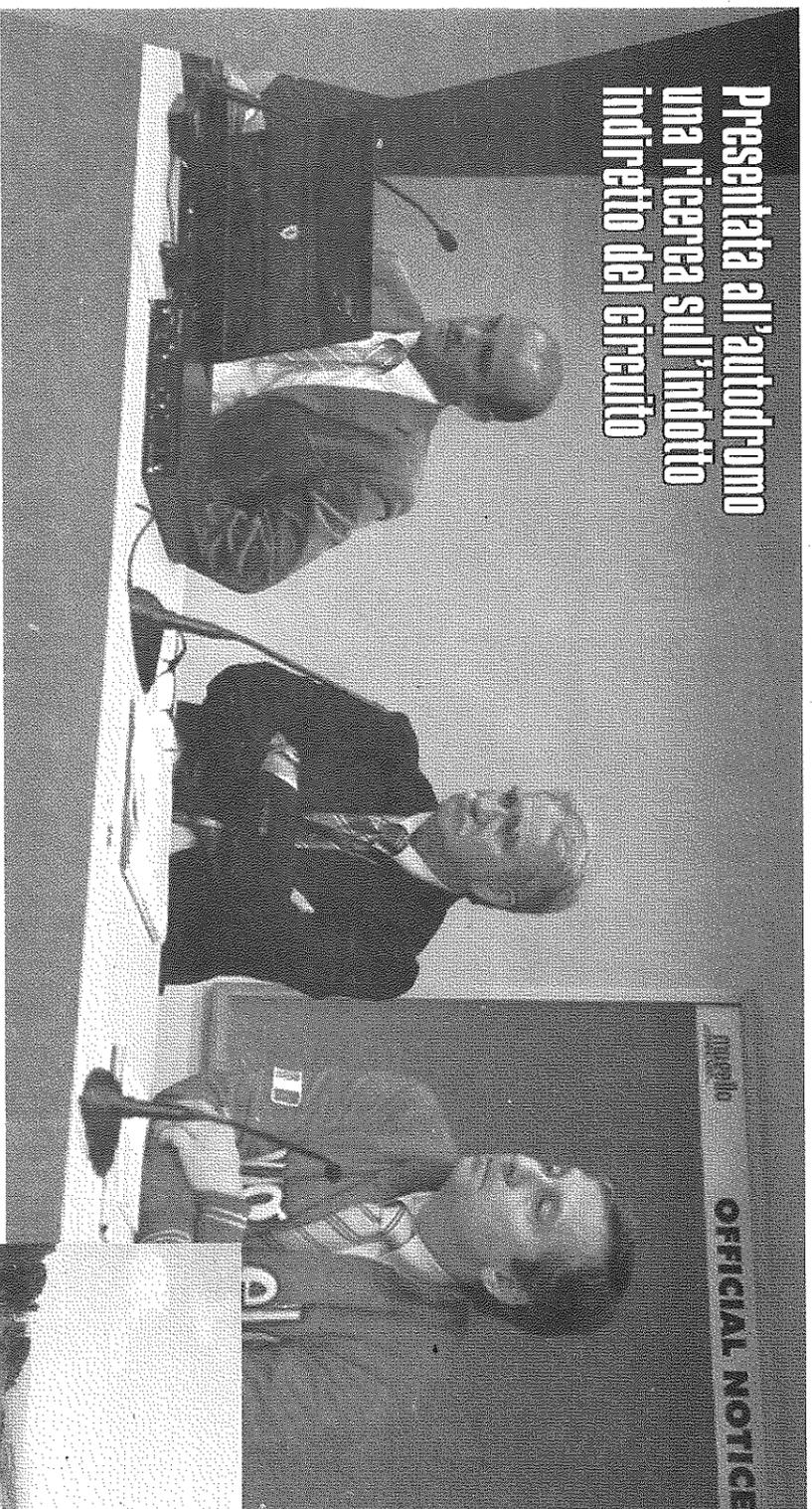


**Presentata all'autodromo
una ricerca sull'indotto
indiretto del circuito**



Da sinistra: Claudio Salvucci, Ad Simurg Ricerche, Fausto Cappi, Direttore Autodromo Mugello, Mario Almondo, Direttore Operativo Ferrari

Dal Moto Gp pubblicità al Mugello per 6 milioni di euro

Nicola Di Renzone

La tappa italiana del mondiale, meglio conosciuto come Moto Gp, nel 2007 ha fruttato al Mugello un indotto di pubblicità indiretta di quasi 6 milioni di euro. E' quanto emerge da una ricerca commissionata dalla direzione dell'Autodromo internazionale del Mugello alla società Simurg Ricerche, e presentata nel circuito toscano alla presenza di Fausto Cappi, direttore dell'autodromo, e di Mario Almondo, direttore operativo Ferrari.

Per calcolare la notevole cifra dell'indotto indiretto (per la precisione 5.800.000 euro) i tecnici della Simurg hanno conteggiato tutti gli articoli di giornale ed i servizi televisivi apparsi sugli organi di informazione nazionali ed esteri, moltiplicandoli poi per speciali coefficienti derivati dal costo della pubblicità su questi stessi mezzi di comunica-

zione. Da questi calcoli sono usciti quindi sia l'esposizione del Mugello all'attenzione mediatica (totale dei servizi pubblicati o trasmessi); sia la cifra che gli enti locali avrebbero speso per organizzare una campagna pubblicitaria di uguale entità (appunto i 5.800.000 euro).

