

Alma Mater Studiorum
Università di Bologna

FACOLTÀ di ECONOMIA - Sede di Forlì

**Corso di Laurea in
Economia e Commercio**

ELABORATO FINALE

L'ASPETTO ECONOMICO DEL GRAN PREMIO DI SAN MARINO

CANDIDATO:

Alice Bassi

N° matricola: 0000210677

DOCENTE REFERENTE:

Claudio Zoli

Anno Accademico 2006/2007
Sessione II

INDICE

La situazione attuale	pag. 1
L'autodromo "Enzo e Dino Ferrari" di Imola e il Gran Premio di San Marino	pag. 8
Le cause della perdita del Gran Premio di San Marino	pag. 14
La gestione Sagis	pag. 18
L'indotto economico derivante dal Gran Premio di San Marino	pag. 24
analisi 1	pag. 34
analisi 2	pag. 37
L'indotto economico per la città di Imola	pag. 43
Il danno economico per la città di Imola	pag. 44
settore alberghiero	pag. 44
ristorazione	pag. 48
comune	pag. 51
Il danno di immagine per la città di Imola	pag. 54
Conclusioni	pag. 58
Ringraziamenti	pag. 60
Bibliografia	pag. 62

LA SITUAZIONE ATTUALE

“Dear Massimo, in reply to your enquiry as to if we have a contract with SAGIS or Mr Bendinelli, the answer is that we do not. The contract that was place has been terminated in accordance with the terms and conditions in it. I am sorry that we have lost Imola as the original agreement was put together between Mr Ferrari, Mr Conti and myself. I am sure we will keep in touch as our friendship will last longer than any contract. My very best wishes. Bernie”

“A seguito del suo interrogativo se abbiamo un contratto con Sagis o con il signor Bendinelli, la risposta è che non l’abbiamo. Il contratto che era in piedi si è concluso con i termini e le condizioni contenuti in esso. Ci dispiace di aver perso Imola poiché l’accordo originario era stato siglato dall’ingegner Ferrari, il signor Conti e me. Sono sicuro che rimarremo in contatto poiché la nostra amicizia durerà più a lungo di qualsiasi contratto. I migliori saluti. Bernie.”¹

Con queste parole il 25 ottobre 2006 mister Ecclestone ha dato l’addio ufficiale al Gran Premio di San Marino, almeno per l’anno 2007. Dopo 26 edizioni il circuito del Santerno non ospiterà più il suo evento internazionale più rilevante e non potrà più contare sul grande valore mediatico e di immagine che la Formula 1 portava non solo alla città e alle imprese del territorio imolese, ma anche alla regione Emilia Romagna e, infine, all’intera nazione.

Ma a chi addossare le responsabilità? **Bernie Ecclestone** in un’intervista ad Autosprint attacca la gestione: *“Nonostante l’aiuto dato dalla Ferrari a Imola, ormai l’organizzazione era in una situazione troppo complicata per restare in calendario. Soprattutto negli ultimi 4 anni, non si capiva con chi parlare, chi era il referente, il responsabile, chi tirava i fili dell’organizzazione. Lo scorso anno mi hanno detto che non c’era possibilità di organizzare il Gran Premio per il veto sulla pubblicità anti fumo, ma quella è una legge che vale in tutta Europa di cui da tempo si sapeva della sua attuazione, ma solo a Imola sembrava un problema.”²*

Anche il sindaco **Massimo Marchignoli** si unisce al patron inglese nelle accuse: *“Ecclestone ha detto e scritto chiaramente che il Gp del 2007 non si disputerà sul*

¹ Corriere Romagna 26 ottobre 2006

² Corriere Romagna 1 novembre 2006

*circuito del Santerno perché la gestione, ovvero Sagis, non è riuscita a garantirlo.”*³

Da parte sua, la società di gestione con il suo presidente **Federico Bendinelli** risponde spiegando che *“la causa scatenante non sono i soldi, ma la questione tabacco e l’atteggiamento recente del Ministero delle Finanze rispetto alla legislazione italiana in materia.”*⁴ In effetti, l’Unione Europea ha vietato la pubblicità del tabacco negli autodromi europei. Non potendo ottenere ciò che negli anni prima incassava dalle case del tabacco, sicuramente lo sponsor più remunerativo all’interno del circus automobilistico, Ecclestone ha rivisto i contratti con gli autodromi al rialzo. La cifra resta riservata, ma si vocifera che i diritti per l’eventuale Gp di San Marino del 2007 sarebbero schizzati attorno ai 16 milioni di euro, una cifra che la Sagis non si poteva permettere visto il portafoglio più che striminzito e la mancanza di aiuti esterni. *“Ormai gli autodromi vivono solo sui contributi pubblici. Anche Monza li ha. Noi invece dovevamo pagare San Marino per avere il marchio.”*⁵

Alla voce di Bendinelli, si aggiunge quella di **Daniele Manca**, capogruppo in Regione di Ds – Uniti nell’Ulivo: *“La causa del Gran Premio di Imola è questione di interesse nazionale che ruota attorno al problema delle sponsorizzazioni delle multinazionali del tabacco, vietate dalle normative dell’Unione Europeo. Il Governo deve intervenire a livello comunitario, perché è chiaro il tentativo di portare la Formula 1 al di fuori dei confini europei, dove non esistono divieti sull’utilizzo pubblicitario del tabacco.”*⁶

Anche il consigliere comunale e provinciale di Forza Italia **Angela Labanca** attacca le istituzioni: *“Imola paga oggi il sostanziale disimpegno e l’inerzia di alcuni enti locali, in particolare Regione e Provincia, mentre Monza ha sempre visto una fortissima unità d’intenti per la salvaguardia del proprio Gran Premio.”*⁷

Di tutt’altro avviso è il presidente dell’Alterim (associazione degli albergatori del territorio imolese) **Gianfranco Montanari**: *“Nonostante il clima di incertezza che da anni caratterizzava il tema Formula 1, gli albergatori hanno continuato a investire risorse per innalzare sempre più il livello dell’ospitalità e del servizio,*

³ Corriere Romagna 26 ottobre 2006

⁴ Corriere Romagna 26 ottobre 2006

⁵ Federico Bendinelli, ex-presidente della Sagis, al “Corriere Romagna”, 26 ottobre 2006

⁶ Corriere Romagna, 30 agosto 2006

⁷ Corriere Romagna, 30 agosto 2006

*confidando nel sostegno delle istituzioni per conservare questo grande evento a Imola, come già era avvenuto negli anni passati. Oggi, invece, questo sforzo viene vanificato e soprattutto per colpa di Sagis e Ac Bologna.”*⁸

Di tutt'altra opinione è il capogruppo dell'Unione di centrodestra **Riccardo Mondini**: *“Il sindaco si è voluto tenere personalmente la delega all'autodromo e quindi nel bene e nel male è il responsabile di quanto è avvenuto. Poiché il Gp di F1 è stato perso, le colpe principali sono da imputare a lui. Per di più, Marchignoli stesso ha ammesso che i conti della Sagis erano fuori posto da tempo, ma chi altri doveva controllare la società di gestione se non lui?”*⁹

Un altro responsabile viene trovato dal capogruppo di An **Guido Boschi**: *“La frittata era già stata compiuta prima dell'arrivo di Marchignoli dal suo predecessore Raffaello De Brasi che, nel '94 dopo la morte di Senna e Ratzenberger, non fece entrare direttamente il Comune nella gestione dell'autodromo per controllarlo da vicino.”*¹⁰

Più pratico e realista è l'intervento di **Giuseppe Palazzolo** di Per Imola: *“Non serve in questo momento gridare chi è colpevole o meno. Bisogna utilizzare i 10 milioni di euro che furono dati dal governo Berlusconi per ammodernare il nostro autodromo in modo da renderlo appetibile a uno o più privati con capacità e professionalità.”*¹¹

Dello stesso avviso è anche il presidente di Legacoop **Sergio Prati** che afferma: *“Per prima cosa bisogna recedere dalla convenzione con la Sagis. Il mondo economico imolese, o qualche imprenditore locale, possono essere disponibili a essere coinvolti a dare una mano a una futura nuova gestione del circuito che è stato e deve rimanere una risorsa per tutto il territorio. Con F1 o senza.”*¹²

Come ha suggerito Prati, il sindaco ha preso in mano la Convenzione che attribuiva la gestione dell'autodromo alla Sagis e ha appurato il verificarsi contemporaneo della condizione di recesso (la perdita dell'incarico di promotore o organizzatore di un Gran Premio di Formula 1) e di risoluzione (il mancato pagamento delle rate dei mutui garantiti dal Comune al Credito Sportivo).

Senza perdere tempo, il Comune ha spedito la lettera di risoluzione della convenzione all'ormai ex-presidente Bendinelli, ai sensi degli articoli 13 e 6 bis

⁸ Il Resto del Carlino 29 ottobre 2006

⁹ Corriere Romagna 7 novembre 2006

¹⁰ Corriere Romagna 7 novembre 2006

¹¹ Corriere Romagna 7 novembre 2006

¹² Corriere Romagna 9 novembre 2006

della Convenzione stessa, con la quale il Comune tornerà nella piena disponibilità degli impianti a partire dall'inizio del 2007. Infatti, l'articolo 6 bis recita al punto e: *“Le parti convengono inoltre che il mancato adempimento da parte di S.A.G.I.S. degli obblighi previsti dal contratto di mutuo di £ 2.500 milioni, citato e previsto dal presente articolo 6 bis, comporterà automatica risoluzione della presente convenzione e di ogni altro patto che preveda oneri a carico del Comune e a favore di S.A.G.I.S. per la gestione dell'Autodromo”*, mentre l'articolo 13 prevede che *“Qualora nel corso di durata della presente convenzione la S.A.G.I.S. non ottenga più l'incarico di promotore od organizzatore di un G.P. di F.1, entrambe le parti avranno la facoltà di recedere anticipatamente dalla convenzione con decorrenza dalla fine dell'esercizio nel quale ha avuto svolgimento l'ultimo G.P. di F.1 organizzato dalla S.A.G.I.S.”*¹³ Come conseguenza, quindi, dall'1 gennaio 2007 il Comune tornerà nella piena disponibilità degli impianti, potendo così indire una gara per l'assegnazione in concessione dell'autodromo a un nuovo gestore, *“un gestore che saprà contemperare le esigenze dei grandi eventi con quelle di eventi minori, perché non c'è solo la Formula 1”*.¹⁴

La risposta della Sagis non si è fatta attendere. Infatti, nella lettera spedita a Palazzo il 16 novembre, la spa ha avanzato la richiesta di un risarcimento in denaro per i danni che la società sarà costretta a subire sui tanti lavori eseguiti al circuito. L'importo riportato sfiorava i 10 milioni di euro, poiché, secondo i calcoli della società, sarebbero stati investiti sull'impianto circa 40 milioni di euro in 34 anni di gestione. *“Di questi investimenti una parte è ancora attiva, nel senso che i soldi li abbiamo spesi noi, ma se dovremo abbandonare l'autodromo non avremo a disposizione gli anni che avevamo previsto per il naturale ammortamento e magari un nuovo gestore utilizzerà i nuovi interventi a costo zero.”*¹⁵

Replica così il sindaco Marchignoli: *“Il patrimonio è il nostro. Sagis ha proceduto all'autodromo con fidejussioni del Comune e senza pagare affitti. Delle sue pretese economiche non c'è traccia in convenzione. È un arrampiacarsi sugli specchi.”*¹⁶ E aggiunge: *“La Sagis non ha subito alcun danno dalla gestione dell'autodromo, anzi le abbiamo sempre lasciato l'8% sui biglietti venduti che*

¹³ Testo unificato convenzione Comune/Sagis concernente l'autodromo “Enzo e Dino Ferrari” (a seguito delle modifiche apportate con delib. C.C. n° 166/2002, C.C. n° 201/2002, C.C.n. 203/2003, C.C. n.202/2004 e C.C. n.167/2006)

¹⁴ Raffaella Salieri, assessore ai lavori pubblici, al “Corriere Romagna”, 22 novembre 2006

¹⁵ Federico Bandinelli, ex-presidente della Sagis, al “Corriere Romagna”, 22 novembre 2006

¹⁶ Il Resto del Carlino, 22 novembre 2006

sarebbe toccato all'ente pubblico. L'intenzione della giunta quindi è quella di non scucire nemmeno un centesimo."¹⁷

Si è così aperto un arbitrato, il quale ha convenuto che la Sagis ha effettivamente diritto a un risarcimento, però molto meno consistente della cifra richiesta dalla società. Il danno è stato quantificato in 3.750.000,00 €, i quali saranno utilizzati per pagare una parte degli ingenti debiti che la spa, ormai fallita, ha negli anni accumulato. Grazie a questo accordo, è stato ritirato il ricorso al Tar presentato dal liquidatore Andrea Ferri, il quale ha accusato il Comune di eccesso di potere per sviamento, difetto dei presupposti, esercizio arbitrario di ragioni civilistiche e illegittimità derivata. *“Nel quadro di un ormai notorio stato di crisi di Sagis, il Comune ha avviato un procedimento per recedere dalla convenzione con la spa nonché per risolverla come prevedeva la convenzione stessa. Questa alternativa rivendicazione delle due clausole ha posto Sagis in un cul de sac, con l'evidente effetto di sbarramento a qualsiasi operazione sul capitale o ricerca di eventuali nuovi soci.”* Inoltre nel ricorso si chiedeva di sospendere e annullare *“gli atti nei quali si esprimono comandi che manifestano determinazione di autotutela del Comune, comandi che pregiudicano i diritti e gli interessi del fallimento e dei creditori di Sagis perché esprimono esercizio di fatto delle proprie ragione”*. In aggiunta, il ricorso affermava che *“viene deciso un nuovo affidamento della gestione senza che apparentemente siano emerse modifiche dell'orientamento sull'eliminazione del Gran Premio”* e chiudeva sottolineando come *“nel bando di gara non figuri alcuna clausola di salvaguardia che ponga a carico del nuovo gestore l'indennizzo per i danni a Sagis dovuti in virtù della revoca anticipata della convenzione col Comune”*.

Nel frattempo, il Comune ha avviato la gara pubblica per trovare il nuovo gestore dell'autodromo, che, dopo varie manifestazioni di interesse, si è conclusa con una sola offerta presentata dalla Promotor International di Alfredo Cazzola, patron del Motor Show e del Bologna Calcio. Sfortunatamente, però, tale offerta è poi stata ritirata, poiché la società è stata venduta ai francesi di G1 Events. Per cui il circuito, che ha riaperto pochi giorni fa¹⁸, è tuttora orfano di un gestore, nonostante la nuova convenzione sia già stata approvata e preveda i seguenti punti:

- canone d'affitto: in passato il Comune aveva diritto all'8% degli incassi delle gare. Ora la scelta è diversa: il canone minimo sarà di 300.000,00 €

¹⁷ Il Resto del Carlino, 30 gennaio 2007

¹⁸ 11 settembre 2007

da liquidare in due rate semestrali, che potrà essere ridotto a zero se il gestore riporterà il Gran Premio di Formula 1. Altre gare internazionali consentiranno lo sconto del 50%, mentre per altri eventi anche internazionali, come potrebbe essere un festival rock, lo sconto sarà del 25%;

- durata del contratto: la convenzione sarà di almeno 15 anni, ma potrà essere allungata a 22 anni, fino a un massimo di 30 in base alla mole di investimenti elencati nell'offerta tecnica. *“Servono investimenti consistenti, oltre a quelli che si stanno facendo coi 10 milioni dello stato, per rendere polifunzionale l'impianto”*¹⁹;
- utilizzo dell'autodromo: non solo gare e manifestazioni sportive, ma anche eventi fieristici, convegni e concerti secondo un calendario annuale che lo stesso gestore è tenuto a sottoporre all'approvazione della giunta entro il mese di febbraio di ogni anno;
- società di scopo: il gestore potrà costituirla per gestire l'autodromo e dovrà detenerne il 100% del capitale. Se la compagine societaria dovesse cambiare, auspicando l'entrata di piccoli soggetti locali, il Comune dovrà autorizzarla. Infatti, una presenza imolese, vicino a un grande imprenditore del settore, potrebbe dare le garanzie che finora sono mancate;
- gare e rumori: un solo passaggio della nuova convenzione fa accenno alla gestione del rumore. Laddove si fissano le regole per la stesura dei calendari, si stabilisce che, essendoci scuole nei paraggi, *“non saranno autorizzati eventi rumorosi nei giorni degli esami di maturità”*. In effetti, la vigilanza sul rispetto delle norme di inquinamento acustico spetta all'Arpa;
- obblighi del gestore: il nuovo gestore dovrà farsi carico della manutenzione sia ordinaria che straordinaria dell'impianto e dovrà subentrare immediatamente nella gestione dei contratti o degli impegni per eventi o manifestazioni già contratti dal Comune. Inoltre, entro il 31 marzo di ogni anno dovrà consegnare al Comune il consuntivo degli investimenti realizzati e la relazione sulle attività dell'anno precedente. Il Comune dovrà poi approvare, oltre al calendario annuale degli eventi, il piano annuale degli investimenti, qualunque altro intervento per la realizzazione di opere non comprese nel piano annuale degli investimenti, le operazioni di

¹⁹ Daniele Montroni, assessore comunale, al “Corriere Romagna”, 3 marzo 2006

cessione o affitto dell'azienda e le modifiche della compagine societaria. Infine, il gestore dovrà avere solidità economica, capacità imprenditoriali e possibilità di effettuare nuovi investimenti, oltre a quelli già realizzati;

- controlli da parte del Comune: memore del tragico tonfo di Sagis, il Comune avrà ora più poteri di controllo, potrà cioè inviare in via Rosselli, in qualsiasi momento, tecnici di fiducia per esaminare la situazione.

