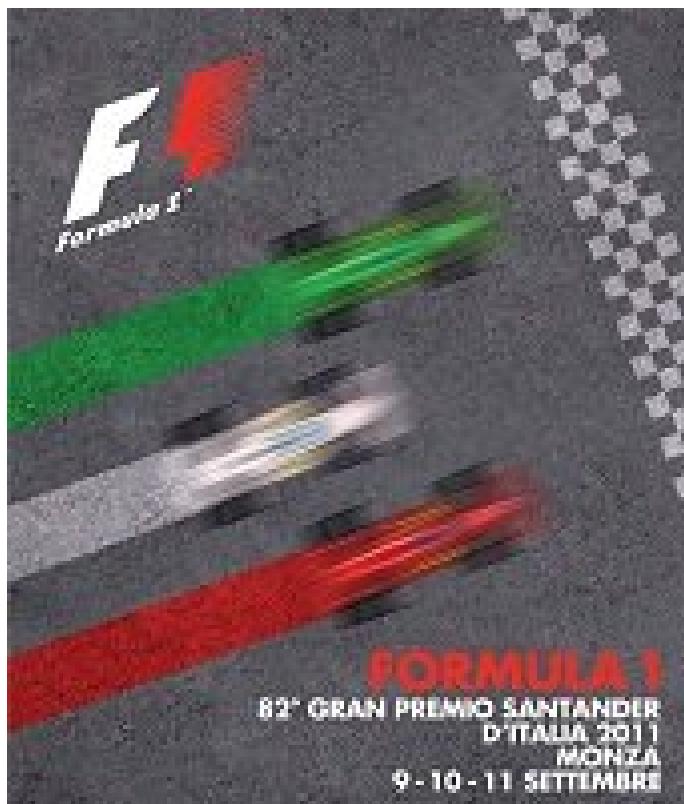


Il brand 'Gran Premio d'Italia di Monza' vale circa 3,8 miliardi di Euro

Data: 9 giugno 2011 | Autore: Rosy Merola



MONZA, 6 SETTEMBRE 2011- L'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza, attraverso i dati ottenuti dal Registro Imprese, Istat, Censis, Isnart, Autodromo di Monza, ha stimato che il valore del brand "Gran Premio d'Italia di Monza" è di circa 3,8 miliardi di Euro. Stando ad un comunicato stampa della CCIAA di Monza e Brianza, tale valore è stato ottenuto facendo riferimento ad un insieme di parametri: conoscenza e attrattività della manifestazione a livello nazionale ed internazionale, flussi turistici generali e legati all'evento, competitività economica del territorio (imprese, indice di apertura commerciale, PIL). [MORE]

Anche in questo caso i dati sono stati ottenuti da: "Anholt Brand Index", Autodromo di Monza, Registro Imprese, Istituto Tagliacarne e Rapporto sull'internazionalizzazione della nuova provincia di Monza e Brianza curato dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Per l'edizione 2011 del GP di Monza, gli esperti si attendono un incremento tra il 5% ed il 10% rispetto all'edizione dello scorso anno. In particolare, nella settimana dell'evento da tutto l'indotto legato al turismo si attende un introito che va oltre ai 31 milioni di euro. Per quanto riguarda l'accoglienza turistica: 10,3 milioni di euro derivano dallo shopping dei turisti e altre voci di spesa (gadget inclusi), 10,4 milioni di Euro sono generati dall'alloggio, segue la ristorazione con circa 8,5 milioni di Euro. Tra parcheggi e trasporti è previsto un indotto di 2,4 milioni di Euro.

A questi, secondo quanto si legge sempre nello stesso comunicato, occorre aggiungere circa 4,5

milioni di euro collegati al settore degli allestimenti, comunicazione, spedizioni, allestimento impianti, facchinaggio della Brianza, che lavora direttamente per la manifestazione e per gli eventi collaterali della settimana. Importante è anche il contributo che il suddetto evento determina sul fronte dell'occupazione. Infatti, sempre sin base alle stime fatte, il GP vale 360 posti di lavoro.

Dal punto di vista territoriale, degli introiti legati all'evento, 16,2 milioni di Euro rimangono a Monza e in Brianza, a Milano vanno 9,6 milioni di Euro e oltre 4 milioni di Euro tra Como e Lecco.

Nel dettaglio i guadagni del GP di Monza:

L'indotto dell'accoglienza turistica GP 2011 per voci:

Alloggio	10.447.000
Ristoranti	8.527.000
Trasporti e parcheggio	2.401.000
Shopping e altre voci di spesa	10.317.000
Totale	31.692.000

L'indotto dell'accoglienza turistica GP 2011 per provincia:

Provincia	Indotto turistico
Monza e Brianza	16.226.000
Milano	
9.647.000	
Como	
3.430.000	
Lecco	1.018.000
Altre province	1.371.000
Totale	31.692.000

Rosy Merola

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/il-brand-gran-premio-italia-di-monza-vale-circa-38-miliardi-di-euro/17266>