy.2030.aspx>

Walid, A. (2023, June 13). *PIF to take control of Saudi Arabia's four biggest clubs as part of major shake-up in Pro League.* The Athletic.
<https://www.nytimes.com/athletic/4581869/2023/06/05/saudi-arabia-pif-pro-league/>

WAM. (n.d.).
<https://www.wam.ae/article/b2tgmcg-formula-etihad-airways-abu-dhabi-grand-prix-2023>

Weaver, P. (2018, February 21). *Sebastian Vettel wins fourth straight F1 world title with Indian GP triumph.* The Guardian.
<https://www.theguardian.com/sport/2013/oct/27/sebastian-vettel-wins-f1-title-indian-gp>

Whitehead, J. (2022, November 16). *What are fans allowed and not allowed to do while in Qatar for the World Cup?.* The Athletic.
<https://www.nytimes.com/athletic/3735800/2022/11/16/qatar-world-cup-rules-fans-behavior/>

X.com. (n.d.-a). X (Formerly Twitter).
https://twitter.com/AINassrFC_EN/status/1608935670520909825

X.com. (n.d.-b). X (Formerly Twitter).

<https://twitter.com/ReganSmith/status/983205639118782464>

YouGov. (2021). *YouGov Sports whitepaper*. YouGov.

Retrieved from <https://commercial.yougov.com/rs/464-VHH-988/images/YouGov-Sports-Whitepaper-v4.pdf>

RINGRAZIAMENTI

Il primo ringraziamento spetta a questa magnifica università, che mi ha accolto quando ero poco più di un ragazzino e ha plasmato parte di me lungo il percorso. Ci tengo a ringraziare tutti i professori che ho avuto e che hanno dato il cuore durante le lezioni, ognuno di loro facendomi appassionare alla disciplina che insegnava.

Mi perdoneranno gli altri, ma il grazie più grande va al Professor Michele Sorice, che ha candidamente accettato di essere il mio relatore di tesi, accompagnandomi lungo la strada attraverso consigli e rassicurazioni in un periodo della mia vita che non è stato affatto semplice. Oltre ad essere un insegnante e un professionista competente ma soprattutto appassionato, il Professor Sorice è una persona splendida, che tutti meriterebbero di avere nella propria vita. La sua presenza è stata di vitale importanza, forse più di quanto lui stesso non creda, e per questo lo ringrazio.

Voglio, inoltre, dire grazie ai miei compagni di corso, con cui ho condiviso tanto durante questi tre anni. Voglio che sappiano che il percorso non sarebbe stato lo stesso senza di loro e che mi spiace di essermi aperto probabilmente troppo tardi. Molti ci sono stati quando ho avuto bisogno di loro e spero di aver ricambiato la cortesia.

Mi si stringe il cuore a sapere che adesso ci separeremo; eppure, una parte di me è felice, perché in cuor mio so che tutti noi siamo solo ai nastri di partenza di questa bellissima gara che è la vita e che ce la metteremo tutta per raggiungere i nostri sogni, quali che essi siano.

Voglio dire grazie anche ai miei genitori. Sono consapevole del fatto che spesso non lo mostro, ma sono estremamente grato di ogni minimo sacrificio che loro abbiano mai fatto per concedermi quelle possibilità che loro non hanno avuto.

E sono estremamente orgoglioso della famiglia che ho, con tutti i normali piccoli problemi tipici di questa famiglia. Sono orgoglioso di loro perché sono brave persone, e al giorno d'oggi non è scontato.

Non abbiamo avuto un rapporto facile in questo triennio. Mi sono sentito spesso incompreso, avevo paura di deluderli e ho finito solo per farli sentire esclusi dalla mia vita in certe occasioni. Ma c'è una cosa che vorrei chiarire e approfitto di questa occasione per farlo. Per quanto certe volte possa essere passato tale, non sono un ingrato. Chiudermi, cercare di cavarmela da solo invece che chiedere aiuto, non parlare mai dei dubbi e delle paure che avevo, era solo il mio modo di difendermi contro la vergogna che provavo.

L'ansia di deludere le aspettative mi ha accompagnato ogni singolo giorno da quando ho iniziato il percorso universitario. E quando hai la consapevolezza che non è scontato essere alla LUISS, vivere a Roma e godere di tutte le possibilità che ne derivano e che tutto ciò deriva da sacrifici enormi non tuoi ma della tua famiglia, beh, non è facile tenere a bada l'ansia.

Ai miei genitori devo tantissimo. Anche se a modo loro – un modo che io non sempre capivo – hanno sempre creduto in me, a prescindere da tutto, schierandosi al mio fianco anche se io non lo vedevo – o forse non volevo vederlo perché era più comodo. Mi hanno raccolto da terra quando ero nella mia forma peggiore, aiutandomi a rimettermi in piedi anche quando non ne avevo la forza né la voglia e per questo non posso che dirgli grazie. Infinitamente grazie. Voglio che sappiano che do tanto, tantissimo valore, ad ogni cosa che fanno e che hanno fatto per me, dalla più grande alla più insignificante, e che tutti i soldi del mondo non potrebbero ripagare tutto ciò. Se ho raggiunto questo traguardo, gran parte del merito va a loro.

Potrei stare qui a ringraziarli da ora alla fine dei tempi e non sarebbe comunque abbastanza. Loro probabilmente diranno che tutte queste parole sono “inutili” perché ciò che fanno – nella loro ottica – è il semplice dovere di un genitore, ma non è così.

Essere genitore è il mestiere più difficile del mondo perché nessuno ti insegna a farlo, ma loro potrebbero dare lezioni a tanti.