Ora è in corsa una trattativa privata, per la quale il favorito sembra essere Maurizio Flamini, l'inventore del mondiale Superbike che guida il gruppo Fg, una holding composta da una ventina di aziende specializzate in marketing, comunicazione e organizzazione di eventi, ma anche in servizi di architettura e ingegneria. Insomma, Flamini sembra essere perfetto nel ruolo di gestore di un autodromo che ora può considerarsi polifunzionale e tra i più tecnologici e all'avanguardia d'Europa.

L' AUTODROMO "ENZO E DINO FERRARI" DI IMOLA E IL GRAN PREMIO DI SAN MARINO

La storia dell'autodromo "Enzo e Dino Ferrari" comincia nel lontano 80 a.C., quando la Imola romana si chiamava Forum Cornelli. Nel territorio che oggi ospita il circuito, in quell'epoca si ergeva un anfiteatro dove correvano le bighe. Evidentemente la zona era destinata a ospitare gare di velocità.

L'autodromo di Imola nacque nel 1950 come risposta alla depressione economica che attanagliava la zona nel dopoguerra da un'idea di un gruppo di amici appassionati di corse motociclistiche (Alfredo Campagnoli, Graziano Golinelli, Ugo Montevocchi e Gualtiero Vighi). I quattro imolesi presero spunto dalla costruzione di una strada approntata per collegare la via Emilia, all'altezza dell'attuale curva della Rivazza, con il paese di Codrignano, fino all'attuale curva della Tosa. L'idea dell'autodromo andò perfezionandosi grazie all'apporto di Checco Costa, che diventerà in seguito l'organizzatore di importanti manifestazioni motociclistiche, dando il via alla prima fase dell'impianto imolese, caratterizzata dal mondo a due ruote.

"In una notte d'estate del 1947 questo gruppo di pionieri, camminando per via Romeo Galli, una stradina che congiungeva le Acque Minerali al ponte sul fiume Santerno, disegnò un piccolo circuito: via dei Colli, raccordo dalla Tosa alla Piratella, via Romeo Galli. Un percorso che non arrivava ai 4 chilometri e con un'ampiezza della sede stradale di circa 6 metri. ... Checco Costa, sognatore desideroso di creare qualcosa di unico, non si accontentò del piano concertato con i pochi amici. Cominciò a guardare quei luoghi con gli occhi del desiderio, e con lucida intuizione coltivò nella sua mente i germogli che sbocciarono nel disegno definitivo del circuito di Imola. ... In quella notte d'estate nelle tenebre del parco illuminate dalla luce lunare, che è la più adatta a vedere meglio le ombre con cui sono intessuti i sogni degli uomini, nacque il disegno definitivo, unico e irripetibile, dell'attuale autodromo di Imola: 5 chilometri di lunghezza, per l'esattezza 5.017 metri, con una larghezza di 9 metri. Questa idea, come fragile creatura, fu accolta, aiutata, cullata e nutrita da tanti, ma solo uno ne fu

padre per sempre: Checco Costa. Checco Costa si occupò anche del disegno delle curve, del loro raggio e di quella particolare forma detta lemniscata.”²⁰

Il 22 marzo 1950 venne posta la prima pietra, ma i lavori procedettero molto a rilento per problemi burocratici e per la difficoltà nell’espropriare le terre confinanti tanto che fu solo il 19 ottobre 1952 che la pista poté subire il primo vero collaudo. Lo stesso Enzo Ferrari, interessato sin dall’inizio al nuovo autodromo, mandò una 340 Sport, la quale girò alla media di 149 km/h. Provarono anche le motociclette che registrarono medie di 138 km/h.

L’inizio ufficiale dell’attività agonistica lo si ebbe il 25 aprile 1953, con la manifestazione motociclistica GP Coni valida per il campionato italiano della 125 e della 500. L’automobilismo fece il suo debutto a Imola il 20 giugno dell’anno successivo con la Conchiglia d’oro Shell per vetture Sport. L’autodromo entrò nei calendari di molte categorie automobilistiche e motociclistiche, soprattutto per quel che riguarda le gare endurance.

Nel 1972 vennero realizzati importanti lavori nella zona del traguardo, con la costruzione della Variante Bassa per rallentare le percorrenze nel rettilineo dei box. Un’altra variante, la Variante Alta venne creata per spezzare il tratto che scollinava verso le curve della Rivazza. Ulteriori modifiche vennero realizzate per ampliare le vie di fuga; laddove ciò non fosse possibile, il disegno del tracciato fu modificato, come nel caso della chicane inserita nella curva delle Acque Minerali. Nel 1979, completata la costruzione della strada di arroccamento attorno alla pista, il circuito divenne permanente; fino a quel momento, infatti, alcuni brevi tratti di pista erano utilizzati per la viabilità ordinaria.

Nel 1972 la gestione delle attività dell’autodromo passò dal Moto Club Santerno alla S.A.G.I.S. S.p.A. (Società per Azioni per l’Allestimento e la Gestione di Impianti e Servizi), un’azienda costituita il 5 aprile 1971.

Risale al 1978 l’inizio dei rapporti tra la Sagis e Bernie Ecclestone, quando *“Ecclestone visitò l’autodromo dove aveva corso anni prima da motociclista e ci diede preziosi consigli sulle strutture e la sicurezza. L’impianto gli piaceva e non dimenticava che Enzo Ferrari aveva definito Imola un piccolo Nürburgring”*.²¹

Due anni dopo, esattamente il 14 settembre 1980, Imola cominciò a scrivere la sue pagine di storia nella Formula 1 ospitando il 51° Gran Premio d’Italia, la sua prima

²⁰ “Dottorcosta vita e racconti di un medico e della sua Clinica Mobile”, Claudio Marcello Costa, edizioni Fucina, pagg. 15-16-17

²¹ Federico Bendinelli a Il Resto del Carlino, 16 ottobre 2005

gara valida per il titolo mondiale, in quella circostanza spostato dal circuito di Monza. L'anno seguente, il 3 maggio 1981, tornata la tappa italiana del mondiale a Monza, nasce il Gran Premio di San Marino, la cui sede divenne la pista imolese.

A seguito della scomparsa di Enzo Ferrari, avvenuta il 14 agosto 1988, il nome del "Drake" viene affiancato a quello del figlio Dino nella denominazione dell'impianto, che da allora viene chiamato autodromo "Enzo e Dino Ferrari".

Il circuito di Imola iniziò a essere teatro di disavventure, finite o meno in tragedie, a partire dal 23 aprile 1989, quando la Ferrari numero 28 di Gerhard Berger tirò diritto alla curva del Tamburello e si schiantò a 280 km/h, incendiandosi sotto gli occhi inorriditi della folla, che quell'anno contava circa 166.000 spettatori. L'intervento dei servizi di sicurezza durò circa 15 secondi, interminabili, ma riuscì ad avere la meglio sulle fiamme e a salvare la vita al giovane pilota, che in seguito riprese anche la vita agonistica.

Altri 2 gravi incidenti accaddero nel 1994, questa volta dall'esito infausto. Il 30 aprile, durante le qualifiche del sabato, e il 1° maggio, poco dopo l'inizio del 14° Gp di San Marino, persero la vita i piloti Roland Ratzenberger e Ayrton Senna davanti a circa 126.000 spettatori.

*"Le immagini terribili, atroci, trasmesse da Imola l'1 maggio 1994 durante un Gran Premio fra i più tragici della storia motoristica, fecero nascere un'invocazione, un grido: basta con le corse, basta con la velocità. Anch'io volevo urlare, anch'io, figlio dell'uomo che aveva creato il circuito di Imola, volevo gridare la mia rabbia, ma la mia mente straziata e avvolta dalle tenebre della tragedia mi concesse solo il silenzio e il rifiuto di puntare il dito contro tutti e contro tutto. ... So quello che dobbiamo fare. Bisogna squarciare le tenebre che avvolgono Imola, il suo circuito e il suo destino. Bisogna ricostruire il teatro per i piloti perché possano continuare a correre e a "vivere" la vera vita che noi non conosciamo. E solo quando questa "rinascita" sarà avvenuta, grazie all'amore che accomunerà gli uomini necessari a questa impresa, solo allora Ayrton Senna e Roland Ratzenberger torneranno a correre nei nostri cuori e nei cuori di tutti."*²²

Sull'onda dell'emozione e del dramma, già al termine della corsa e nei giorni successivi, i piloti, a cominciare da Michael Schumacher (il quale vinse il Gp che non fu interrotto), dichiararono che a Imola non volevano più correre, perché il circuito era pericoloso: i piloti andavano troppo forte e le vie di fuga non erano

²² "Dottorcosta vita e racconti di un medico e della sua Clinica Mobile", Claudio Marcello Costa, edizioni Fucina, pagg. 271-273

sufficienti per frenare un'eventuale uscita di strada, con il rischio di schiantarsi contro il muretto.

A seguito dei 2 incidenti mortali, in effetti, andò sotto accusa proprio il circuito, poiché cominciò a nascere nella mente delle persone la convinzione che l'autodromo non fosse sicuro. Il tracciato, all'altezza del Tamburello, delineava una dolce semicurva, dove le monoposto, uscite dalla Variante bassa, arrivavano alla massima velocità in prossimità della Tosa, l'attuale curva Villeneuve, una curva con vie di fuga scarse interrotte subite da un muretto.

Inoltre, i tecnici e i periti che analizzarono il relitto della macchina di Senna paventarono l'ipotesi che ci fosse un'imperfezione. Andò, quindi, sotto processo anche la scuderia e lo stesso Frank Williams, titolare e proprietario del team. In questa brutta situazione, si fece avanti il diritto italiano, che non considera l'incidente dentro a una pista durante una gara una responsabilità oggettiva, al contrario di altre normative in Europa. Per cui può subentrare la responsabilità, oltre che della pista, anche di chi ha costruito la macchina.

Questo combinato di accuse non era funzionale al business della F1, per cui Bernie Ecclestone, patron della FOA (Formula One Administration), la società che organizza i vari Gran Premi, iniziò a considerare l'ipotesi di interrompere l'esperienza di Imola. Lo stesso Bernie Ecclestone e la FIA (Federazione Italiana Automobilistica) posero la città di Imola davanti a un bivio: o Imola viene esclusa dal campionato di F1 oppure si rende più sicura la pista.

A questo punto, la Sagis, decisa a non perdere il Gran Premio, presentò i progetti per conformare il circuito ai nuovi parametri di sicurezza alla Federazione Internazionale, che, dopo averli accuratamente esaminati, diede una prima risposta positiva, ma provvisoria, a settembre. La risposta definitiva arrivò un mese dopo, a fine ottobre. Si avviò subito la gara per l'assegnazione dei lavori, ma il percorso non fu privo di imprevisti: un'impresa, rimasta esclusa, fece ricorso al Tar, che sospese tutto. Nel frattempo, la Sagis aspettava anche la risposta dal Ministero dei beni culturali, dato che le modifiche previste per il circuito riguardavano una zona protetta, cioè tutta la zona tra il fiume Santerno e il parco delle Acque Minerali. A questo proposito, l'ispettore generale nominato dal governo relazionò positivamente gli interventi.

Ricevute tutte le risposte e superati i vari ostacoli, a febbraio 1995 cominciarono i lavori, che si conclusero nel giro di 40-45 giorni, durante i quali si ristrutturò il

40% del circuito. Fu un'impresa che ha dell'incredibile: la curva del Tamburello, teatro dell'incidente di Senna durante il settimo giro della corsa, venne sostituita da una più lenta chicane, meno spettacolare ma più sicura, mentre il curvone dove picchiò Ratzenberger nelle qualifiche, denominato Villeneuve, è stato a sua volta soppiantato da 2 curve lente.

*“Ricordo che, quando nel 1995 i team tornarono a Imola per contendersi il 15° Gran Premio di San Marino, vari esponenti internazionali, tra cui Flavio Briatore e lo stesso Frank Williams, pensarono a un miracolo: l'anno precedente erano tutti partiti con la convinzione di non tornare più. E quello fu un grosso risultato.”*²³

Imola quell'anno non perse il Gran Premio, anzi nel 1996 il circuito tornò a ospitare il Motomondiale dopo 8 anni con il Gran Premio di Città di Imola e nel 2001 accolse il più spettacolare e affascinante Campionato del Mondo di Superbike.

Nel corso della cerimonia ufficiale della FIA a Montecarlo l'11 dicembre 1998 venne assegnato alla Sagis, per la seconda volta (la prima è stata nel 1980), il Trofeo “F1 Constructor Association Award” come miglior organizzatore di un Gran Premio di Formula Uno.

Anno dopo anno i Gran Premi di San Marino di Formula 1 si succedettero più o meno senza intoppi, fino ad arrivare al 26° Gran Premio, corso il 23 aprile 2006. Infatti, nonostante l'esistenza di un contratto valido fino al 2009, il circuito di Imola è stato estromesso dal calendario 2007 del Mondiale di Formula 1. All'origine dell'esclusione sono stati i ritardi nella realizzazione di improrogabili lavori di ammodernamento della pista, oltre alla necessità di un nuovo accordo economico con il patron della Formula 1 in seguito al divieto delle sponsorizzazioni del tabacco.

Ora sarà ben difficile per Imola reinserirsi nel giro iridato della F1, stante la volontà politica della Formula One Management di non fare disputare più di una corsa nello stesso paese, dato che *“l'Italia, con la finzione del Gran Premio di San Marino, era l'unico paese ad avere due Gran Premi di Formula Uno (Monza ed Imola), a fronte della pressione di numerosi paesi dell'Est europeo e del Sud Est asiatico interessati ad allestire manifestazioni di Formula Uno con opzioni che garantiscono a FOA maggiori rientri economici, ad esempio con la possibilità di*

²³ Federico Bendinelli, ex-presidente della Sagis, intervista del 15 maggio 2007

pubblicità dei produttori di tabacco, vietata in Italia”, oltre a quella di spostare il baricentro del Mondiale fuori dall’Europa per gli stessi motivi. Inoltre, va ricordato “*l’insoddisfacente andamento economico degli ultimi Gran Premi svoltisi a Imola, per ragioni anche legate ad infelici date di calendario*”²⁴, che di certo non permette di raggiungere risultati economici positivi alla società organizzatrice, la quale deve quindi allargare la propria sfera di interesse su un mix variegato di eventi e manifestazioni, non solo legate al mondo dello sport.

Con la perdita del Gran Premio si è chiusa la seconda fase dell’autodromo, 26 anni all’insegna del mondo a quattro ruote. Davanti al circuito, si prospetta una nuova esistenza, non più solo dedicata alle manifestazioni sportive, ma a un utilizzo polivalente del circuito.

²⁴ Ricorso al Tar (Tribunale Amministrativo Regionale) dell’Emilia Romagna da parte della Sagis del 19 febbraio 2007

LE CAUSE DELLA PERDITA DEL GRAN PREMIO DI SAN MARINO

Nonostante l'elevato potenziale offerto dall'autodromo, la gestione della Sagis si era focalizzata su pochi eventi di grande interesse (Formula 1, Superbike e Campionato Italiano Velocità), i quali sono caratterizzati da un numero annuale di gare costanti. Ciò significa necessariamente anche una buona gestione delle relazioni con gli organizzatori di tali eventi, in particolare a livello economico se l'organizzatore in questione è la FOA. Aspetto, questo, non sempre valutato in modo appropriato dalla Sagis. Infatti, non bastano solo la fiducia e la stima reciproca, ma è necessario anche essere puntuali e precisi nei pagamenti. Ed è proprio a causa di ciò che il binomio Formula 1 – Imola si è logorato piano piano negli anni fino a spezzarsi del tutto.

I primi veri problemi con mister Ecclestone cominciarono nel 2003, quando la società, dove allora governava Carlo Mantellini, non riuscì a onorare il contratto con la FOA a causa dell'incasso magro ricavato dal Gran Premio e dei sospetti di illeciti da parte del consiglio di amministrazione mai provati. Per cui Ecclestone si trovò suo malgrado a scegliere tra due opzioni: fare fallire la Sagis, con la conseguenza che alla Federazione non sarebbe giunto neanche un dollaro, oppure concedere uno sconto. Ecclestone decise di accontentarsi dei 3 milioni di dollari che la società offriva, contro gli 8 precedentemente stabiliti. Da allora, la fiducia del patron inglese subì una pesante incrinatura, tant'è che dall'anno successivo richiese una fideiussione bancaria direttamente nel contratto a garanzia del pagamento.

Per tutelarsi ulteriormente, a fine novembre 2004 venne siglato il nuovo contratto tra la Sagis e la FOA, valido fino al 2009. Come garanzia economica sul futuro, mister Ecclestone pose due condizioni in mancanza delle quali avrebbe potuto recedere dal contratto senza alcun onere:

1. l'effettuazione dei lavori di ammodernamento della struttura, richiesti ormai da anni dalla FIA, poiché i team si lamentavano della mancanza delle condizioni logistiche dovute all'impianto ormai "antiquato",

2. il mantenimento delle sponsorizzazioni pubblicitarie dei prodotti da fumo durante la manifestazione di Formula 1, altrimenti le condizioni economiche sarebbero state riviste al rialzo.

Per quanto riguarda il secondo punto, l'anno precedente, cioè nel 2003, l'Ue emanò una direttiva (2003/33 CE) relativa al divieto di sponsorizzazioni delle imprese del tabacco. Il governo italiano, recependo tale direttiva, specificò che la stessa non doveva applicarsi alle manifestazioni di esclusivo interesse nazionale, derogando così alla normativa europea e permettendo le sponsorizzazioni durante le gare di Formula 1.