Ma la ricerca offre anche altri interessanti spunti: primi tra tutti il numero di potenziali lettori o telespettatori dei vari servizi. Si vede così, ad esempio, che i 639 articoli pubblicati sulla stampa nazionale ed estera nei giorni del motomondiale hanno avuto un pubblico di oltre 110 milioni di lettori (elaborazione Simurg su dati Audipress e Rassegna stampa circuito del Mugello, scenario medio). Per quanto riguarda le televisioni, invece, la ricerca stima un pubblico di 72 milioni di contatti (telespettatori moltiplicati per numero di servizi) in Italia e di

225 milioni all'estero. Da queste cifre si arriva così alle conclusioni della ricerca, secondo la quale il territorio del Mugello, per organizzare una campagna pubblicitaria di questo tipo, avrebbe speso appunto quasi 6 milioni di euro.

Alla conferenza stampa di presentazione della ricerca sono intervenuti anche il sindaco di Scarperia, Sandra Galazzo, il presidente della Comunità Montana Mugello, Stefano Tagliaferrì e l'assessore al Turismo della Comunità Montana, Alessandro Marchi. Gli amministratori hanno segnalato il positivo rapporto di collaborazione che negli ultimi anni si è creato tra la direzione del circuito e gli enti locali.

Da più parti è emersa poi la necessità di approfondire questa prima ricerca, soprattutto per capire quale sia nel concreto l'indotto sulle strutture e le attività della zona. A questo propo-

sito Claudio Salvucci, amministratore delegato della Simurg, ha annunciato per l'appuntamento 2008 una più approfondita analisi, in grado di quantificare proprio questi aspetti.

La prima parte della ricerca, presentata nei giorni scorsi, si è concentrata infatti sull'attenzione dei media verso l'evento sportivo e quindi verso il Mugello. Particolarmente innovative sono state le sezioni dedicate alle trasmissioni radiofoniche e all'informazione su internet, due aspetti della comunicazione spesso trascurati da ricerche di questo tipo. La Simurg ha dimostrato ad esempio che, nei giorni del motomondiale; le ricerche internet per la parola Mugello aumentano esponenzialmente e che gli ascoltatori dei notiziari radiofonici hanno elevati indici di fedeltà: tutti spunti che potranno essere usati per promuovere ancora di più il nostro territorio.



Sport e tempo libero in fiera a Borgo

**Presentata la nuova edizione di
"Vivi lo Sport" che ospiterà molti
espositori del settore**

Una sorta di fiera del settore sportivo e del tempo libero, collegata alla ormai classica manifestazione Vivi Lo Sport, che si svolgerà al Foro Boario di Borgo San Lorenzo dal 23 al 25 maggio. E' questa una delle novità più interessanti dell'edizione 2008 della rassegna, la cui direzione è stata affidata ad un gruppo di giovani professionisti del settore della comunicazione.

«Rispetto agli anni precedenti - spiega Alessio Bartlett, uno degli organizzatori - abbiamo cercato di separare gli espositori del settore sportivo dagli altri; in modo da creare un'area a loro dedicata». Secondo gli organizzatori saranno ben 20 gli espositori del settore: a cominciare dal ritorno di marchi importanti come la Everlast, per finire con la nota casa produttrice di palestre Technogym. Ma come abbiamo detto

«Vivi lo sport» sarà anche tempo libero: dalla fiera sarà possibile ad esempio prenotare una vacanza presso gli stand delle agenzie di viaggio o informarsi sull'acquisto di un camper. A questa area prettamente commerciale si affiancheranno gli stand di importanti realtà mugellane, come l'autodromo o il centro nautico di Bilancino. Saranno poi presenti anche le palestre del Mugello che, in apposite aree attrezzate daranno ai visitatori la possibilità di provare attrezzi e discipline, e naturalmente le 30 società sportive e federazioni della zona, vere protagoniste della manifestazione.

Intanto in questi giorni fervono incessanti i preparativi per la fiera, nata con l'idea di promuovere e far provare lo sport a partire dalle discipline classiche per arrivare a quelle meno conosciute, e che, proprio da questo principio, parte quest'anno rinnovata e con tutte le carte in regola per ritagliarsi un ruolo di prim'ordine nel calendario delle manifestazioni sportive toscane, servendo da veicolo di promozione dell'intero territorio che la ospita. Gli organizzatori si pongono come primo obiettivo il recupero di quel clima che aveva coinvolto nelle prime edizioni oltre 50.000 visitatori da tutto il territorio regionale.

Provare e vivere lo sport, in tutti i sensi, nonché lo spirito vacanziero e quello ludico, saranno infatti le parole d'ordine di un evento che ancora nasconde una serie di avvenimenti, inseriti nel programma, assolutamente eccezionali. Dal calcio al poker, dalla boxe alle arti d'epoca, dal biliardo alle arti marziali, sono oltre quaranta le discipline che saranno rappresentate con la possibilità, oltre che di osservare finali, raduni e concentramenti regionali, dimostrazioni, di provare di persona. Una delle maggiori attrazioni della fiera sarà l'allestimento di uno snowpark, che permetterà spettacolari esibizioni di snowboarder e sciatori: un'iniziativa che attirerà in Mugello numerosi sponsor del campionato italiano di snowboard e rappresentanti del comprensorio della Val di Luce.