

# Dai rombi di Imola ricadute sul territorio per 9 milioni di euro

L'Enzo e Dino Ferrari vale un terzo del turismo locale  
La società di promozione If analizza i dati di una indagine di marketing condotta sui numeri della stagione 2017

«È uno fra gli attrattori più importanti. I grandi alberghi nati a Imola si sono sviluppati anche grazie all'autodromo»

«Il livello qualitativo degli eventi in autodromo incide positivamente sia sul fatturato che sulle presenze»

Erik Lanzoni If  
**LUCA BALDUZZI**

Quanto vale l'autodromo internazionale "Enzo e Dino Ferrari" per la città di Imola e il resto del territorio? Un'indagine che la società "If-Imola Faenza Tourism Company" ha commissionato agli esperti di consulenza turistica e marketing territoriale "Jfc" lo scorso anno, prendendo come riferimento il 2017, aveva portato a un risultato di 9 milioni e 48.000 euro, pari a un terzo dell'indotto complessivo generato dagli arrivi e dalle presenze legati a tutte le tipologie di turismo che hanno interessato Imola.

«Abbiamo avuto l'anno perfetto dal punto di vista del calendario degli appuntamenti», ricorda

Erik Lanzoni, direttore di If, citando - per quello che riguarda il circuito sulle rive del Santerno - il concertone estivo dei Guns N' Roses, il Ferrari Challenge e le Finali mondiali Lamborghini. E in qualsiasi caso «si trattava di numeri cautelativi».

#### I dati in dettaglio

Andando a scomporre i 9 milioni e 48.000 euro che risultavano dallo studio della "Jfc", «5 milioni e 253.000 euro fanno riferimento alla sezione "ospiti"», entra nei particolari l'indagine. «Di questi, la maggior parte rappresenta il fatturato delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere (2 milioni 798.000 euro) e i restanti 2 milioni 455.000 euro si riferiscono, invece, al fatturato dei servizi complementari».

Oltre a questi, «vi sono ulteriori 3 milioni 188.000 euro che fanno riferimento alla sezione "visitatori ed escursionisti"», aggiunge lo studio, «e i restanti 607.000 euro al personale che lavora nella struttura (complesive 13.858 giornate uomo/lavoro, che portano ad una media annua di 40 persone impegnate ogni giorno)».

Insomma, «c'è un'attrattività di fondo importante per Imola», premette Lanzoni, «e l'autodromo è uno fra gli attrattori più importanti. I grandi alberghi nati a Imola si sono sviluppati anche grazie all'autodromo».

All'interno di questo scenario,

«è la tipologia dell'appuntamento che determina il pernottamento, e nel 2017 gli eventi sono stati di qualità alta», aggiunge il direttore di "If". «Il livello qualitativo degli eventi in autodromo incide positivamente sia sul fatturato che sulle presenze. Determina un fatturato importante e tiene alti i pernottamenti».

Basti pensare che se il target primario dei turisti è rappresentato dalla clientela convenzionata con le aziende del territorio (36,3%), subito dopo vengono «coloro che soggiornano sul territorio per questioni legate all'autodromo (14,4%)», fa presente l'indagine. E alla stessa maniera, se gli ospiti cosiddetti convenzionati generano il 31,4% del fatturato complessivo delle strutture ricettive imolesi, vi è «una quota consistente di fatturato, pari al 23,2%, generato dalla clientela che pernotta a Imola grazie alla presenza dell'autodromo (per eventi, attività, etc.)».

Salta agli occhi, guardando ai dati Istat che si riferiscono al triennio e che per Imola indica-



no un +20% circa di presenze, a fronte dell'obiettivo del 9% fissato dalla Regione Emilia-Romagna, che sarebbe stato sufficiente l'autodromo da solo per portare a casa il risultato richiesto da viale Aldo Moro.

**Il 2018 e il futuro**

I dati riferiti al 2018 già in elaborazione e che "IF" renderà noti nel mese di maggio fanno pensare che «il risultato complessivo potrebbe mantenersi stabile»,

anticipa Lanzoni.

È vero che il calendario degli appuntamenti in programma all'autodromo ha perso qualche pezzo, in primis il concerto, però sono arrivati la prima edizione del Motor Legend Festival (che ha portato a Imola ventimila appassionati e curiosi), il round conclusivo del Mondiale di Motocross (con trentacinquemila spettatori) e una serie di eventi che hanno consentito di bilan-

ciare quella perdita.

E guardando al calendario degli appuntamenti del circuito sulle rive del Santerno in programma quest'anno, per cui ancora si aspetta l'annuncio del cantante o del gruppo che salirà sul palco del paddock 2 nel fine settimana del 13 e 14 luglio, «le premesse per superare quel risultato nel 2020 ci sono tutte», conclude il direttore di "IF".



Folla nel paddock a Imola per la Superbike FOTO MPMPI