In riferimento ai lavori, invece, Ecclestone si accontentò di una dilazione, dichiarando all'allora ministro delle infrastrutture e dei trasporti, Pietro Lunardi, che: *“Se Imola trova i soldi per i lavori sono disposto a venire incontro rinunciando a 5 anni di concessione”*²⁵. Ciononostante, l'adeguamento del circuito, in modo particolare della zona box e paddock, non sarebbe potuto avvenire nell'anno seguente, cioè nel 2005, a causa del mancato arrivo del contributo statale più volte promesso, se prima non si fosse firmato il contratto con Ecclestone. L'impegno politico fu dunque garantito, ma non ci fu alcun appoggio privato, indispensabile anch'esso, ma segno caratteristico di una realtà permeata da un atteggiamento anti-turistico. *“I privati imolesi, l'industria, potrebbero intervenire, sentire di più la F1 anche per l'indotto imponente che alimenta.”*²⁶

L'accordo sul contributo statale, pari a 10 milioni di euro, arrivò il 30 novembre 2005. È stato deciso il “canale” per trasferire tale somma, cioè l'articolo 5 della legge 225 del 1992 sulla Protezione Civile, che recita: *“Il presidente del Consiglio dei ministri, ovvero, per sua delega, il ministro per il coordinamento della Protezione civile, può emanare altresì ordinanze finalizzate ad evitare situazioni di pericolo o maggiori danni a persone o a cose.”* La Protezione civile considerò, insomma, necessario il ripristino funzionale della struttura, in particolare dei box, che andavano rinnovati per la sicurezza delle scuderie di Formula 1 e degli addetti ai lavori. Commentò così la soluzione trovata il deputato Ds Raffaello De Brasi: *“Si tratta di una fatto molto positivo, in quanto si è trovata una strada certa per far sì che l'intervento all'autodromo non scomodi i fondi destinati a chi ha subito*

²⁵ Il Resto del Carlino, 15 settembre 2004

²⁶ Federico Bendinelli a Il Resto del Carlino, 16 ottobre 2005

*calamità naturali, ma arrivi utilizzando la possibilità di mettere in sicurezza certe strutture come l'Enzo e Dino Ferrari.*²⁷

Come commissario, cioè colui addetto all'amministrazione della cospicua somma, venne nominato lo stesso sindaco Massimo Marchignoli, in risposta alla sua richiesta di coinvolgimento della città a garanzia della qualità delle opere da intraprendere all'autodromo. Poco dopo la nomina, il sindaco e l'ex-presidente della Sagis chiesero appuntamento con Ecclestone, per comunicargli l'arrivo dei fondi e per informarlo che non si sarebbe potuto mantenere l'impegno per i lavori per il Gp del 2006, poiché in soli 3 mesi non era possibile effettuare l'ammodernamento, ma rassicurandolo che il circuito sarebbe stato pronto per il 2007. Inoltre, il sindaco chiese consiglio sul professionista a cui affidarsi e Ecclestone, conscio di ciò che doveva essere fatto (allargare e rifare ex novo la zona paddock, con nuovi box, sala stampa e postazioni televisive rispettando tutti i crismi della normativa antisismica) telefonò a Hermann Tilke, noto architetto autore degli ultimi autodromi nel mondo (Manama nel Bahrain, Shangai in Cina, Istanbul in Turchia). Così il compito di inventarsi il nuovo autodromo, un tempo gioiello del grande circo e ultimamente in fondo alla classifica delle strutture scelte ogni anno dalla coppia Ecclestone-Mosley per lo show itinerante, fu assegnato all'architetto preferito di mister Ecclestone.

Il via libera ai lavori giunse però solo il 20 settembre, dopo un incontro a Palazzo Chigi tra il ministro delle politiche giovanili e le attività sportive Giovanna Melandri, il presidente della regione Vasco Errani, il sindaco Massimo Marchignoli, il presidente dell'Acì Franco Lucchesi e il capo del dipartimento della protezione civile Guido Bertolaso, quando ormai il Gran Premio di Imola era già stato cancellato dal calendario provvisorio uscito alla fine di agosto.

Nonostante questo primo campanello d'allarme, i lavori presero il via solamente il 19 novembre, quando, di fronte a una folla di alcune migliaia di persona, vennero demoliti i box con 700 candelotti di dinamite. Ma ormai il calendario definitivo del 2007 aveva già escluso Imola senza possibilità di appello.

L'esclusione di Imola non fu però solo conseguenza del mancato adempimento di una delle 2 condizioni poste da mister Ecclestone, cioè quella relativa all'ammodernamento del circuito, ma anche l'altra clausola venne meno. Infatti, la questione del tabacco non venne risolta con la deroga emanata dal governo, poiché

²⁷ Corriere di Imola, 2 dicembre 2005

nell'autunno del 2005, il tribunale di Monza, al quale aveva fatto ricorso il Codacons, inibì alla Ferrari l'esibizione del marchio Marlboro in occasione del Gran Premio d'Italia svoltosi nel settembre. Per cui, durante quella manifestazione, la Ferrari, e di conseguenza, gli altri team si astennero dalla pubblicità. In risposta a ciò, a ottobre il ministro Tremonti scrisse una lettera alla Guardia di Finanza, in cui si ribadiva che le sponsorizzazioni, anche dei prodotti da fumo, in occasione dei Gran Premio erano lecite, ottenendo in tal modo lo svolgimento regolare del Gran Premio di San Marino il 23 aprile dell'anno successivo.

Dopodiché il governo è cambiato. A luglio del 2006 la Commissione Europea ha chiesto al governo italiano (e non solo, anche al governo della Germania, della Repubblica Ceca, del Portogallo e della Spagna, i quali avevano emanato delle normative analoghe per mantenere tale manifestazione) delle spiegazioni riguardo alla deroga. Poiché l'Italia non rispose, si creò una situazione di incertezza sugli orientamenti dell'attuale governo. A conferma di ciò, la sentenza del giudice di Monza era ancora valida, poiché non era stata annullata da un giudice superiore.

In questo clima non molto favorevole, il 9 ottobre l'ex-presidente Bendinelli incontrò a Londra Ecclestone, il quale si presentò in maniera molto rigida. Infatti, i lavori non erano ancora cominciati, per cui non aveva la certezza assoluta della disponibilità dell'impianto per la data fissata per Imola, cioè il 29 aprile 2007, con il rischio di dover annullare il Gran Premio, comportando ciò un danno immenso sia economicamente sia dal punto di vista dell'immagine. Inoltre, non era più chiaro se le sponsorizzazioni da tabacco sarebbero state permesse o meno.

Poiché entrambe le condizioni poste da Ecclestone nel 2004 non sono state rispettate, si è arrivati alla perdita del Gran Premio di San Marino.

LA GESTIONE SAGIS

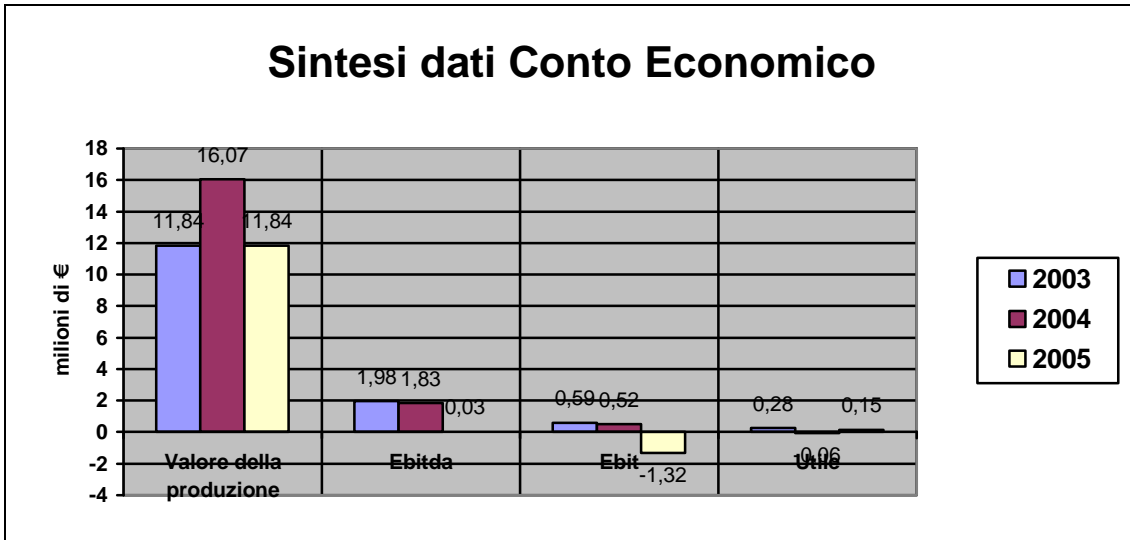
L'autodromo di Imola, di proprietà del Comune, è stato dato in concessione alla società Sagis s.p.a. per 34 anni, dal 1972 al 2006.

Durante questi anni, la gestione si è focalizzata su un mix di offerta di attività sufficientemente vario, con presenza di eventi a maggiore e minore connotazione motoristica. Infatti, per quanto riguarda gli sport, negli anni si sono potute ammirare a Imola gare automobilistiche e motociclistiche (Gran Premio di Formula 1, Superbike, Peroni Race Networks, Ferrari Challenge, Trofeo Pirelli, ...), altre gare sportive (in line skating Masters World Championship, ciclismo e gare podistiche) e altri eventi sportivi (Test F1, Kawasaki Day, pilota F1 per un giorno, ...). Accanto a essi, sono stati organizzati altri eventi, come l'Heineken Jammin' Festival (festival della musica rock), C.R.A.M.E. (mostra / mercato delle moto e auto d'epoca), Autokit Show (raduno di motoristi e club) e corsi di guida sicura e sportiva.

Nonostante l'ampia varietà di eventi organizzati, negli ultimi anni la gestione dell'autodromo ha registrato una costante erosione dei margini, poiché non si è focalizzata sugli eventi a maggiore redditività, cioè le gare minori a livello nazionale e locale e altri avvenimenti "collaterali", quali eventi aziendali e scuole guide. La Sagis, invece, ha preferito concentrarsi esclusivamente solo su alcune manifestazioni internazionali, le quali procurano sì notorietà in tutto il mondo, ma generano risultati tendenzialmente negativi e bassi ritorni economici diretti. Difatti, il margine Ebitda²⁸ nel 2003 ammontava a 16,7%, nel 2004 era sceso all'11,4% raggiungendo nel 2005 il valore di 0,3%. Stesso trend negativo ha presentato il margine Ebit²⁹, il quale era pari al 5% nel 2003, era diminuito a 3,2% nel 2004 e nel 2005 ha registrato un valore pari a -11,2%.

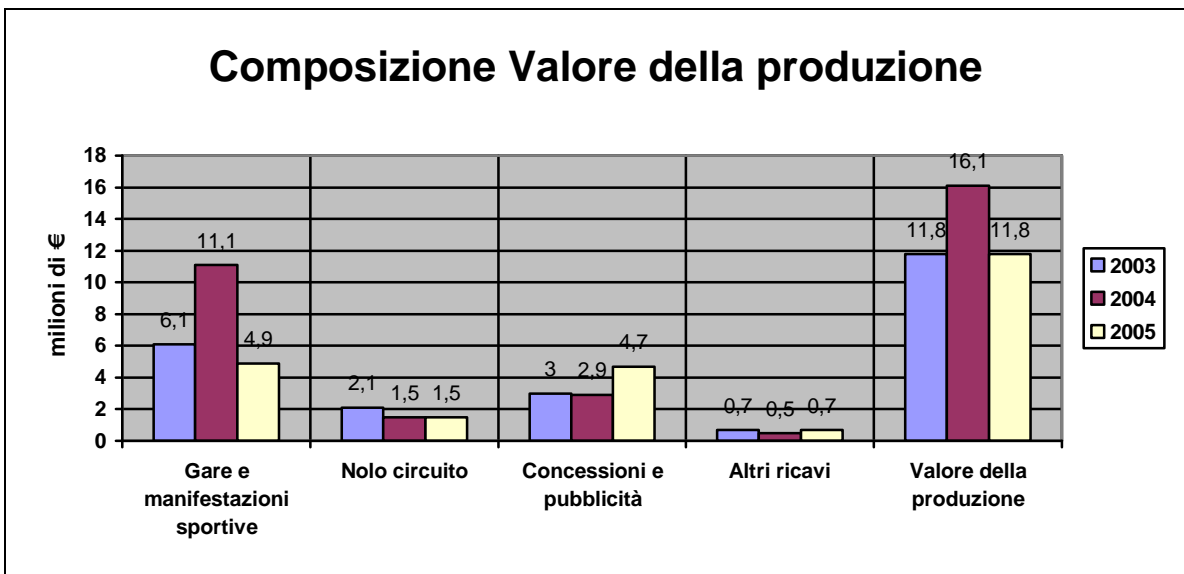
²⁸ Acronimo inglese (Earnings Before Interest and Taxes) che indica il risultato operativo aziendale non considerando la gestione finanziaria e fiscale.

²⁹ In inglese Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, o MOL (margine operativo lordo) in italiano, è un indicatore di redditività che evidenzia il reddito di un'azienda basato solo sulla sua gestione caratteristica al lordo, quindi, di interessi, tasse, deprezzamento di beni e ammortamenti.



30

Per quanto riguarda i ricavi, negli ultimi anni sono stati alquanto variabili, proprio come qualsiasi altro circuito che ospita gare internazionali come un Gran Premio di Formula 1. Infatti, per questa tipologia di autodromo, i ricavi derivano dalle attività collaterali organizzate, quali per esempio i bar e i ristoranti collocati nelle vicinanze delle tribune, oltre ovviamente alla vendita di biglietti. Mediamente, tali circuiti aumentano il fatturato di circa 10 milioni di euro. Come si può evincere dal grafico, non sempre la Sagis è riuscita a eguagliare i risultati medi delle altre gestioni.



31

³⁰ Fonte: bilancio Sagis 2003, 2004 e 2005

³¹ Fonte: bilancio Sagis 2003, 2004 e 2005

Poiché la gestione Sagis è incentrata soprattutto sulle gare e manifestazioni sportive, non è riuscita a sfruttare in modo appropriato un patrimonio così importante quale l'autodromo "Enzo e Dino Ferrari" tramite l'organizzazione di altri eventi non legati al mondo sportivo. Per l'anno 2006 su 191 giornate di utilizzo del circuito previste a calendario, ben 117, cioè più del 60%, sono state dedicate ad eventi automobilistici e motoristici (24 giorni per la Formula 1, 6 per la Superbike e 87 per altre gare), 12 all'Heineken Jammin Festival, 23 ad allestimenti e disallestimenti e solo 39 ad altre attività.

A conferma di ciò, si nota che il valore della produzione è composto principalmente dagli incassi derivanti dagli avvenimenti sportivi, a discapito di qualsiasi altro utilizzo dell'impianto, sicuramente più redditizio.

Bassi valori dei ricavi ottenuti tramite il noleggio della pista possono denotare 2 aspetti:

1. un aspetto positivo, poiché, nonostante la redditività elevata rispetto ai costi variabili sostenuti derivanti dall'affitto della struttura per gare o eventi privati, tale modello gestionale presenta un forte limite ai ricavi, spesso non sufficienti a coprire i costi fissi della struttura (personale, spese generali, ...);
2. un aspetto negativo, poiché denotano uno scarso utilizzo del circuito da parte delle forze economiche locali.

Per quanto riguarda Imola, ritengo più appropriata la seconda motivazione. Infatti, l'autodromo non veniva utilizzato dalle aziende locali come luogo in cui realizzare congressi, convegni, lezioni aziendali, o semplicemente feste di anniversario, né per promuovere una data iniziativa o un prodotto tramite giornate con eventi sportivi e di intrattenimento. Le cause possono essere molteplici: potrebbe essere stato l'atteggiamento altezzoso e sprezzante con il quale l'ex-gestore si rivolgeva agli imprenditori e manager per convincerli a organizzare tali eventi, il prezzo che veniva chiesto a essi valutato troppo alto rispetto alla prestazione fornita, l'inadeguatezza dei locali oppure l'instabilità patrimoniale e la scarsa trasparenza con cui veniva amministrata la società.

Difatti, non si può certo affermare che la gestione degli ultimi anni sia stata all'insegna della correttezza, come testimonia il resoconto consuntivo approvato il 30 marzo 2006. Nonostante l'utile ivi riportato ammontava a 153.000,00 €, chiudere in attivo è stato possibile grazie a una serie di accorgimenti consentiti dalla Finanziaria 2005. Tra questi, l'operazione più redditizia è stata la

rivalutazione del marchio “Imola autodromo internazionale”, vale a dire i due loghi con auto e moto stilizzati, effettuata da una società esterna, la Bugnion s.p.a., la quale aveva stimato il valore in un range compreso tra i 7,8 e i 2,9 milioni di euro. La società di via Rosselli scelse prudenzialmente il valore più basso. La voce “licenze, marchi e diritti” è così passata a bilancio dai 116.000,00 € del 2004 a 2.957.000,00 €. A quel punto la Sagis ha avviato un leasing back³² con Banca Italease. Stesso procedimento è stato utilizzato con la scultura di Armand Pierre Fernandez, in arte Arman, installata davanti al cancello di via Rosselli, costata nel 1998 circa 500 milioni di lire e definita ora nel bilancio di proprietà della società. Per l’affitto in leasing, la stima è salita a 917.000,00 €. Grazie a queste due partite è stata prodotta nel conto economico una plusvalenza di 2.500.000,00 € rispetto al bilancio precedente, consentendo, dunque, la registrazione di un utile.

