Provincia

PROVINCIA@ECO.BG.IT
www.ecodibergamo.it/cronaca/section/

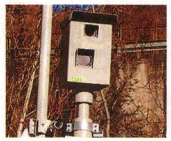
Costa di Mezzate, rapina in farmacia: via 400 euro

Un rapinatore solitario, armato di bastone, è entrato in azione in farmacia: via 400 euro
A pagina 32

Museo di Pagazzano Il «tesoro» storico aumenta

Al Mag arrivano l'ultima dimora del cavaliere longobardo e l'urna dell'età del ferro
A pagina 41

Lovere si aspetta un milione dalle multe con autovelox



Il Comune stima l'incasso di un milione dalle multe a chi corre sulla statale 42
A pagina 42

Effetto passerella Sul lago incassi per 88 milioni

Sebino. Oltre 800 mila persone hanno scoperto per la prima volta le bellezze del lago grazie a Christo

SEBINO
GIUSEPPE ARRIGHETTI

In tutto 4,2 milioni di euro al giorno. È il valore che l'opera d'arte di Christo The Floating Piers ha generato sul territorio del Sebino fra il 18 giugno e il 3 luglio scorsi. A calcolarlo è stata la società Jfc di Faenza, una società specializzata nella consulenza e nel marketing turistico, la stessa che, alla vigilia, aveva previsto una ricaduta economica pari a tre milioni di euro al giorno sulla base dei 500 mila visitatori previsti. «Invece – spiega Massimo Feruzzi, amministratore unico di Jfc e responsabile della ricerca – ne sono arrivati un milione e 200 mila (i passaggi sull'opera sono stati un milione e mezzo, ndr) e i benefici economici sono stati di conseguenza superiori alle attese».

«The Floating Piers è stato e resterà un evento irriproducibile – aggiunge Feruzzi – che è stato capace di portare sul lago d'Iseo 808.900 persone che non vi erano mai state prima. Complessivamente le imprese del territorio hanno incassato in questi sedici giorni ben 88 milioni e 111 mila euro: di questi, esattamente il 76,5%, pari a 67 milioni 426 mila euro, sono stati fatturati grazie all'evento. In sostanza, il fatturato giornaliero complessivo, generato da The Floating Piers, è stato di circa 4,2 milioni di euro».

La cifra è stata ricavata dalla società intervistando 116 operatori del settore turistico (proprietari e gestori di alberghi, ristoratori e baristi, commercianti e proprietari di seconde case o bed & breakfast) e incrociando le loro risposte i dati ufficiali rilasciati dalla società che ha curato l'installazione dell'opera, con i numeri della Navigazione Lago d'Iseo e con le statistiche della Provincia di Brescia.

> I risultati della Jfc sulla ricaduta economica dell'evento Floating Piers

> Buoni risultati nella ristorazione. Camere d'albergo vendute con aumenti del 42,7%

Le imprese che hanno ottenuto i risultati percentualmente migliori sono stati i ristoranti e le attività di somministrazione bevande ed alimenti. Per queste attività la nuova clientela ha rappresentato, in occasione dell'evento, ben il 91,3% del totale degli ospiti. Tra i clienti dei ristoranti, il 57,9% erano italiani, mentre il restante 42,1% erano stranieri, tedeschi in primis.

Dal 18 giugno al 3 luglio, il fatturato complessivo delle attività di ristorazione, snack, bar e qualsiasi altra formula di somministrazione di cibi e bevande è stato pari a 32 milioni 199 mila euro: di questo, l'incremento di fatturato che queste aziende hanno avuto rispetto allo stesso periodo dello scorso anno è stato di 26 milioni 435mila euro.

Sul fronte degli alberghi e delle altre strutture ricettive, la passerella galleggiante ne ha determinato un «indice di occupazione» pari al 99,2% entro un raggio di 50 chilometri e dell'87,9% per le strutture distanti più di 50 chilometri. Le camere d'albergo sono state vendute mediamente a un costo superiore del 42,7% rispetto al solito; le strutture extra-alberghiere hanno invece venduto con un incremento medio/prezzo del 37,1%.

«C'è da rilevare – aggiunge Feruzzi – che i clienti delle strutture ricettive sono stati più della metà tedeschi; gli italiani che hanno passato almeno una notte sul Sebino sono stati solo il 16,7%».

