

SCARPERIA

Quasi 6 milioni di euro la pubblicità portata nel 2007 dal MotoGP

PARI a 5,8 milioni di euro il valore dell'impatto economico indiretto provocato dai media e riconducibile allo svolgimento della MotoGP 2007 sul circuito del Mugello. Il dato risulta da uno studio effettuato da 'Simurg ricerche', che ipotizza in questa cifra il costo di una campagna pubblicitaria per raggiungere una visibilità di questo tipo. Sono i numeri, del resto, ad evidenziare quanto il 'Mugello' sia stato nominato nella settimana dell'evento: 639 articoli apparsi sulla carta stampata, 72 milioni di spettatori alla tv in Italia ed oltre 220 milioni in tutto il mondo. Un ritorno per il territorio testimoniato anche dal 'boom' di richieste registrato, in chiave 'Mugello', sui principali motori di ricerca internet.

«Per stimare il dato — spiega Claudio Salvucci, amministratore delegato di Simurg ricerche — abbiamo di fatto

sommato i dati di ascolto a livello mondiale delle trasmissioni televisive e radiofoniche insieme alle visite dei principali domini d'informazione su internet e ai contatti potenziali avuti dai lettori dei principali giornali italiani».

QUESTA RICERCA, la prima in Italia condotta con metodo scientifico, rappresenta l'inizio di un'ulteriore analisi che porterà, entro fine anno a quantificare la ricaduta economica sul territorio mugellano del Gp 2008. Fausto Cappi, direttore dell'autodromo di Scarperia ha sottolineato l'importanza e la crescita del legame fra il circuito ed il territorio mugellano, mentre Mario Almondo, direttore operativo della Ferrari (che è proprietaria dell'impianto usato spesso anche per i test della Formula Uno), ha trattenuto il futuro dell'impianto di Scarperia, che è in corso di

I NUMERI
La corsa ha avuto oltre 220 milioni di spettatori tv in tutto il mondo



D'I
Mugello

VITTORIA
Valentino Rossi esulta sul podio di Scarperia dopo l'ultimo successo

potenziamiento. «Nell'ultimo periodo di gestione — ha detto — c'è stato un grande cambiamento: la proprietà crede molto in questo impianto, basti vedere tutti gli investimenti che sta facendo per migliorare la sicurezza della pista e la permanenza dei visitatori. Tutti i cantieri aperti ne sono la dimostrazione più tangibile. C'è molta voglia di fare bene e abbiamo tantissime idee da sviluppare a breve».