Inoltre, chiudendo il consuntivo in positivo, la bilancia tra attivo e passivo è risultata perfettamente stabile. Sul primo fattore la voce con il peso specifico maggiore è stata quella delle immobilizzazioni materiali, pari a 8.130.000,00 €, le quali comprendono anche i 423.000,00 € stimati per le gomme che compongono le barriere di protezione in pista e i 60.000,00 € calcolati sui libri per il decennale della scomparsa di Ayrton Senna; mentre le immobilizzazioni immateriali ammontavano a circa 3.100.000,00 € considerando che nel corso dell’anno vi è stata la valorizzazione dei marchi dell’autodromo di cui sopra. Sul fronte del passivo, invece, il capitolo più corposo è stato quello di debiti, 16.263.000,00 €, di cui 5 sono verso i fornitori.

Non c’è quindi da stupirsi se la ricapitalizzazione della società avviata all’inizio dell’anno scorso si è conclusa con un nulla di fatto. Infatti, dopo che la prima asta pubblica in primavera terminò deserta, anche la trattativa privata avviata in estate si arenò, nonostante diverse dichiarazioni di interesse, compresa quella del boss del Motor Show, Alfredo Cazzola. Timida, per la verità, e subito ritirata. In lizza rimasero comunque Padova Fiere assieme ai francesi di Gl Events (organizzatori del Roland Garros e della Parigi Dakar), gli imprenditori del Nord Est collegati guidati dal patron dell’autodromo di Adria Giuliano Altoè e, per finire, l’Inversiones Renfisa dell’ex presidente del Real Madrid Lorenzo Sanz. Ma le offerte non erano né abbastanza corpose né di ampie prospettive. Così l’Automobil Club Bologna ha dato mandato a Unipol Merchant di lavorare come advisor per

³² Si tratta di una cessione dei due marchi che vengono poi riscattati negli anni con rate e interessi aggiunti.

scovare nuovi potenziali investitori in grado di ricapitalizzare la s.p.a. e salvare la nave. Ma anche questo tentativo risultò inutile.

Per raggiungere dei risultati economici positivi, quindi, non bisogna focalizzarsi solo su alcuni grandi eventi di rilievo internazionale, ma è necessario specializzarsi nell'organizzazione di una pluralità di attività per adeguarsi alle varie richieste (manifestazioni sportive, culturali e aziendali). Per poter accogliere le varie domande, servono però i locali e le strutture adeguate. Risultano pertanto opportuni investimenti rilevanti.

Ed è proprio in tale ottica che il Comune ha deciso di ristrutturare l'autodromo di Imola, utilizzando i 10 milioni di € stanziati dal governo Berlusconi e i 3 milioni di € concessi dal governo Prodi a causa del fallimento della gara pubblica indetta a inizio anno per la concessione dell'autodromo³³. *“A differenza della struttura demolita l'autunno scorso, quella appena ricostruita non servirà solo per gare sportive. L'obiettivo, centrato, era di ottenere un impianto polifunzionale, adatto anche a esposizioni, convegni, fiere. L'intenzione è infatti di puntare a un uso intensivo dell'autodromo mantenendo comunque il rispetto per l'ambiente.”*³⁴

Così, è sorto dalle macerie del vecchio autodromo un nuovo fabbricato lungo 385 metri e largo 21. La superficie coperta totale misura 8.600 metri quadrati. Di questi, 1.850 sono stati destinati al media center, l'area riservata alla stampa e divisa in due locali. Inoltre, è stata ricostruita la torre per la direzione gara lunga ora 37 metri. Lo spazio interno disponibile raggiunge i 2.250 metri quadrati distribuiti su tre piani (ognuna da 750 circa). Quella che in gergo viene ribattezzata *paddock terrace* misura 7.000 metri quadrati e si espande al di sopra del media center e dei box. Si potrà raggiungere attraverso dei vani scale e due ascensori. Sul lato che si affaccia sopra i nuovi box (4.500 metri quadrati suddivisi in 32 vani con servizi igienici, poco meno del doppio rispetto ai 18 del passato) è stata ricavata una lunga gradinata in grado di contenere 1.138 persone a sedere. Sul terrazzo sarà possibile in futuro edificare un altro piano per un totale di altri 6.850 metri quadrati coperti.

³³ Inizialmente, i fondi dovevano essere stanziati dalla Sagis. In seguito al fallimento, avrebbe dovuto contribuire il nuovo gestore alla spesa aggiuntiva. Al nuovo gestore sono comunque chiesti ulteriori investimenti, il cui ammontare influenzerà positivamente la durata della concessione.

³⁴ Massimo Marchignoli, sindaco di Imola, al “Corriere Romagna”, 12 settembre 2007

In aggiunta, è stato ingrandito di 2.000 metri quadrati anche il *paddock*, l'area destinata ad accogliere i motorhome dei team alle spalle dei box, grazie all'arretramento delle strutture murarie verso la Rivazza. Tale aumento dovrebbe permettere di ovviare ai problemi logistici del passato quando la forma dell'area era a imbuto. In questo modo si potranno installare più agevolmente anche allestimenti non necessariamente legati alle attività motoristiche.

L'INDOTTO ECONOMICO DERIVANTE DAL GRAN

PREMIO DI SAN MARINO

Aver perso la Formula 1 per molti cittadini imolesi significa solamente non poter più ammirare la propria città dall'alto e, magari, riconoscere la propria casa guardando la tv comodamente seduti in poltrona. Vorrà dire che in televisione si guarderà il panorama di Monza, il deserto del Bahrain o i boschi di Nürburgring. Qualcuno addirittura si compiacerà: meno rumore e, per tre giorni, meno traffico sulle strade e nessun tedesco sovrappeso in canottiera.

Purtroppo, però, la Formula 1 è anche altro. È un indotto da capogiro che, in un certo senso, paga centinaia di stipendi e consente buoni affari a molti. E non si conclude solo in quel fine settimana, poiché *“il Gran Premio genera indotto anche durante l'anno, quando i team si spostano a Imola per le prove. E genera indotto non solo nel circondario, ma anche a Bologna e in Riviera.”*³⁵ Senza parlare del fattore vetrina. Quello che tanto piace alle aziende e al cosiddetto sistema economico locale, anche se sono rimaste poche le cooperative che negli ultimi anni hanno griffato con il proprio marchio qualche tribuna in occasione del circus gestito da Ecclestone. Ormai questa strategia è in disuso. Ma l'elemento autodromo conta ancora e, dicono gli addetti, anche parecchio. *“La Formula 1 è utilizzata da tutti come veicolo di incontro e come vetrina con fornitori e clienti. Il binomio autodromo e cooperazione è forte. Spazzare via un elemento può essere rischioso.”*³⁶ Un esempio di questo binomio mi è stato fornito da una nota cooperativa imolese, la 3elle, la quale si è vista associare il nome di Imola a un loro prodotto importato e esportato verso Mosca. Tale merce, una porta di tipo noce, veniva indicata come “Porta Imola”, non con la denominazione di catalogo, proprio perché Imola è legata sensibilmente al nome dell'autodromo. *“Se fosse stata per esempio Porta Milano, non se la sarebbero ricordata mai, appunto perché a Imola c'era la Formula 1, che appartiene a un cliché da perseguire nel blocco ex-sovietico.”*³⁷

La scomparsa del Gran Premio ha dunque provocato gravi danni all'economia, non solo locale. Infatti, il presidente di Federalberghi, Celso de Scilli, ha lanciato

³⁵ Danilo Galassi, albergatore e presidente dell'Ascom, al “Corriere Romagna”, 31 agosto 2006

³⁶ Sergio Prati, presidente di Legacoop, al “Corriere Romagna”, 31 agosto 2006

³⁷ Negrini Matteo, responsabile qualità della 3elle, intervista del 13 giugno 2006

l'allarme anche per la città di Bologna, annunciando che assieme al circus automobilistico se ne sono andate 200.000 presenze. A risentirne sono stati soprattutto 3 settori: quello alberghiero, la ristorazione e il commercio, il cui personale lavorava a pieno ritmo per tutta la settimana in cui era programmata la gara di velocità. Danni sono stati provocati anche all'occupazione, dato che il settore turistico nel circondario impiega oltre 1.200 addetti.

A questo punto sorge spontanea una domanda: quante risorse portava al territorio il Gran Premio di San Marino? Dare una risposta, cioè calcolare il giro di affari che gravita attorno a un Gran Premio non è impresa facile, anzi, mi sento di affermare che è quasi impossibile. Infatti, non esistono dati precisi circa il reale ritorno economico a cui assiste il territorio che ha la fortuna di ospitare un così importante evento internazionale. In compenso, diversi giornali e alcune società di ricerca hanno tentato di stimare il valore dell'impatto economico basandosi su dati, o meglio stime, fornite dalle associazioni di categoria per quanto riguarda gli incassi di alberghi, ristoranti e esercizi commerciali, e sui risultati di questionari compilati dagli spettatori seduti in tribuna nelle varie edizioni delle gare.

In particolare, testate locali come il "Corriere di Romagna" e il "Resto del Carlino" hanno fornito come valore il primo 50 milioni di euro³⁸, mentre il secondo si è limitato a indicare che i danni ammontano a decine di milioni di euro³⁹. C'è poi da sottolineare l'intervento de "Il Sole 24 ore", il quale in tre diverse uscite ha stimato il business dell'autodromo. In particolare, nel 2003 esso ammontava a 50 milioni di euro, nei primi mesi del 2006 si era dimezzato fino a assestarsi sulla cifra di 20 milioni nell'ottobre dello stesso anno. Data l'importanza del giornale, ho cercato di chiedere spiegazioni sul metodo di calcolo all'autore dei diversi articoli, il giornalista Emilio Bonicelli, il quale mi ha spiegato che la cifra da lui indicata si riferisce all'indotto economico, per cui al ritorno che l'intero territorio che da Modena va a Rimini ricava dal circus gestito da Ecclestone. Inoltre, mi ha rivelato che i dati usati a supporto della stima sono stati ottenuti dai ricavi forniti dai biglietti venduti, dagli allestimenti effettuati dalle società della zona, dal fatturato del settore alberghiero, ricettivo e dei trasporti, dal ricavato dei commercianti e degli artigiani e dalle iniziative organizzate in occasione della Formula 1. Come già precisato in precedenza, gran parte di questi dati sono stime

³⁸ Corriere Romagna, 31 agosto 2006; Corriere Romagna, 26 agosto 2006

³⁹ Il Resto del Carlino, 31 agosto 2006

fornite dalle associazioni di categoria, in quanto non si può “sbirciare” nei bilanci di ogni singolo esercizio.

Per quanto concerne le società di ricerca, la società StageUp.com ha parificato, nel comunicato stampa emesso il 18 aprile 2003, l’efficacia dell’evento imolese nell’arricchire l’economia locale a quella del Gran Premio di Indianapolis, identificato in 170 milioni di dollari, cioè circa 156 milioni di euro. Un’altra ricerca, effettuata nel 1998 dal Censis Servizi s.p.a. e intitolata “Non solo corse”, ha valutato il giro di affari in 76 miliardi di lire, pari a circa 40 milioni di euro.

Un’ultima stima è stata fornita in passato anche dagli albergatori locali, i quali hanno valutato l’indotto da Gran premio in 18 milioni di €.

Altri sondaggi sono poi stati svolti per capire le caratteristiche distintive del “popolo” della Formula 1, le modalità di presenza degli ospiti, i pareri sulle soluzioni logistiche adottate dall’organizzazione, le impressioni sul contesto territoriale, il grado di fedeltà all’evento e quello di interesse per altre iniziative da tenersi in loco. Va sottolineato al riguardo l’indagine svolta dal centro di promozione culturale, turistica e di ricerca Primola intitolata “Imola: la formula della passione”, in cui viene analizzato il pubblico che assiste alle gare di Formula 1 negli anni 1996, 1999, 2003 e 2006. Grazie a questo studio, si può capire come si è evoluto il pubblico che assiste al Gran Premio di San Marino nell’arco di 10 anni.

Purtroppo, a parte le stime, non esistono rapporti recenti indicanti l’indotto economico generato dal Gran Premio di San Marino, per cui si devono utilizzare gli studi esistenti, ormai datati, e cercare di attualizzarli. Per fare ciò, mi baserò in particolar modo su uno dei rapporti citati, cioè quello elaborato dalla Primola (“Imola: la formula della passione”, dicembre 2006). Questo sondaggio è stato effettuato tramite dei questionari semi-strutturati compilati da un campione rappresentativo di spettatori, la cui significatività è mutata nel tempo, così come il testo dei questionari. Ciononostante, si possono estrapolare considerazioni importanti.

Analizzando in maggior dettaglio la ricerca, emerge che coloro in possesso di un’occupazione sono sempre circa i $\frac{3}{4}$ degli intervenuti, con un peso non trascurabile (più del 30%) di lavoratori indipendenti. È calato il numero degli

imprenditori a favore dei lavoratori autonomi, quello degli operai a favore degli impiegati e quello degli studenti a favore di disoccupati e pensionati.

Condizione	1996	1999	2003	2006
LAVORO INDIPENDENTE	33%	30%	31%	34%
Di cui: Imprenditore	10%	6%	7%	8%
Libero Professionista	10%	11%	10%	11%
Lavoratore Autonomo	7%	8%	9%	10%
Coadiuvanti	6%	5%	5%	5%
LAVORO DIPENDENTE	44%	43%	43%	42%
Di cui: Dirigente	4%	3%	4%	5%
Impiegato	10%	14%	17%	16%
Operaio	23%	17%	17%	15%
Altro	7%	9%	5%	6%
TOTALE CONDIZIONE PROFESSIONALE	77%	73%	74%	76%
Disoccupato	2%	2%	3%	4%
Studente	15%	22%	17%	11%
Pensionato	5%	3%	4%	6%
Altro	1%	-	2%	3%
TOTALE CONDIZIONE NON PROFESSIONALE	23%	27%	26%	24%
TOT. GENERALE	100%	100%	100%	100%

Prendendo in esame la cittadinanza e l'età degli intervistati, si rileva che gli stranieri sono diminuiti nel tempo, passando dal 41 al 14% nell'arco di 10 anni. Al contrario, l'età media è lievemente aumentata e l'anno scorso si aggirava sui 38 anni, nonostante una buona fetta degli intervistati abbia meno di 40 anni. In questi 10 anni si è visto anche un incremento costante della presenza femminile.

Classi d'età e nazionalità	1996	1999	2003	2006
0-39 italiani	48%	63%	61%	59%
40 e < italiani	11%	13%	23%	27%
TOTALE ITALIANI	59%	76%	84%	86%
0-39 stranieri	33%	19%	10%	9%
40 e < stranieri	8%	5%	6%	5%
TOTALE STRANIERI	41%	24%	16%	14%
TOTALE GENERALE	100%	100%	100%	100%
% femmine	16%	26%	23%	29%
Età media	33%	32%	37%	38%

Per capire meglio come è mutato il pubblico nel corso degli anni, si possono restringere le classi di età. In questo modo, si può notare che nel 1996 e nel 1999 la stragrande maggioranza degli spettatori, sia italiani che stranieri, aveva tra i 19 e i 39 anni, denotando quindi la maggiore disponibilità a viaggiare degli individui in questa fascia di età. Non si evincono grandi differenze nelle percentuali, se non una quasi scomparsa del pubblico più anziano (quello ultrasessantacinquenne) a

favore di un lieve incremento del pubblico più giovane. La situazione cambia profondamente se si considera il 2006, poiché si nota una grande partecipazione degli appassionati ultracinquantenni, soprattutto da parte degli stranieri. Ciononostante, la maggior parte di coloro che pervengono sul tracciato del Santerno hanno sempre tra i 30 e i 40 anni.

Anno 1996

Classi d'età e nazionalità	Sesso	0-18 anni	19-39 anni	40-64 anni	Maggiore di 65 anni	Totale
Italiani	M	10,8%	69,0%	19,0%	1,3%	100,0%
	F	16,0%	68,0%	16,0%	-	100,0%
	T	11,7%	68,8%	18,4%	1,1%	100,0%
Stranieri	M	1,8%	79,5%	18,7%	-	100,0%
	F	11,1%	63,0%	22,2%	3,7%	100,0%
	T	3,1%	77,2%	19,2%	0,5%	100,0%
TOTALE	M	7,0%	73,4%	18,8%	0,8%	100,0%
	F	14,3%	66,2%	18,2%	1,3%	100,0%
	T	8,2%	72,2%	18,7%	0,8%	100,0%

Anno 1999

Classi d'età e nazionalità	0-18 anni	19-39 anni	40-64 anni	Maggiore di 65 anni	Totale
Italiani	9,6%	73,4%	16,6%	0,4%	100,0%
Stranieri	1,2%	77,6%	21,2%	-	100,0%
TOTALE	7,6%	74,4%	17,7%	0,3%	100,0%

Anno 2006

Classi d'età e nazionalità	0-18 anni	19-29 anni	30-40 anni	41-51 anni	Maggiore di 52 anni	Totale
Nord	38,89%	58,54%	52,86%	45,24%	45,45%	50,26%
Centro	22,22%	9,76%	24,29%	30,95%	13,64%	21,24%
Sud e isole	16,67%	19,50%	11,42%	11,91%	13,64%	13,99%
Paesi Unione Europea	22,22%	7,32%	11,43%	9,52%	27,27%	12,95%
Altri paesi	-	4,88%	-	2,38%	-	1,56%
TOTALE	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Per ciò che concerne la provenienza, per quanto riguarda il territorio nazionale vi è una predominanza di settentrionali, che dal 1996 hanno visto un incremento del 20%. Ciò probabilmente è dovuto alla posizione geografica della città di Imola e alla diminuzione delle presenze straniere, in particolar modo di quelle europee (prima fra tutte quella tedesca), dato che gli altri continenti sono stati costantemente rappresentati nelle varie edizioni.