Oltre ai turisti che hanno soggiornato sul territorio, la vera «esplosione» si è avuta per quanto concerne gli escursionisti, cioè coloro che hanno visitato in giornata i pontili galleggianti fra Sulzano e Monte Isola: sono stati oltre 917 mila. Di questi, ben il 71,8% non erano mai stati sul lago d'Iseo (circa 659mila persone). Altissimo è stato il livello di internazionalizzazione dell'evento: i visitatori infatti sono arrivati da 31 nazioni straniere. «Credo che il successo più grande di quest'opera – conclude Feruzzi – sia nell'aver portato l'arte fuori dalle mura dei musei e di averla messa a disposizione di tutti. The Floating Piers ha reso popolare e fruibile l'arte contemporanea mettendola a contatto diretto con le persone».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La camminata sul lago: un momento artistico irripetibile, ma anche un'occasione di promozione del territorio con ricadute economiche concrete

L'opera

Il nastro giallo che ha stupito il mondo

«The Floating Piers» per 16 giorni ha cambiato il volto del lago d'Iseo. Dal 18 giugno al 3 luglio la passerella ha accolto migliaia di visitatori che hanno camminato su 70.000 metri quadri di tessuto giallo, sostenuti da un sistema modulare di pontili galleggianti. L'installazione era formata da 200.000 cubi in polietilene ad alta densità, sistemati in un percorso lungo 4,5 chilometri che si è sviluppato da Sulzano a Monte Isola e poi fino all'isola di San Paolo. Un vero e proprio viaggio nel lago che ha emozionato i visitatori e spettatori da tutto il mondo.

Un'onda di denaro che diventa solidarietà

Sarnico. Il ricavato del parcheggio creato per l'evento sarà destinato in beneficenza alla «Onlus Carolina»

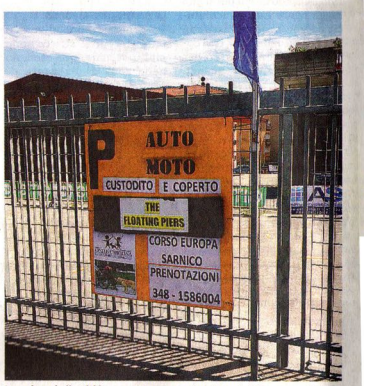
SARNICO
LUCA CUNI

L'onda lunga di «The Floating Piers» cavalca la solidarietà sul lago. È di 5.400 euro il ricavato dell'incasso raggiunto dal parcheggio per le autovetture creato appositamente in corso Europa a Sarnico, in un'area privata di proprietà della famiglia Viviani e messo gratuitamente a disposizione durante l'evento mondiale di Christo dal 18 giugno al 3 luglio. L'intero somma andrà in beneficienza all'associazione «Onlus Carolina» con filiale a Sarnico e sede nel mantovano, attiva nel promuovere gli interventi assistiti attraverso gli animali dando vita a progetti ed attività coterapeutiche, educative e ludiche per il miglioramento delle persone in difficoltà attraverso i cani.

A gestire il parking sono stati i volontari dello Sci club Sarnico. «Una parte del ricavato – spiega Luigi Rimoldi, presidente dell'associazione, – sarà utilizzato per la preparazione di Joy Labrador retriever, cane che fa parte del progetto rivolto all'assistenza di persone con disabilità motoria. Addestramento che va da maggio a dicembre, con il cane Joy in formazione da parte di un educatore cinofilo. L'obiettivo di rispondere alle esigenze di una persona che necessità di assistenza ed a cui sarà donato il Labrador».

Per recarsi a «The Floating Piers», l'ingresso all'area parcheggio era di 10 euro per la mezza giornata e 15 euro per l'intero giorno, per una capacità ricettiva di 70 autovetture. Ma l'area trasformata in accogliente parcheggio non andrà in soffitta. L'onda lunga della passerella, potrebbe peraltro diventare uno tsunami di solidarietà, perché il parking beneficienza-oriented sarà ripresentato nel poker di serate nelle quali Sarnico si trasformerà nella capitale nazionale dell'arte di strada con «Sarnico Busker Festival», in calendario dal 28 al 31 luglio. Serate nelle quali la caccia al posto auto sarà condizione imprescindibile per raggiungere le location a cielo aperto degli spettacoli. L'ingresso sarà di 2 euro l'ora per il parcheggio dell'auto.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



I parcheggi allestiti in corso Europa per i visitatori della passerella

> Il servizio è stato gestito dai volontari dello Sci club. E si replica per il Busker festival

«In quei 16 giorni il Sebino valeva più della Ferrari»

La ricerca svolta dalla società Jfc relativa alle ricadute economiche dei pontili galleggianti rivela anche che il valore del marchio «lago di Iseo» ha raggiunto la stratosferica cifra di 7 miliardi di euro.

