

## **Motori Vale 5,8 milioni di euro la pubblicità che riceve il territorio** **Quanto fa bene il circuito al Mugello!**

SCARPERIA - "L'Autodromo Internazionale del Mugello è sempre più parte integrante del territorio che lo ospita e l'obiettivo è quello di continuare su questo passo negli anni a venire". E' questo il messaggio principale che arriva dalla conferenza stampa organizzata presso la Sala Stampa dell'Autodromo del Mugello per presentare la prima fase dello studio riguardante la ricaduta economica degli eventi ospitati dall'Autodromo sul territorio mugellano. Una prima fase di ricerca che in realtà si ferma ai numeri relativi alla cosiddetta "pubblicità indiretta" prodotta dall'evento del Campionato Mondiale di motociclismo dell'anno passato, ovvero una stima sulle ricadute economiche indirette generate dalla pubblicità che i media hanno fatto al Circuito del Mugello e, più in generale, al territorio mugellano, durante la settimana del Gran Premio d'Italia 2007. In poche parole, una prima fase di ricerca che va ad indagare su quanto sarebbe costata la pubblicità che è stata fatta nei vari mezzi di comunicazione in occasione del MotoGp 2007, al Circuito e al Mugello. Le cifre che emergono dallo studio condotto dalla Simurg Ricerche sono a dir poco sorprendenti con un una stima di impatto economico indiretto di circa 5,8 milioni di euro, provenienti dalle TV Italiane ed estere, dalla carta stampata europea, dai contatti Internet e dalla diffusione via Radio. Cifre da capogiro che rendono però l'idea dell'importanza e della portata dell'evento che tra poco più di un mese tornerà sull'asfalto del Mugello. Piacevolmente sorpresi tutti i rappresentanti delle Istituzioni locali presenti, ancor più incuriositi dai dati che usciranno dalla seconda fase della ricerca previsti verso fine anno. "E' indubbio che tutto ciò che avviene all'Au-

todromo- dice l'Assessore al Turismo della Comunità Montana Alessandro Marchi- ha una ricaduta enorme anche sul territorio e per poter fare una stima dell'aspetto turistico basta vedere come vengono tempestati tutti i nostri uffici nei giorni delle grandi manifestazioni organizzate a Scarperia". Sulla stessa linea d'onda il pensiero del Sindaco di Scarperia Alessandra Galazzo che però insieme al Direttore dell'Autodromo Fausto Cappi tiene a sottolineare come sia in netta crescita la collaborazione tra il circuito ed il territorio: "L'Autodromo, soprattutto con quest'ultima direzione -ha detto il Sindaco di Scarperia- ha sempre fatto molto per la promozione del Mugello diventando sempre più parte integrante di questo territorio, ed i nostri paesi ne traggono sempre più i benefici. Su questa strada dobbiamo continuare ad investire in una collaborazione sempre più stretta che possa promuovere al meglio la nostra terra". Una collaborazione tra Autorità ed Autodromo rimarcata come detto anche dal Direttore Cappi così come dal presidente della Comunità Montana del Mugello Stefano Tagliaferri, particolarmente soddisfatto dei dati emersi dalla ricerca così come dal fitto calendario di eventi ospitati dall'Autodromo, palcoscenico di oltre 130 giorni di manifestazioni da marzo a novembre.

"Stiamo investendo molto e vedere che questo cambiamento di rotta viene percepito fa davvero piacere" è il commento del Responsabile Ferrari Mario Almondo che tiene poi a ricordare come quello fatto fino ad ora potrebbe davvero essere solo l'inizio di una serie infinite di idee da sviluppare nel tempo.

Daniele Bianchini

CORR. FIRENZE 25.04