Provenienza	1996	1999	2003	2006
Nord	36%	44%	56%	51%
Centro	13%	17%	17%	21%
Sud e Isole	10%	15%	11%	14%
ITALIA	59%	76%	84%	86%
Paesi Europei	40%	22%	14%	13%
Paesi non europei	1%	2%	2%	1%
ESTERO	41%	24%	16%	14%
TOTALE GENERALE	100%	100%	100%	100%

Così come sono mutate le provenienze degli appassionati dei motori, anche i mezzi di trasporto utilizzati per arrivare in città sono variati. Mentre l'auto propria rimane il principale vettore di spostamento preferito dai $\frac{2}{3}$ degli spettatori, è diminuito negli anni l'impiego di treni e pullman, in concomitanza al calo del numero dei gruppi organizzati. Un lieve regresso di utilizzo si riscontra per quanto riguarda i veicoli ricreazionali (camper e autocaravan), mentre si registra un notevole aumento di preferenza verso la moto costante nel tempo. Sono quindi i sistemi di trasporti cosiddetti "collettivi" a servire in maniera sempre meno efficace l'area locale in occasione del Gran Premio.

Mezzo Trasporto	1996	1999	2003	2006
Aereo	4%	5%	4%	5%
Treno	10%	15%	10%	8%
Auto propria	58%	55%	66%	65%
Auto a noleggio	3%	3%	2%	2%
Pullman	11%	12%	4%	3%
Moto	3%	3%	6%	8%
Camper	8%	4%	5%	4%
Autocaravan	2%	1%	1%	2%
Altri	1%	2%	2%	1%
TOTALE GENERALE	100%	100%	100%	100%

Mutamenti significativi si riscontrano poi soprattutto nella durata della permanenza degli spettatori. Mentre 10 anni fa chi assisteva alla sola gara della domenica non rappresentava neanche il 40%, l'anno scorso la percentuale è salita a più del 60%, facendo registrare un cambiamento di mentalità. Non si approfitta più del Gran Premio per trascorrere almeno un fine settimana di vacanza, ma il viaggio viene organizzato solo ed esclusivamente per ammirare la competizione domenicale. I turisti non sono più interessati a conoscere la zona trascorrendovi una breve vacanza. La durata media di soggiorno è, infatti, diminuita da 3 a 2 giorni.

Permanenza	1996	1999	2003	2006
1 Giorno	37%	50%	64%	61%
2 Giorni	19%	17%	17%	16%
3 Giorni	24%	21%	11%	11%
4-7 Giorni	16%	8%	7%	9%
Più di 7 giorni	3%	3%	1%	2%
Altro	1%	1%	-	1%
TOTALE GENERALE	100%	100%	100%	100%
Durata media	2,6	2,2	1,8	2,0

La diminuzione drastica degli stranieri può essere spiegata esaminando l'andamento della scelta di presenziare alla manifestazione con altre persone. La scelta principale rimane quella di farsi accompagnare dagli amici o dal partner, mentre è drasticamente diminuito il numero dei gruppi organizzati, quelli cioè che affiancano alla Formula 1 un breve soggiorno nelle località della zona.

Compagnia	1996	1999	2003	2006
Da solo	7%	6%	6%	8%
Con familiari	23%	22%	26%	27%
Con amici,partner..	54%	55%	61%	61%
Con gruppo organ.	15%	14%	6%	3%
Varie	1%	3%	1%	1%
TOTALE GENERALE	100%	100%	100%	100%

Osservando la dinamica della ricettività degli ultimi 3 anni, emerge un volume elevato e crescente di prenotazioni, sintomo di una tendenza alla comodità. Difatti, nel 2006 si è riscontrata un'elevata percentuale di pernottamenti in hotel (soprattutto a 3 stelle), anche se il campeggio e le soluzioni di "fortuna" (casa di amici, nottata sui veicoli, dormite all'aperto, ...) rappresentano l'orientamento prevalente. Si può anche notare come, negli anni, il pubblico che assiste alla Formula 1 sia composto sempre più da persone facoltose, le quali prediligono alloggi in hotel a 4 stelle.

Ricettività	2003 Imola + Circ.	2003 Totale	2006 Imola + Circ.	2006 Totale
PRENOTA	72%	76%	82%	85%
PERNOTTA in Hotel **	15%	10%	6%	2%
Hotel ***	18%	23%	20%	25%
Hotel ****	7%	13%	13%	17%
B&B + Ostello	11%	13%	16%	18%
Appartamento	10%	10%	9%	7%
Camping	26%	16%	27%	15%
Altri	13%	15%	13%	12%
TOTALE	100%	100%	100%	100%

Concludendo, da questo rapporto si rileva che, rispetto al 1996, il pubblico presente sul tracciato del Santerno ha subito una forte “italianizzazione” ed un lieve “invecchiamento”, a discapito della presenza di stranieri al di sotto dei 40 anni. Ciò provoca un innalzamento del ceto medio degli spettatori. Inoltre, sempre più donne si interessano al mondo dei motori.

In aggiunta, lo spettacolo della Formula 1 si sintetizza sempre più sul solo giorno della domenica, con la conseguenza di una minore permanenza dei turisti in città nei giorni della settimana precedenti. Va poi considerato il fatto che questo aspetto tocca in modo marginale la città di Imola e il suo circondario, poiché gli alberghi e le altre strutture ricettive della zona venivano sfruttate soprattutto dai team, i quali arrivavano prevalentemente all’inizio della settimana, occupando quindi il territorio per l’intera settimana.

Un’altra società di ricerca, il Censis servizi s.p.a., ha svolto un altro tipo di analisi sul Gran Premio di San Marino nel 1998 nel rapporto intitolato “Non solo corse”. In particolare, si è soffermata sulle tipologie di spesa che gli appassionati delle 4 ruote effettuano una volta arrivati nella città sede del campionato di Formula 1. Come anticipato, da questa indagine emerge che il giro di affari che gravitava attorno al Gran Premio di San Marino era stimabile in 76 miliardi di lire, pari a circa 40 milioni di euro suddivisi tra i biglietti per entrare nell’autodromo (17 miliardi, pari al 22,4%), hotel, camping e simili (15 miliardi, pari al 19,7%), ristorazione (23 miliardi, pari al 30,3%), negozi (19 miliardi, pari al 25%) e trasporto locale (1 miliardo, pari all’1,3%). Il Censis aveva inoltre ripartito la spesa tra gli spettatori che pernottavano e quelli che assistevano alla manifestazione per un solo giorno in questo modo:

- gli spettatori che pernottano suddividono così la spesa:
 - Per cibo e bevande 32%
 - Per dormire 27%
 - Spese in negozi 23%
 - Biglietti 17%
 - Trasporti 1%

- gli spettatori che non pernottano suddividono così la spesa:
 - Per cibo e bevande 27%
 - Biglietti 35%
 - Spese in negozi 32%
 - Trasporti 3%

La principale differenza fra le 2 categorie esaminate, risiede nella spesa per i biglietti di accesso alla competizione motoristica, in quanto restando in città un solo giorno, l'incidenza del costo del biglietto è molto più alta rispetto a chi soggiorna più a lungo. Per quanto riguarda le altre rilevazioni, in media chi pernotta è più dedito a spendere nella ristorazione, mentre chi preferisce la logica del "mordi e fuggi" è maggiormente interessato a comprare souvenir o a fare shopping nei negozi della città.

Infine, da questa ricerca emerge anche la ripartizione della spesa durante la settimana del Gran Premio. Si può notare che, anche nel 1998, la domenica rappresentava il giorno più affollato, durante il quale la città riceveva maggiori risorse dal pubblico.

	Lunedì – giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica	Totale	%
Totale spettatori	19.500	24.971	51.151	81.353	176.975	
Totale spesa	7,0	9,2	21,1	38,4	75,7	
Cibo e bevande	2,7	3,2	6,9	10,3	23,1	30,5
Alberghi	2,1	2,1	4,6	6,1	14,9	19,7
Shopping in negozi	2,2	2,7	5,7	8,8	19,4	25,6
Benzina e parcheggi	-	-	-	1,0	1,0	1,3
Biglietti	-	-	-	17,2	17,2	22,7

Poiché quest'anno il Gran Premio di San Marino non si svolgerà più a Imola, in quanto cancellato dal calendario, è utile capire quanto era importante tale manifestazione per il nostro territorio. Quanto riceveva effettivamente l'economia locale in quei 3 giorni di manifestazione internazionale? Dare una risposta a questa domanda, come detto in principio, non è certo semplice. Ma è appunto quello che mi propongo di fare in questo elaborato.

Per fare ciò, innanzitutto cercherò di stimare la spesa media del singolo spettatore che assisteva alla manifestazione basandomi sui dati ricavati dai rapporti della

Primola e del Censis illustrati in precedenza. Poiché questi dati risalgono ad alcuni anni fa, è necessario attualizzarli. In che modo? Tentando di comprendere com'è variato il pubblico e, quindi, com'è mutato il suo modo di spendere una volta arrivato in città.

Ho illustrato nelle pagine precedenti come nel corso degli anni la composizione degli spettatori sia mutata. Infatti, negli ultimi anni, gli appassionati dei motori che pervenivano a Imola sono stati sempre più rappresentati da italiani, soprattutto del nord, con un'età media di 38 anni. Gli stranieri sono diminuiti in modo costante e nel giro di 10 anni si sono più che dimezzati. In compenso, è cresciuto l'interesse femminile. Così, se da una parte gli stranieri erano più dediti a spendere nella ristorazione e nel consumo di generi alimentari in generale, questa perdita è compensata dall'aumento delle presenze femminili, le quali aumentano i consumi in tutti i settori.

Per quanto riguarda il ceto sociale, la sua dinamica rispecchia nel particolare ciò che è avvenuto a livello globale nella società italiana. Così, se da una parte è calato il numero degli imprenditori che assistevano alla Formula 1, d'altra parte i lavoratori autonomi sono ora più interessati all'evento. Lo stesso si può affermare per gli impiegati, i quali hanno occupato parte dei posti in tribuna prima acquistati dagli operai. Ciò provoca un discreto innalzamento del livello sociale, denotando una maggiore disponibilità a consumare una volta giunti in loco.

Per cui, si può ragionevolmente presumere che la quantità di risorse che giungevano alla città siano aumentate nel corso degli anni, in concomitanza con il cambiamento del pubblico.

Non è da dimenticare un altro fenomeno, cioè il numero degli spettatori presenti ai vari Gran Premi, così come illustrati nel sito ufficiale dell'autodromo di Imola. Questi dati si basano sul numero di biglietti venduti.

Anno	Data	Spettatori
1996	3/4/5 maggio	183.981
1998	24/25/26 aprile	170.764
1999	29/30 aprile 1 maggio	170.417
2003	18/19/20 aprile	82.000
2006	21/22/23 aprile	83.000

Si può notare come il numero degli spettatori si sia più che dimezzato in questi 10 anni. In particolare, rispetto al 1996, nel 2006 si è registrato un calo del 122%. Ciò

influisce molto negativamente sul volume di affari che gravitava attorno all'autodromo in quei giorni.

Concludendo, dal 1996 al 2006 si sono registrati 3 fenomeni molto diversi, i quali incidono sulla spesa totale degli spettatori in modo opposto:

- il minor numero di stranieri non ha inciso in maniera significativa sulla quantità di risorse che giungevano al territorio, se non per le casse dei ristoranti e dei mercati. In compenso, il più elevato numero di presenze femminili porta a una maggiore disponibilità a consumare in tutte le categorie rispetto al sesso maschile;
- il livello sociale è lievemente aumentato, poiché è incrementato il numero di lavoratori autonomi e di impiegati che amano assistere alla gara di persona;
- il numero degli spettatori presenti sulle tribune dell'autodromo si è più che dimezzato nel giro degli ultimi 10 anni.

Si può dunque affermare che l'indotto economico generato dal Gran Premio, se da una parte è discretamente aumentato in considerazione dell'aumento del pubblico femminile e dell'innalzamento del ceto medio degli spettatori, d'altra parte si è più che dimezzato in risposta al consistente calo di pubblico. Quale delle 2 tendenze influisce maggiormente sul risultato, non si può affermare con precisione, ma si può tentare di capire.

ANALISI 1

Innanzitutto, partirei con l'analisi del settore alberghiero. Dai dati mostrati fino ad ora, si può affermare che nel corso degli anni i turisti giunti a Imola in occasione della Formula 1 hanno cambiato le loro preferenze. Infatti, se 10 anni fa coloro che pernottavano nel territorio almeno una notte erano il 60%, oggi la situazione si è ribaltata, dato che ora questa percentuale descrive coloro che decidono di presenziare nella sola giornata della domenica. Da ciò deriva un calo degli incassi in questo settore, che non interessa solo Imola e il suo circondario, in quanto buona parte delle strutture ricettive della regione (da Modena a Rimini) lavorava in occasione della Formula 1.

Va poi considerato il fatto che gli hotel e le strutture ricettive situate in città venivano occupate in larga misura dai team delle varie scuderie partecipanti alla manifestazione, composte da minimo 100 persone a squadra, le quali arrivavano già il lunedì per poi ripartire dopo una settimana. Per cui il calo dei pernottamenti dovuti al modificarsi delle scelte degli spettatori non era molto sentito in città, le cui strutture continuavano a registrare negli anni il tutto esaurito.

Per cercare di stimare il giro di affari che interessava il pernottamento durante i giorni della manifestazione sportiva, mi sono servita dei dati raccolti dalla Primola legati alla permanenza degli appassionati dei motori durante il Gran Premio. Essi hanno evidenziato che il 61% del pubblico rimaneva in città solo la giornata della domenica, per cui non usufruiva degli alberghi nella zona, mentre il 29% si stabiliva nella regione almeno una notte, suddiviso in questo modo: il 16% preferiva passare una sola notte nel nostro territorio, l'11% decideva di cogliere l'occasione per trascorrere un fine settimana diverso, il 9% trasformava la manifestazione in un pretesto per una piccola vacanza e solo il 2% sceglieva di pernottare per più di una settimana. Considerando gli spettatori registrati l'anno scorso (83.000), la suddivisione in valori assoluti diventa:

$61\% * 83.000 = 50.630$	→ non pernotta
$16\% * 83.000 = 13.280$	→ pernotta per 1 notte
$11\% * 83.000 = 9.130$	→ pernotta per 2 notti
$9\% * 83.000 = 7.470$	→ pernotta per 3-6 notti
$2\% * 83.000 = 1.660$	→ pernotta per più di 6 notti

Accanto a questi dati, ho svolto un'indagine tra le varie tipologie di strutture ricettive presenti nella zona, cercando di capire la spesa media che doveva sostenere un turista per passare la notte nei dintorni della manifestazione. Da essa è emerso che i vari alberghi "approfittavano" del Gran Premio per aumentare le tariffe delle camere, considerando la settimana in cui esso si svolgeva come "alta stagione". Per cui, un hotel a 4 stelle fissava come prezzo per una doppia 210-250 €, un hotel a 3 stelle decideva per 140,00/180,00 €, mentre un hotel a 2 stelle o a 1 stella scendeva a 60,00/80,00 €. Si può dunque ipotizzare come tariffa media per una doppia 150,00 €, di conseguenza la spesa media pro capite è la metà, 75,00 €.

Ora si può procedere con i calcoli:

$13.280 * 75,00 \text{ €} = 996.000,00 \text{ €}$	→ incasso totale per 1 notte
$9.130 * (75,00 \text{ €} * 2) = 1.369.500,00 \text{ €}$	→ incasso totale per 2 notti

$$7.470 * (75,00 \text{ €} * 4,5) = 2.521.125,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso totale per 3-6 notti}$$

$$1.660 * (75 \text{ €,}00 * 7) = 871.500,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso totale per più di 6 notti}$$

Concludendo, l'anno scorso il ritorno economico concernente il settore alberghiero è stato di circa 5,8 milioni di euro (996.000,00 € + 1.369.500,00 € + 2.521.125,00 € + 871.500,00 € = 5.758.125,00 €).

Di questi, solo una parte rimaneva nel circondario imolese. Infatti non tutti coloro che assistevano al Gran Premio potevano soggiornare a Imola o nei suoi più immediati dintorni, in quanto la disponibilità dei letti è limitata e si assesta sui 2.280 posti letto. Inoltre, come già precisato in precedenza, le strutture ricettive imolesi lavoravano soprattutto con i team delle scuderie, i quali pernottavano in città per l'intera settimana. Ad oggi si contano 11 scuderie partecipanti al Gran Premio di Formula 1 formate da almeno 100 persone. Per cui, i team occupavano minimo 1.100 posti letto, cioè quasi la metà della disponibilità totale. La rimanente parte veniva riempita dagli spettatori, i quali trascorrevano di media 2 notti.

Calcolando:

$$1.100 * (75,00 \text{ €} * 7) = 577.500,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso derivante dalle scuderie}$$

$$1.180 * (75,00 \text{ €} * 2) = 177.000,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso derivante dal pubblico}$$

In conclusione, il fatturato del settore alberghiero concernente Imola e il suo circondario derivante dal circus trainato da Ecclestone si aggirava attorno ai 754.500,00 €. Alla città di Imola perveniva dunque circa il 13% dell'incasso totale (754.500,00 € / 5.758.125,00 € = 13,10%).

Come emerge dal rapporto stilato dal Censis, nel 1998 l'incidenza degli alberghi sulla spesa totale era pari al 19,7%. Per cui il totale delle risorse che il pubblico della Formula 1 spendeva per assistere alla gara automobilistica dovrebbe aggirarsi sui 30 milioni di euro (5.758.125,00 € / 19,7% = 29.229.060,90 €).

Questa percentuale, però, negli anni è cambiata, poiché è variata la composizione del pubblico e, in modo particolare, gli spettatori preferiscono oggi assistere alla sola gara della domenica, non usufruendo quindi delle strutture ricettive locali, le quali hanno negli anni aumentato le tariffe per le proprie camere. Di conseguenza, l'incidenza della spesa per soggiornare nelle prossimità dell'autodromo è calata.