«Attenzione però – spiega Massimo Feruzzi, titolare della società e responsabile della ricerca - il "value brand" è relativo a quel periodo, e lo si ottiene, grosso modo, moltiplicando per cento il fatturato generato dall'evento».

Così durante i sedici giorni che hanno portato il lago di Iseo sulle prime pagine dei giornali e dei siti Web di tutto il mondo, il Sebino valeva più della Ferrari: «E in effetti – domanda provocatoriamente lo stesso Feruzzi - in occasione di The Floating Piers nella scelta tra una passeggiata sulla passerella o un giro in Ferrari un tedesco, americano o inglese cosa avrebbe scelto?».

La ricerca infine non nasconde che c'è stata anche una quota non marginale di ristoratori e gestori di bar, snack e chioschi - circa il 18% degli intervistati - che afferma di aver subìto un danno economico durante l'evento sul lago.

«Si tratta – si legge nella ricerca - di attività localizzate o nelle località limitrofe a The Floating Piers che hanno visto "sfuggire" i flussi verso Sulzano e Monte Isola o che hanno perso clientela tradizionale a causa della difficile raggiungibilità, oppure di attività nei centri di maggiore traffico, ma distanti dalla passerella».

Alcune attività, al contrario, indicano incrementi anche straordinari, con un fatturato in più di un caso triplicato e/o quadruplicato rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Emblematico il caso di un bar ristorante che ha deciso di chiudere per due giorni durante l'evento perché, come ha affermato il titolare, «non ce la facevamo più».

G. Ar.

Oggetti smarriti: la lista va dal bancomat alle chiavi

Un milione e duecentomila persone arrivate sul lago d'Iseo in sedici giorni e volete che nessuno abbia perso qualcosa? Decisamente impossibile. Tanto che, nei giorni scorsi, si è fatto un vero elenco. Titolo «oggetti smarriti Floating piers».

Ad essere incaricati di stilare questa speciale lista i carabinieri di Marone (Brescia) che operano anche nei comuni di Sulzano e Sale Marasino. Ebbene, ecco cosa hanno dimenticato o perduto sul Sebino i fan di Christo.

Zaini e trolley

Si parte dal classico: le chiavi. Ne sono stati ritrovati tre mazzi: uno composto da nove chiavi, uno da due, uno conteneva perfino la chiave di un'auto (chi sospetta possa essere la sua sappia che si tratta di una Opel). L'elenco continua con uno zainetto nero e rosso e pure con un pesante trolley blu (ebbene sì, si sono dimenticati pure la valigia) colmo di vestiti.

Ma non finisce qui. La lista di oggetti attualmente in deposito alla stazione dei carabinieri di Marone include anche tre tessere bancomat: uno tedesco, uno della banca popolare di Verona e l'ultimo, della Popolare di Bergamo.

Le tessere

Qualche straniero ha perso anche un'altra tessera, quella del Clubcard Tesco, noto marchio di supermercati diffuso soprattutto in quei del Regno Unito.

Fra gli oggetti smarriti si trovano anche una tessera dell'Atm di Milano e una card di riconoscimento dell'azienda ManpowerGroup Solutions.

Il recupero

Infine, gli oggetti «preziosi». Fra i visitatori dell'installazione di Christo c'è chi ha perso il telefonino: ritrovato nei pressi di The floating piers anche un iPhone di colore nero.

Fine della lista. Con un'ultima annotazione. Se per camminare sulle acque ormai è tardi, anzi tardissimo (dell'installazione rimangono ormai solo i corpi morti mentre Christo è già al lavoro sulla sua prossima monumentale opera, The Mastaba, negli Emirati Arabi) per recuperare gli oggetti smarriti no e quindi ci si può rivolgere ai carabinieri.

Sara Venchiarutti

Folla sulla passerella: in tanta confusione qualche oggetto si è perso