Per cercare di stimare l'effetto del costo di pernottare sulla spesa totale, si possono osservare i dati raccolti dalla Primola riguardanti la permanenza degli spettatori. Rispetto al 1996, nel 2006 gli appassionati delle 4 ruote che pernottano sono calati

del 43% (115.908 del 1996 contro 66.463 del 2006), mentre rispetto al 1999 sono diminuiti del 22% (85.209 del 1999 contro 66.463 del 2006). Siccome i dati raccolti dal Censis risalgono al 1998, si potrebbe fare una media tra le due percentuali $((43\% + 22\%) / 2 = 32,5\%)$, ma è da considerare anche l'aumento del prezzo delle camere di un albergo (9 anni fa non erano così care!), per cui si può ragionevolmente stimare che il ribasso dell'incidenza della spesa alberghiera sulla spesa si assesta attorno al 30%. Si può quindi presumere che l'anno scorso gli alberghi hanno inciso per circa il 14% sulla spesa totale di ogni spettatore $(0,197 - 30\% = 0,0591 \quad 0,197 - 0,0591 = 13,79\%)$.

A questo punto, si può concludere che il volume di affari che l'anno scorso gravitava attorno al Gran Premio di San Marino è stimabile in 42 milioni di euro $(5.758.125,00 \text{ €} / 13,79\% = 41.755.801,31 \text{ €})$, una cifra superiore a quella trovata in precedenza, poiché ho supposto che l'incidenza della spesa per dormire sia nel tempo calata, in concomitanza alla diminuzione degli spettatori che decidono di pernottare fuori casa.

Utilizzando questa stima, le risorse sono così distribuite:

cibo e bevande	→ $41.755.801,31 \text{ €} * 30,5\% = 12.735.519,40 \text{ €}$
shopping in negozi	→ $41.755.801,31 \text{ €} * 25,6\% = 10.689.485,14 \text{ €}$
benzina e parcheggi	→ $41.755.801,31 \text{ €} * 1,3\% = 542.825,42 \text{ €}$
biglietti	→ $41.755.801,31 \text{ €} * 22,7\% = 9.478.566,90 \text{ €}$

ANALISI 2

Si potrebbe sviluppare un altro tipo di studio a partire dal costo medio⁴⁰ che doveva sostenere uno spettatore per acquistare un biglietto e incrociando tale dato con la suddivisione della spesa di chi pernotta e chi non pernotta fornita dal rapporto del Censis.

Poiché la durata media di chi pernotta è di 2 giorni, il mio studio si focalizza sulle giornate del sabato e della domenica.

⁴⁰ Si tratta di un costo medio ponderato, in quanto si deve tenere presente la disponibilità di posti per ogni tipologia di biglietto.

SABATO 22 APRILE 2006	PREZZO	POSTI	PREZZO * POSTI
Circolare e Prato Rivazza (escluso prato Tosa)	35,00 €	63.400	2.219.000,00 €
Prato Tosa	40,00 €	8.500	340.000,00 €
Tribuna A (partenza)	120,00 €	3.047	365.640,00 €
Tribuna M (arrivo)	100,00 €	2.370	237.000,00 €
Tribune B/C/D/E/F/G/H/I/L/S	60,00 €	15.379	922.740,00 €
Gradonata Tosa P	50,00 €	10.508	525.400,00 €
Gradonata Rivazza R	45,00 €	8.268	371.790,00 €
TOTALE		111.466	4.981.570,00 €

Il costo medio ponderato per assistere alle prove del sabato è pari a 44,69 € (4.981.570,00 € / 111.466 = 44,69).

DOMENICA APRILE 2006	PREZZO	POSTI	PREZZO * POSTI
Tribuna A (partenza)	445,00 €	3.047	1.355.915,00 €
Tribuna B (Tosa)	255,00 €	1.328	338.640,00 €
Tribuna C (Acque Minerali)	255,00 €	1.328	338.640,00 €
Tribuna D (Acque Minerali)	255,00 €	517	131.835,00 €
Tribuna E (Acque Minerali)	215,00 €	939	201.885,00 €
Tribuna F (Acque Minerali)	195,00 €	939	183.105,00 €
Tribuna G (Variante Alta)	175,00 €	1.624	284.200,00 €
Tribuna H (Rivazza)	175,00 €	2.316	405.300,00 €
Tribuna I (Variante Bassa)	270,00 €	2.831	764.370,00 €
Tribuna L (Variante Bassa)	170,00 €	2.462	418.540,00 €
Tribuna M (Arrivo)	350,00 €	2.370	829.500,00 €
Gradonata Tosa P Alta	140,00 €	5.254	735.560,00 €
Gradonata Tosa P Bassa	110,00 €	5.254	577.940,00 €
Gradonata Rivazza R Ovest	125,00 €	4.131	516.375,00 €
Gradonata Rivazza R Est	105,00 €	4.131	433.755,00 €
Tribuna S (Terrazza Tosa)	175,00 €	1.095	191.625,00 €
Prato Tosa	65,00 €	8.500	522.500,00 €
Circolare e prato Rivazza (escluso prato Tosa)	50,00 €	63.400	3.170.000,00 €
TOTALE		111.466	11.429.685,00 €

Per la giornata di domenica, ponderando le varie tipologie di biglietto con la disponibilità di posti per ognuna di essa, un appassionato doveva spendere in media un po' di più di 100,00 € (11.429,685,00 € / 111.466 = 102,54 €).

ABBONAMENTO 2 GIORNI	PREZZO	POSTI	PREZZO * POSTI
Prato Tosa	85,00 €	8.500	722.500,00 €
Circolare e prato Rivazza	75,00 €	63.400	4.755.000,00 €
Gradonata Tosa P Alta	170,00 €	5.254	893.180,00 €
Gradonata Tosa P Bassa	140,00 €	5.254	735.560,00 €
Gradonata Rivazza R Ovest	152,00 €	4.131	627.912,00 €
Gradonata Rivazza R Est	132,00 €	4.131	545.292,00 €
TOTALE		90.670	8.279.444,00 €

Per quanto riguarda l'abbonamento per il sabato e la domenica, il costo medio ponderato è di poco inferiore a 100,00 € ($8.270.444,00 \text{ €} / 90.670 = 91,31 \text{ €}$).

Come emerge dalla ricerca svolta dal Censis, il costo del biglietto incide in maniera diversa nel bilancio personale di chi decide di trascorrere almeno una notte in zona e di chi sceglie invece di partecipare alla manifestazione sportiva solo nel giorno della domenica. In particolare, tale costo rappresenta poco più di 1/3 della spesa complessiva per chi non pernotta. Tale incidenza si dimezza per coloro che pernottano.

SPETTATORI	Cibo e bevande	Dormire	Spese in negozi	Biglietti	Trasporti
Pernottano	32%	27%	23%	17%	1%
Non pernottano	27%	-	32%	35%	3%

Anche se questi dati risalgono al 1998, anno rispetto al quale la composizione del pubblico è profondamente cambiata, non è detto che il mutamento sia avvenuto anche all'interno delle modalità di spesa di queste 2 tipologie di individui.

Assumendo quindi questi dati come veritieri, posso partire con la mia analisi.

SPETTATORI CHE NON PERNOTTANO

Gli appassionati delle quattro ruote che seguono la logica del “mordi e fuggi” arrivavano in città solo la domenica per assistere alla gara di Formula 1, sostenendo una spesa media per il biglietto di ingresso di 102,54 €. Poiché l'incidenza del costo del biglietto sulla spesa totale è pari al 35%, ogni singolo spettatore che decideva di non pernottare spendeva in media 292,97 €. Tale valore era così suddiviso:

- cibo e bevande → 79,10 €
- spese in negozi → 93,75 €
- biglietto → 102,54 €
- trasporti → 8,79 €

SPETTATORI CHE PERNOTTANO

Per quanto riguarda coloro che approfittavano della Formula 1 per trascorrere almeno una notte fuori casa, esisteva la possibilità di scegliere tra acquistare

l'abbonamento valido per le giornate di sabato o domenica oppure, se volevano sedersi sulle tribune, comprare sia il biglietto per le prove che quello per la gara domenicale.

Esaminerò quindi 3 ipotesi:

1. si acquistano solo gli abbonamenti,
2. si acquistano solo i biglietti sia per il sabato che per la domenica,
3. si acquistano sia abbonamenti che biglietti (il prezzo medio verrà ponderato utilizzando la disponibilità di posti per ogni tipologia di biglietto).

Come risultato della prima ipotesi otterrò il valore inferiore per quanto riguarda il volume di risorse che giungevano al territorio in occasione del Gran Premio; per la seconda ipotesi, invece, conseguirò un valore maggiore; infine, nell'ultima ipotesi risulterà una cifra compresa tra le 2 precedenti, quella che più si dovrebbe avvicinare di più alla realtà. In questo modo, apparirà una forbice di valori.

IPOTESI 1:

Ipotizzando che tutti gli spettatori che pernottano acquistino l'abbonamento per assistere sia alle prove che alla gara a un prezzo vantaggioso, la spesa totale che risulta è di circa 500,00 €. Difatti, per questa tipologia di turisti, l'incidenza del costo del biglietto sulla spesa media è del 35%. Per cui, $91,31 \text{ €} / 17\% = 537,12 \text{ €}$.

Tale spesa è così ripartita:

cibo e bevande	→ 171,89 €
dormire	→ 145,02 €
spese in negozi	→ 123,54 €
biglietto	→ 91,31 €
trasporti	→ 5,37 €

IPOTESI 2:

Se invece si suppone che questa categoria di pubblico voglia sedersi sulle tribune, sarà obbligata ad acquistare sia il biglietto per sabato che quello domenicale, sostenendo una spesa media di 147,23 € ($44,69 \text{ €} + 102,54 \text{ €} = 147,23 \text{ €}$).

Utilizzando questo valore, la spesa totale di ogni spettatore aumenta fino a 866,06 € ($147,23 \text{ €} / 17\% = 866,06 \text{ €}$), così suddivisa:

cibo e bevande	→ 277,14 €
dormire	→ 233,84 €

spese in negozi → 199,19 €
 biglietto → 147,23 €
 trasporti → 8,66 €

IPOTESI 3:

Infine, se si presume che si acquistino sia abbonamenti che singoli biglietti, utilizzando sempre come criterio di ponderazione la disponibilità di posti, la spesa di ogni singolo appassionato diminuisce fino a assestarsi sul valore di 770,97 €. Infatti, il prezzo medio per entrare al circuito sia il sabato che la domenica è ora 131,06 € $((147,23 \text{ €} * 222.932 + 91,31 \text{ €} * 90.670) / 313.602 = 131,06 \text{ €})$. La cifra 770,97 € è così ripartita:

cibo e bevande → 246,71 €
 dormire → 208,16 €
 spese in negozi → 177,32 €
 biglietto → 131,06 €
 trasporti → 7,71 €

Si può ora procedere con il calcolo della spesa totale complessiva che il pubblico sosteneva in aggregato.

Per quanto riguarda gli spettatori che non pernottano, la spesa complessiva è pari a circa 15 milioni di euro $(292,97 \text{ €} * 50.630 = 14.833.093,28 \text{ €})$.

Per quanto riguarda gli spettatori che pernottano, invece, nella prima ipotesi la spesa totale si aggira sui 17 milioni di € $(537,12 \text{ €} * 32.370 = 17.386.574,40 \text{ €})$; nella seconda ipotesi risulta pari a circa 28 milioni di € $(866,06 \text{ €} * 32.370 = 28.034.521,97 \text{ €})$; nella terza ipotesi scende a circa 25 milioni di € $(770,97 \text{ €} * 32.370 = 24.956.140,57 \text{ €})$.

Il volume di risorse portato dal pubblico è stimabile con una cifra che va dai 30 (stima più pessimista) ai 40 milioni di euro (nel migliore delle ipotesi).

	IPOTESI 1	IPOTESI 2	IPOTESI 3
Spesa totale di chi non pernotta	14.833.093,28 €	14.833.093,28 €	14.833.093,28 €
Spesa totale di chi pernotta	17.386.574,40 €	28.034.521,97 €	24.956.140,57 €
Spesa totale pubblico	32.019.667,68 €	42.867.615,25 €	39.789.233,85 €

Approfondendo l'analisi, il volume di affari era così suddiviso:

IOTESI 1:

cibo e bevande	→ $79,10 \text{ €} * 50.630 + 171,89 \text{ €} * 32.370 = 9.568.912,30 \text{ €}$
dormire	→ $145,02 \text{ €} * 32.370 = 4.694.297,40 \text{ €}$
spese in negozi	→ $93,75 \text{ €} * 50.630 + 123,54 \text{ €} * 32.370 = 8.745.552,30 \text{ €}$
biglietti	→ $102,54 \text{ €} * 50.630 + 91,31 \text{ €} * 32.370 = 8.147.304,90 \text{ €}$
trasporti	→ $8,79 \text{ €} * 50.630 + 5,37 * 32.370 = 618.864,60 \text{ €}$

IOTESI 2:

cibo e bevande	→ $79,10 \text{ €} * 50.630 + 277,14 \text{ €} * 32.370 = 12.975.854,80 \text{ €}$
dormire	→ $233,84 \text{ €} * 32.370 = 7.569.400,80 \text{ €}$
spese in negozi	→ $93,75 \text{ €} * 50.630 + 199,19 \text{ €} * 32.370 = 11.194.342,80 \text{ €}$
biglietti	→ $102,54 \text{ €} * 50.630 + 147,23 \text{ €} * 32.370 = 9.957.435,30 \text{ €}$
trasporti	→ $8,79 \text{ €} * 50.630 + 8,66 * 32.370 = 725.361,90 \text{ €}$

IOTESI 3:

cibo e bevande	→ $79,10 \text{ €} * 50.630 + 246,71 \text{ €} * 32.370 = 11.990.835,70 \text{ €}$
dormire	→ $208,16 \text{ €} * 32.370 = 6.738.139,20 \text{ €}$
spese in negozi	→ $93,75 \text{ €} * 50.630 + 177,32 \text{ €} * 32.370 = 10.486.410,90 \text{ €}$
biglietti	→ $102,54 \text{ €} * 50.630 + 131,06 \text{ €} * 32.370 = 9.434.012,40 \text{ €}$
trasporti	→ $8,79 \text{ €} * 50.630 + 7,71 * 32.370 = 694.610,40 \text{ €}$

Come risultato di quest'analisi, ho trovato un range di valori che corrisponde a quello precedente. Infatti, in seguito allo studio del settore alberghiero, risultava un giro di affari pari 30 milioni di € se si considerava immutata l'effetto della spesa per pernottare sulla spesa totale, mentre se si diminuiva tale incidenza in considerazione del mutamento della composizione del pubblico, emergeva un valore superiore, circa 42 milioni di euro.

Si può quindi ragionevolmente concludere che quest'anno il Gran Premio di San Marino non ha potuto beneficiare il territorio che lo avrebbe dovuto ospitare di una cifra alquanto consistente che si colloca tra i 30 e i 40 milioni di euro.

Tale valore si posiziona perfettamente nel mezzo delle stime calcolate dalle testate giornalistiche, cioè tra i 20 milioni di euro de "Il sole 24 ore" e i 50 milioni di euro del "Corriere Romagna".

L'INDOTTO ECONOMICO PER LA CITTÀ DI IMOLA

Dall'analisi da me sviluppata risulta che l'indotto economico derivante dal Gran Premio di San Marino si aggirava tra i 30 e i 40 milioni di euro. Tale cifra si riferisce, però, all'intera regione, non solo alla città di Imola. Quale percentuale veniva trattenuta a Imola è difficile da estrapolare.

In precedenza, durante l'analisi del fatturato del settore alberghiero, ho calcolato i ricavi sia in aggregato, sia nel particolare per la città di Imola. È risultato che gli hotel imolesi incassavano il 13,10% del ricavato totale. Se si presume che tale percentuale sia valida per tutti i settori, si può concludere che l'indotto economico derivante dal Gran Premio per la sola città di Imola equivalga a una cifra tra i 4 e i 5 milioni di euro.

Per cercare di dare una qualche indicazione sulla suddivisione di questo volume di affari nei vari capitoli di spesa, si può utilizzare come indotto complessivo la cifra di 4,5 milioni di euro e come parametro di suddivisione tra le varie categorie le percentuali fornite dal Censis già utilizzate in precedenza:

cibo e bevande	→ 4.500.000,00 € * 30,5% = 1.372.500,00 €
alberghi	→ 4.500.000,00 € * 19,7% = 886.500,00 €
shopping in negozi	→ 4.500.000,00 € * 25,6% = 1.152.000,00 €
benzina e parcheggi	→ 4.500.000,00 € * 1,3% = 58.500,00 €

IL DANNO ECONOMICO PER LA CITTÀ DI IMOLA

Una volta quantificato il giro di affari, è utile anche capire quanto effettivamente ci ha rimesso la città di Imola in seguito alla perdita del Gran Premio.

Effettuando indagini nei vari settori locali, ho riscontrato situazioni molto diverse. Se da una parte alcune categorie, quali alberghi, ristoranti, commercio e trasporti, hanno registrato diminuzioni considerevoli nei loro fatturati, altri settori non hanno constatato alcuna perdita. Mi riferisco alle aziende locali, in particolar modo alle cooperative, anche quelle a cui la Sagis commissionava i lavori. Difatti, per quanto riguarda la Formula 1, la spa si serviva di alcune società locali soprattutto per la pulizia e lo smaltimento dei rifiuti. Tali incarichi incidavano in modo marginale nei vari bilanci, in quanto non rappresentavano neanche l'1% del fatturato totale. Considerando, invece, le cooperative che hanno legato il loro nome a quello di Imola (Sacmi, Cefla, 3elle e Cooperativa Ceramica), esse non sono state in alcun modo penalizzate dalla cancellazione del Gran Premio, anzi, alcune di esse (Sacmi e Cefla) hanno risparmiato quei fondi destinati alle aree hospitality in cui i clienti erano accolti per assistere all'evento sportivo.

Per quel che concerne i settori più colpiti, non tutti gli esercizi hanno subito disagi. Infatti, coloro che non erano collocati in posizione centrale hanno persino avuto dei vantaggi, poiché la clientela abituale non ha rinunciato a muoversi da casa a causa della confusione inevitabilmente creata dal circus automobilistico.

Ciononostante, la ricettività imolese ha subito un grave colpo in aggregato.

Non va poi dimenticato che durante il Gran Premio la gestione dei parcheggi veniva affidata alle varie associazioni locali, le quali quest'anno non hanno potuto beneficiare degli introiti.

Calcolare il danno economico effettivo per i vari settori non è di certo possibile, però per alcuni di essi, come la ristorazione e il settore alberghiero, si può tentare.

SETTORE ALBERGHIERO

Il territorio del circondario imolese presenta una disponibilità di posti letto pari a 2.600 divisi in alberghi, agriturismi, affittacamere e Bed & Breakfast, di cui 2.280 sono siti negli alberghi. Mediamente ogni anno vengono registrate tra le

200/220.000⁴¹ presenze (persone che pernottano nelle strutture ricettive moltiplicate per i giorni di permanenza). Ovviamente, buona percentuale dei turisti arrivano in città per gli eventi legati all'autodromo, come il Gran Premio di San Marino, l'Heineken Jammin' Festival o la mostra scambio Crame.

Come noto, quest'anno la città ha perso due dei suoi eventi più importanti, cioè il Gran Premio di Formula 1 e il concerto rock dell'Heineken. In aggiunta a ciò, da novembre 2006 fino a settembre 2007 l'autodromo è stato chiuso per lavori di ristrutturazione, per cui tanti eventi minori sono venuti a mancare, per esempio il Ferrari Challenge a marzo o la Formula Renault a maggio.

Tutto ciò ha mosso la preoccupazione degli albergatori e dei commercianti, che, assieme alle loro associazioni, hanno cercato sin dalla probabile cancellazione della competizione automobilistica di sollevare il problema a livello istituzionale, ma senza risultati. Il Gran Premio è stato perso. E con esso il livello delle presenze è diminuito nel mese di aprile del 19,98% rispetto all'anno precedente (20.871 presenze del 2006 contro le 16.700 del 2007)⁴². Anche se il calo sembra non essere rilevante, non bisogna dimenticare che, durante manifestazioni internazionali come la F1, la tariffa delle camere lievita. Mediamente un hotel 4 stelle vendeva le proprie camere per 210,00/250,00 € a notte, per un hotel 3 stelle il prezzo scendeva sui 140,00/180,00 €, infine una doppia di un hotel 1 o 2 stelle veniva venduta per 60,00/80,00 €. Confrontando queste tariffe con quelle attuali (90,00 € per una camera doppia in un hotel a 4 stelle, 70,00 € in un hotel 3 stelle, 60,00 o 50,00 € in un hotel 1 o 2 stelle), si nota che i prezzi venivano maggiorati fino al 170%. Per cui, se non si delinea una situazione catastrofica per quanto riguarda le presenze in città, per ciò che concerne il fatturato il discorso è diverso.

Effettuando un'indagine tra gli alberghi di Imola e dintorni, i dati ufficiali vengono confermati. Infatti, l'occupazione nel mese di aprile è scesa in media del 20%. Non ho riscontrato, però, una situazione uniforme per quel che riguarda il fatturato. Dalla mia analisi è emerso che i vari hotel hanno reagito in maniera diversa. Per cui, accanto a perdite disastrose connesse ad alberghi con grande disponibilità di camere, ho rilevato una forte volontà di orientare il turismo di Imola verso altri eventi e luoghi non legati al Gran Premio o all'autodromo. Così sono nate varie promozioni legate al territorio non più riservate al solo week-end, ma all'intera settimana, come soggiorni a tariffe agevolate connesse alla "strada dei vini e dei

⁴¹ Fonte: Provincia di Bologna – Servizio Turismo – Ufficio statistico

⁴² Fonte: Flussi turistici circondario imolese

sapori”, alla “terra dei motori”, a convenzioni con parchi giochi nei dintorni (per esempio Mirabilandia), al turismo di affari (congressi, convegni, ecc.) o al turismo vero e proprio (palazzi, rocche, centri storici, ecc.).

Ciononostante, il danno economico è comunque rilevante.

Se si vuole tentare di quantificare tale danno, si può partire dal calcolo della perdita giornaliera in termini di fatturato che gli hotel hanno registrato quest’anno durante la settimana in cui doveva esserci il Gran Premio.

Come detto in precedenza, la disponibilità alberghiera di posti letto nel territorio imolese si assesta sui 2.280, così suddivisi:

CATEGORIA	4 stelle	3 stelle	2 stelle	1 stella
POSTI LETTO	925	1.023	271	60

In occasione della Formula 1 gli alberghi registravano il tutto esaurito, per cui l’incasso quotidiano registrato si ottiene moltiplicando i posti letto per la tariffa applicata (ricordandosi che essa si riferisce a una camera doppia):

$$925 * (230,00 \text{ €} / 2) = 106.375,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 4stelle}$$

$$1.023 * (160,00 \text{ €} / 2) = 81.840,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 3 stelle}$$

$$271 * (80,00 \text{ €} / 2) = 10.840,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 2 stelle}$$

$$60 * (60,00 \text{ €} / 2) = 1.800,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 1 stella}$$

L’incasso totale è dunque circa 200.000,00 € (106.375,00 € + 81.840,00 € + 10.840,00 € + 1.800,00 € = 200.855,00 €).

Dopodiché, si calcola l’incasso giornaliero che quest’anno hanno registrato i vari hotel, non dimenticandosi che l’occupazione è scesa del 20% e che le tariffe applicate sono quelle di “bassa stagione”:

CATEGORIA	4 stelle	3 stelle	2 stelle	1 stella
POSTI LETTO	925	1.023	271	60
- 20%	740	818,4	216,8	48

$$740 * (90,00 \text{ €} / 2) = 33.300,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 4 stelle}$$

$$818,4 * (70,00 \text{ €} / 2) = 28.644,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 3 stelle}$$

$$216,8 * (60,00 \text{ €} / 2) = 6.504,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 2 stelle}$$

$$48 * (50,00 \text{ €} / 2) = 1.200,00 \text{ €} \rightarrow \text{incasso quotidiano hotel 1 stella}$$

L'incasso totale è dunque circa 70.000,00 € (33.300,00 € + 28.644,00 € + 6.504,00 € + 1.200,00 € = 69.648,00 €).

Calcolare la perdita derivante dalla mancata assegnazione del Gran Premio di San Marino è ora semplice:

$$200.855,00 \text{ €} - 69.648,00 \text{ €} = 131.207,00 \text{ €} \rightarrow \text{perdita per 1 giorno}$$

Il mancato incasso è così suddiviso tra le varie tipologie di alberghi:

CATEGORIA	4 stelle	3 stelle	2 stelle	1 stella	TOTALE
INCASSO CON GP	106.375,00 €	81.840,00 €	10.840,00 €	1.800,00 €	200.855,00 €
INCASSO SENZA GP	33.300,00 €	28.644,00 €	6.504,00 €	1.200,00 €	69.648,00 €
PERDITA 1 giorno	73.075,00 €	53.196,00 €	4.336,00 €	600,00 €	131.207,00 €

Come si può notare dalla tabella, le perdite maggiori sono state rilevate dagli alberghi a 3 e 4 stelle, poiché sono quelli con la maggiore disponibilità di posti letto. I piccoli alberghi sono riusciti a attutire meglio il “colpo”.

Come detto in precedenza, circa la metà dei posti letto negli alberghi del circondario era occupata dalle varie scuderie dei team, che alloggiavano l'intera settimana. Si può quindi calcolare il danno derivante dal mancato soggiorno delle molte squadre automobilistiche:

$$(131.207,00 \text{ €} / 2) * 7 = 459.224,50 \text{ €}$$

La restante disponibilità dei posti letti era messa a disposizione degli appassionati delle quattro ruote che pernottavano in media due giorni:

$$(131.207,00 \text{ €} / 2) * 2 = 131.207,00 \text{ €}$$

La perdita totale è quindi quantificabile in circa 600.000,00 € (459.224,50 € + 131.207,00 € = 590.431,50 €).

Tale perdita risulta però sottostimata, poiché non ho considerato la reazione che gli hotel hanno avuto in seguito alla cancellazione del Gran Premio. Infatti, soprattutto gli hotel più rinomati hanno dovuto abbassare le loro tariffe tramite iniziative per cercare di coprire il più possibile il buco provocato dall'assenza della Formula 1. Ciò ha sì provocato un innalzamento dell'occupazione nell'intero primo

quadrimestre rispetto all'anno scorso, ma ha portato sicuramente meno denaro nelle casse.

Va poi sottolineato che *“nonostante il clima di incertezza che da anni caratterizzava il tema Formula 1, gli albergatori hanno continuato a investire risorse per innalzare sempre più il livello dell'ospitalità e del servizio⁴³”*.

Alla luce di queste considerazioni, il danno economico subito dal settore alberghiero locale risulta maggiore di 600.000,00 €, anche se non saprei quantificare tale aumento.

RISTORAZIONE

Durante la settimana precedente il Gran Premio, la città di Imola subiva una trasformazione, poiché veniva allestita in occasione dell'evento internazionale. In particolare, veniva preparato un percorso guidato per accompagnare i visitatori dalla stazione ferroviaria all'autodromo, passando per il centro storico, lungo il quale un'associazione imolese, l'Ascom, in collaborazione con il Comune e con il sostegno di importanti sponsor nazionali e locali, di istituzioni, operatori economici e organizzazioni imprenditoriali del mondo artigianale, agricolo e della cooperazione, organizzava una due giorni di musica, giochi, animazioni, sorprese e informazioni. L'iniziativa, denominata *“Imola scende in pista”*, rappresentava *“un'opportunità di promozione tuttocampo, un evento che dimostra a tutti, visitatori, turisti e abitanti locali, la grande vivacità imprenditoriale del nostro territorio⁴⁴”*.

Ovviamente, il “rettilineo” costituiva un'ottima opportunità anche per gli esercizi commerciali che si situavano lungo il tragitto. In particolare, dalla loro ubicazione vi traevano grosso vantaggio i ristoranti, i quali registravano il tutto esaurito sia a pranzo che a cena durante quella settimana.

Intervistando i vari ristoratori imolesi, ho trovato conferma di quanto appena esposto. Infatti, la mancanza del Gran Premio ha portato ricadute economiche negative solo nei bilanci dei ristoranti ubicati lungo la via di passaggio. Quelli esclusi, invece, non hanno subito flessioni nel fatturato, anzi, rispetto agli anni

⁴³ Gianfranco Montanari, presidente dell'Alterim, a *“Il Resto del Carlino”*, 29 ottobre 2006

⁴⁴ Danilo Galassi, presidente dell'Ascom, al *“Sabato Sera”*, 22 aprile 2006

scorsi, hanno lavorato di più, poiché la clientela abituale non è stata scoraggiata dalla confusione che la Formula 1 inevitabilmente comporta.

Per cui, sono effettivamente tre i ristoranti che a Imola hanno subito perdite notevoli: l'Hostaria '900, Naldi e l'Osteria del vicolo nuovo, i quali si posizionano appunto nei pressi dell'autodromo. A questi si aggiungono altri due ristoranti, conosciuti soprattutto per il loro nome: il San Domenico e il ristorante Molino Rosso. In aggregato questi 5 ristoranti hanno registrato un danno pari a circa 200.000,00 €.

RISTORANTE NALDI

Situato all'entrata dell'autodromo, è l'esercizio che ci ha rimesso più degli altri, poiché gestiva il servizio di catering della torretta Marlboro, che gli fruttava circa 80.000,00 €. Inoltre, il ristorante ha visto un calo della clientela pari all'80%, procurando un danno di circa 20.000,00 €.

Infatti, il ristorante ha una disponibilità pari a 50 coperti, i quali diventano 100 se si considera sia il pranzo che la cena. Poiché il costo medio di un pasto si aggira sui 40,00 €, "Naldi" incassava quotidianamente circa 4.000,00 € ($100 * 40,00 \text{ €} = 4.000,00 \text{ €}$) durante la settimana del Gran Premio, cioè circa 24.000,00 € ($4.000,00 \text{ €} * 6 = 24.000,00 \text{ €}$) se si considera l'intero periodo dedicato alla manifestazione. Poiché è stato registrato una diminuzione di circa 500 persone, che rappresentano circa l'80% dell'intera clientela, la perdita di fatturato è di 19.200,00 € ($24.000,00 \text{ €} * 80\% = 19.200,00 \text{ €}$).

RISTORANTE MOLINO ROSSO

Ubicato all'uscita dell'autostrada, presenta una disponibilità di 600 coperti. Considerando sia il pranzo che la cena, i posti presenti diventano 1.200 al giorno. Anche per il Molino Rosso, un pasto costa all'incirca 40,00 €. Supponendo il tutto esaurito, questo ristorante può incassare più o meno 50.000,00 € ($1.200 * 40,00 \text{ €} = 48.000,00 \text{ €}$) al giorno. Durante la settimana del Gran Premio, il ristorante era sempre al completo, in considerazione anche del fatto che all'hotel alloggiavano i team. Per cui, il fatturato veniva incrementato di quasi 300.000,00 € ($48.000 * 6 = 288.000,00 \text{ €}$) grazie alla Formula 1. Poiché quest'anno i clienti sono calati di circa il 20%, il danno economico per il Molino Rosso si aggira sui 60.000,00 € ($288.000,00 \text{ €} * 20\% = 57.600,00 \text{ €}$).

RISTORANTE SAN DOMENICO

Essendo uno dei più rinomati ristoranti della città, era molto frequentato dai “pezzi grossi” che la Formula 1 porta con sé, primo fra tutti Flavio Briatore. Senza il circus trainato da Ecclestone, il locale ha perso il 50% della sua clientela durante quella settimana, perdendo poco più di 25.000,00 €.

Difatti, offrendo una disponibilità di 40 posti sia pranzo che a cena e un pasto raffinato e prezioso del valore medio di 110,00 €, fatturava giornalmente circa 50.000,00 € ($40 * 2 * 110,00 € = 52.800,00 €$). Quest’anno metà dell’incasso è stato perso a causa della mancanza del Gran Premio, per cui il danno risulta pari a 26.400,00 € ($52.800,00 € * 50% = 26.400,00 €$).

OSTERIA DEL VICOLO NUOVO

Posizionato nel cuore di Imola lungo il “rettilineo” che dalla stazione ferroviaria portava all’autodromo, quest’anno l’osteria ha registrato una diminuzione delle presenze all’interno del locale pari al 40%. Ciò ha provocato una flessione del fatturato di circa 6.000 €. In effetti, il locale può ospitare fino a 50 persone a pranzo, il cui costo medio è di circa 15,00 €, e altrettante persone a cena, quando il prezzo medio di un pasto sale a 40,00 €. Per cui, l’incasso di un giorno in cui l’osteria registra il tutto esaurito, come avveniva durante l’evento automobilistico, è di poco inferiore a 3.000,00 € ($50 * 15,00 € + 50 * 40,00 € = 2.750,00 €$). Moltiplicando il fatturato quotidiano per i 6 giorni del Gran Premio, questo superava i 15.000,00 € ($2.750,00 € * 6 = 16.500,00 €$). Poiché la clientela quest’anno è calata del 40%, il danno economico subito da questa osteria consiste in 6.600,00 € ($15.000,00 € * 40% = 6.600,00 €$).

RISTORANTE HOSTARIA ‘900

Collocato nell’elegante viale che conduce dal centro storico all’autodromo, è il ristorante che ha subito il danno minore, poiché ha registrato un lieve ribasso della clientela, pari al 15%. Ciò significa che la mancanza del Gran Premio ha provocato una perdita economica di poco inferiore a 5.000,00 €.

Poiché la disponibilità di coperti è pari a 90 sia a pranzo che a cena, cioè 180 coperti considerando l’intero arco della giornata, durante la settimana della Formula 1 il ristorante poteva incassare più di 5.000,00 € al giorno, visto che il valore di un pasto medio è di 30 € ($180 * 30,00 € = 5.400,00 €$). Prendendo in

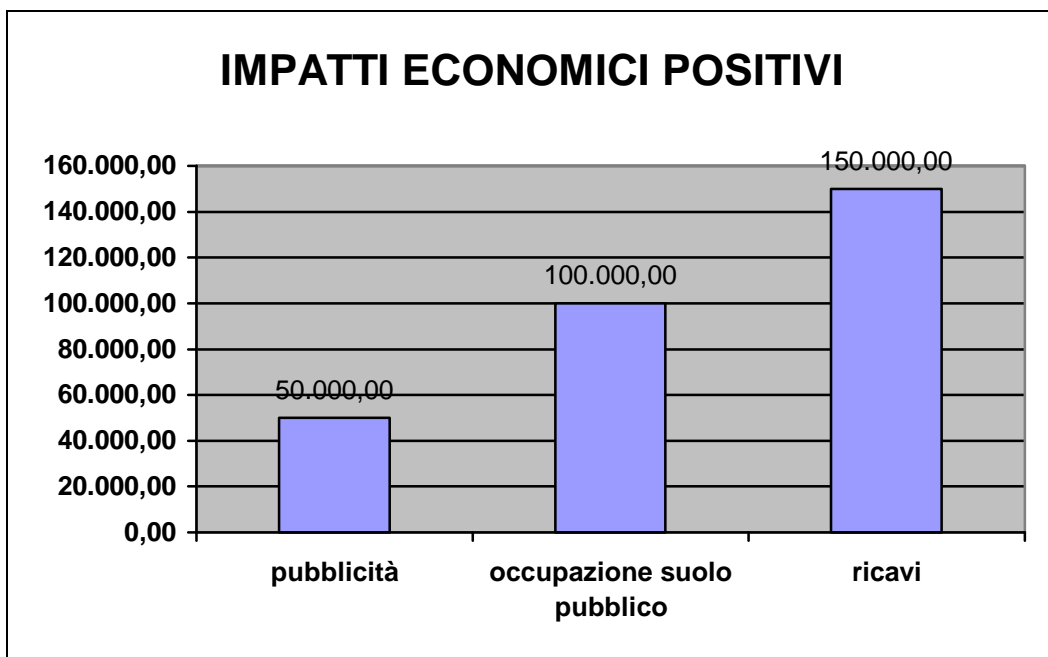
esame la durata totale della manifestazione internazionale, il fatturato aumentava di circa 30.000,00 € ($5.400,00 \text{ €} * 6 = 32.400,00 \text{ €}$). Quest'anno, invece, durante la settimana in cui tale evento era stato programmato, si è registrato un danno economico pari a 4.860,00 € ($32.400,00 \text{ €} * 15\% = 4.860,00 \text{ €}$).

In conclusione, sommando tutte le perdite stimate grazie all'aiuto dei ristoratori, si giunge ad avere un danno economico per il settore della ristorazione di Imola di circa 200.000,00 € ($80.000,00 \text{ €} + 19.200,00 \text{ €} + 57.600,00 \text{ €} + 26.400,00 \text{ €} + 6.600,00 \text{ €} + 4.860,00 \text{ €} = 194.600,00 \text{ €}$).

Purtroppo, il danno economico non riguarda solo la settimana del Gran Premio. In effetti, poiché tale evento portava quasi 200.000 presenze in città, i ristoranti avevano l'occasione di "conquistare" nuovi clienti, i quali potevano ritornare nei locali imolesi quando si trovavano nei paraggi. Per cui, se si considera l'indotto che durante l'anno la Formula 1 produceva a Imola, tale valore è superiore al danno economico concernente una sola settimana. Di quanto tale cifra superi i 200.000 € precedentemente stimati, è estremamente difficile valutare.

COMUNE

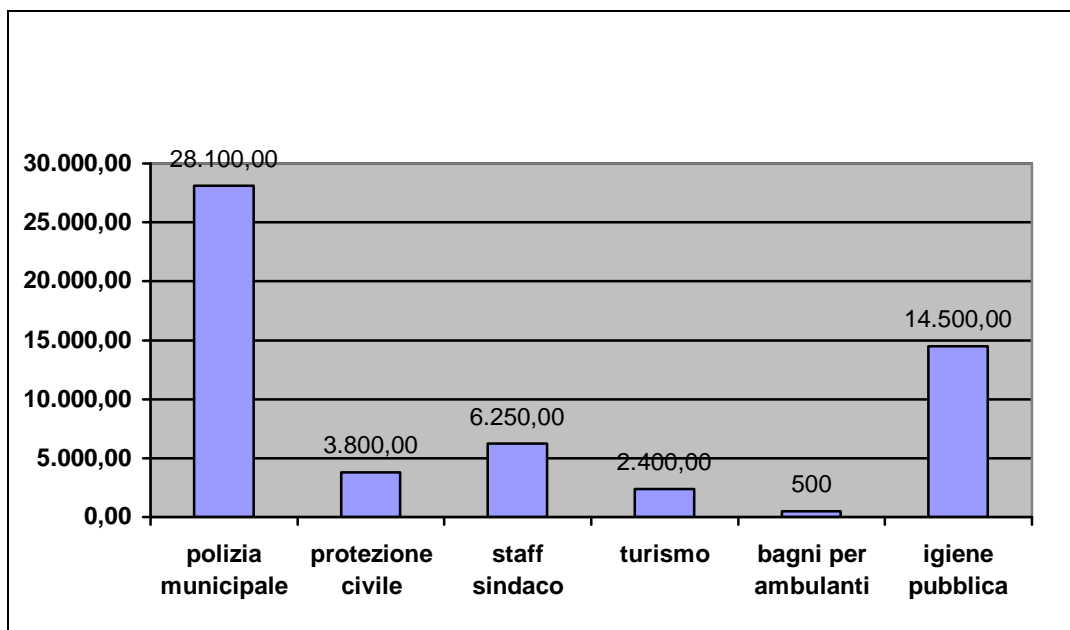
La perdita del Gran Premio ha provocato ricadute negative pure nel bilancio del Comune. Infatti, la manifestazione internazionale portava ingenti ricavi anche alla pubblica amministrazione sotto forma di imposta comunale sulla pubblicità e di tassa per l'occupazione del suolo pubblico. In aggiunta a questi introiti, in convenzione era anche prevista la devoluzione nelle casse del Comune dell'8% degli incassi da gare ed eventi motoristici da parte della società di gestione, la quale ogni anno chiedeva alla città di rinunciarvi.



La Formula 1 permetteva quindi di accrescere i ricavi della pubblica amministrazione di circa 150.000,00 €.

Per quanto riguarda i costi, invece, il Comune si doveva occupare principalmente di 6 categorie:

- polizia municipale (fornitura, vitto e alloggio di vigili esterni, segnaletica e noleggio radio),
- protezione civile (guardie ecologiche, vettovagliamento, elettricità e servizi topografici),
- staff del sindaco (noleggio transenne e bagni chimici),
- turismo (noleggio struttura informazione),
- bagni per ambulanti e
- igiene pubblica (pulizia strade).



Complessivamente, quindi, i costi che la pubblica amministrazione doveva sostenere per gestire una manifestazione di tale rilevanza ammontavano a 55.600,00 €.

In conclusione, quest'anno le casse del Comune si sono viste private di circa 100.000,00 € (150.000,00 € - 55.600,00 € = 94.400,00 €).

In aggiunta, il divorzio dalla Sagis ha avuto come conseguenza il pagamento delle rate dei mutui per i quali la società è risultata inadempiente lo scorso 15 dicembre. Avendo firmato come fideiussore fino al 2009, il Comune ha dovuto onorare gli impegni assunti, per cui ha dovuto pagare le rate in scadenza (ben 862.069,56 €) e si è fatto carico della parte rimanente. In sostanza, si tratta di tre mutui stipulati con il Credito Sportivo per compiere modifiche sul tracciato dell'autodromo che in totale ammontano a circa 1,4 milioni di euro. Fortunatamente, il bilancio del Comune non ha subito alcun stravolgimento dei conti, poiché tale evenienza era già stata coperta grazie a un avanzo pari a 905.000,00 €

Per quanto riguarda invece le richieste avanzate dalla Sagis in seguito alla rescissione della convenzione, il Comune non sarà obbligato a versare alcuna somma, dato che è stato trovato un accordo in base al quale i 3.750.000,00 € che la società di gestione deve avere come contropartita del mancato ammortamento degli investimenti effettuati saranno versati direttamente dal nuovo gestore.

IL DANNO DI IMMAGINE PER LA CITTÀ DI IMOLA

Il danno derivante dalla perdita del Gran Premio di San Marino non riguarda solo l'aspetto economico, poiché la città ha subito una perdita anche a livello di immagine. Cercare di stimarlo è ancora più difficile e complicato che calcolare l'indotto economico, anche se, suppongo, il valore risultante sarà maggiore dei 30 / 40 milioni di € ritenuti, da me, come giro di affari.

Basti pensare che lo sport in Italia rappresenta un importante fenomeno sociale e culturale, di cui l'automobilismo, intendendo con questo termine la Formula 1, occupa il secondo posto nella graduatoria che ha come indicatore l'interesse generico per lo sport, con una percentuale pari al 30% della popolazione italiana⁴⁵. Gran parte di essi (67%⁴⁶) segue le notizie o gli eventi sportivi in tv. Per quanto riguarda questo sport, trasmesso dalla Rai, il palinsesto prevede la diretta delle gare e della sessione di prove ufficiali. A questo si aggiungono le trasmissioni con i commenti prima e dopo gara (Pole Position) dagli autodromi e dallo studio con l'ausilio di ospiti di primissimo piano del mondo dell'automobilismo. Inoltre, sono previste altre rubriche: Pit Lane Prova, rubrica posizionata immediatamente prima e dopo la sessione di Prova; Numero 1, in onda la domenica mattina, contiene la telecronaca di altre gare, con anticipazioni e curiosità sull'imminente Gran Premio; Numero 1 Speciale, in onda la domenica pomeriggio, con moviola ed interviste ai protagonisti oltre agli highlights, curati da Rai Sport, nelle trasmissioni per le reti generaliste. Infine, Radio Rai, Rai Televideo, le pagine web integrano l'importante offerta dedicata alla Formula 1. Come si può facilmente notare, viene dato grande rilievo al circus di Ecclestone all'interno della programmazione televisiva.

Ovviamente, i momenti più seguiti sono la diretta delle gare e delle prove ufficiali, per cui è utile osservare i dati Auditel/AGB relativi all'anno 2006. Da essi si evince che l'audience media relativa allo scorso campionato di Formula 1 è pari a 9.086.442 con uno share del 55,2%. Come ci si può aspettare, a beneficiare di maggiori ascolti sono stati i Gran Premi Europei in onda nel primo pomeriggio. In particolare, il Gran Premio di San Marino ha registrato, nel giorno della gara, valori superiori alla media di più di due milioni di telespettatori per quanto

⁴⁵ Lo sport in Rai, anno 2006

⁴⁶ Lo sport in Rai, anno 2006

riguarda l'audience (10.232.428), e più di 2 punti percentuali in più per quel che concerne lo share (57,7%). Anche durante le prove i telespettatori si sono rivelati in numero maggiore della media (4.650.673 contro 3.097.327), realizzando uno share più alto (29,65% contro 25,9%).

Focalizzando solo sugli ascolti e sullo share della domenica, si può notare che, osservando le percentuali, il Gran Premio di San Marino si piazza solamente al nono posto, facendosi "battere" da Giappone, Ungheria, Turchia, Germania, Italia, Cina, Francia e Australia. Si deve comunque sottolineare che alcuni di questi Gran Premi (Giappone, Cina e Australia) sono stati trasmessi durante la notte o nella prima mattinata, quando la maggior parte della popolazione dorme, per cui gli appassionati si svegliano apposta per vedere la gara ed è naturale che lo share sia più elevato. Considerando invece i termini assoluti, il Gran Premio di San Marino è tra i più seguiti, secondo solo a quello del Brasile, cioè quello conclusivo.

GRAN PREMIO	GARE		PROVE	
	Ascolto	Share	Ascolto	Share
Bahrain	10.986.275	53,2%	3.194.236	24,39%
Malesia	4.854.718	53,2%	1.055.397	22,39%
Australia	1.663.946	57,8%	211.595	24,68
<u>San Marino</u>	<u>10.232.428</u>	<u>57,7%</u>	<u>4.650.673</u>	<u>29,65%</u>
Europa	9.682.157	53,3%	4.160.589	26,17%
Spagna	8.768.892	50,4%	4.474.947	29,00%
Monaco	8.628.398	55,9%	4.157.084	26,63%
Gran Bretagna	9.333.441	51,9%	4.363.166	25,60%
Canada	5.625.516	40,2%	1.891.345	16,87%
U.S.A.	7.159.303	50,3%	1.976.229	17,44%
Francia	8.339.007	58,4%	3.269.555	24,63%
Germania	8.864.409	61,2%	4.094.768	30,69%
Ungheria	8.573.428	63,7%	4.005.471	30,22%
Turchia	9.063.292	62,1%	3.978.230	25,74%
Italia	10.073.820	60,5%	4.539.693	31,78%
Cina	5.295.163	60,3%	1.472.472	25,87%
Giappone	4.009.679	66,2%	1.050.561	25,73%
Brasile	12.132.410	54,1%	3.900.364	21,76%
Media 2006	7.935.229	55,6%	3.097.327	25,9%

Si può quindi concludere che la città di Imola traeva una grossa pubblicità gratuita a livello nazionale dalla Formula 1. Come procedere per cercare di quantificare tale valore? Una strada potrebbe essere quella di procurarsi i dati circa il costo di una pubblicità durante la trasmissione in televisione di un Gran Premio, anche se essi corrispondono solo a una piccola parte del danno provocato dalla mancata assegnazione della competizione automobilistica a Imola.

La pubblicità televisiva all'interno della Formula 1 viene gestita dalla società Sipra, la quale amministra l'intera offerta pubblicitaria della Rai. All'interno del suo sito internet, esiste un dossier riservato alla Formula 1, dal quale si possono ricavare i costi di varie opportunità di abbinamento pubblicitario o di sponsorizzazione delle trasmissioni in questione.

Ho focalizzato la mia attenzione solo su una di queste offerte, ritenuta da me la più appropriata al mio studio, cioè la telepromozione di 60 secondi.

GRAN PREMIO	POLE POSITION (pre gara) tariffa in €	PROVE + GARA (2 telepromozioni) tariffa in €	POLE POSITION (dopo gara) tariffa in €
Australia	30.000,00	110.000,00	30.000,00
Malesia	50.000,00	140.000,00	80.000,00
Bahrein	100.000,00	310.000,00	100.000,00
Spagna	100.000,00	310.000,00	80.000,00
Monaco	100.000,00	310.000,00	80.000,00
Canada	90.000,00	230.000,00	140.000,00
U.S.A.	90.000,00	280.000,00	140.000,00
Francia	80.000,00	280.000,00	60.000,00
Inghilterra	80.000,00	280.000,00	60.000,00
Germania	80.000,00	280.000,00	60.000,00
Ungheria	80.000,00	280.000,00	60.000,00
Turchia	80.000,00	280.000,00	60.000,00
Italia	100.000,00	330.000,00	80.000,00
Belgio	80.000,00	280.000,00	60.000,00
Giappone	30.000,00	100.000,00	60.000,00
Cina	30.000,00	140.000,00	60.000,00
Brasile	80.000,00	200.000,00	100.000,00
TOTALE	1.280.000,00	4.140.000,00	1.310.000,00
MEDIA	75.294,41	243.529,41	77.058,82

Sommando i 3 valori medi, si ottiene un valore vicino a 400.000,00 € (75.294,41 € + 243.529,41 € + 77.058,82 € = 395.882,64 €). Questa cifra rappresenta il costo medio per avere uno spot di 60 secondi all'interno di un Gran Premio qualsiasi.

Ritengo più opportuno, però, non utilizzare i valori medi, ma solo quelli relativi al Gran Premio di Italia, poiché penso che esso abbia la stessa importanza che aveva quello di San Marino per quanto riguarda la nostra nazione. In effetti, il costo di una telepromozione all'interno del Gran Premio d'Italia è il più elevato, dato che si suppone che gli appassionati italiani non si perdano l'occasione di ammirare la manifestazione in televisione quando si disputa nel loro paese. Siccome anche il Gran Premio di San Marino si gareggiava in Italia, il risalto dovrebbe essere lo stesso.

Impiegando quindi le tariffe relative al Gran Premio d'Italia, il valore risultante è maggiore (100.000,00 € + 330.000,00 € + 80.000,00 € = 510.000,00 €). 510.000,00 € indica dunque il costo per sponsorizzare un prodotto per 60 secondi durante la messa in onda della competizione dedicata all'Italia. Sarebbe quindi la cifra che il Comune di Imola avrebbe dovuto pagare quest'anno per pubblicizzare per 60 secondi la propria città in occasione del Gran Premio di San Marino, data la stessa importanza mediatica dei due eventi nazionali.

La pubblicità di un singolo Gran Premio non si esaurisce però nel solo week-end in cui viene collocato, ma esso viene sponsorizzato nei Gran Premi precedenti e se ne continua a parlare anche in seguito. Per cui, l'ipotetico costo risulta estremamente più elevato. Infatti, oltre alla pubblicità diretta, viene esercitata anche una pubblicità indiretta, il cui costo "figurativo" non si può certo quantificare in modo esatto, ma è sicuramente più oneroso della pubblicità diretta.

Tale valore mediatico e di immagine era poi anche presente a livello internazionale, tant'è che la città di Imola è conosciuta in tutto il mondo. Infatti, se un imolese viene interrogato all'estero circa la sua provenienza, non è necessario che indichi Bologna, poiché il nome di Imola è rinomato, proprio perché legato al Gran Premio di San Marino, che diventava così "*una vetrina importantissima non solo per le nostre imprese manifatturiere, ma per l'intero Made in Italy*"⁴⁷, in quanto la Formula 1 dava grande rilievo non solo alla città e alle imprese del territorio, ma anche alla regione e all'intera nazione.

Cercare di stimare il danno internazionale, è veramente impossibile, perché quantificare la fama di una città a livello planetario è impensabile. Non si può certo associare una cifra numerica al fatto di collegare un evento sportivo così amato e seguito a una piccola città di 65.000 abitanti come lo è Imola, dandole una posizione di rilievo e prestigio.

Concludendo, il danno di immagine è inquantificabile.

⁴⁷ Ascom a "Il Resto del Carlino", 1 novembre 2006

CONCLUSIONI

La cancellazione del Gran Premio di San Marino ha provocato non pochi danni all'economia locale e regionale. Quantificare l'indotto provocato da tale evento è stato l'obiettivo di questo mio elaborato, che sicuramente non ha la presunzione di essere uno studio con valenza scientifica, anche se credo possa avere qualche fondamento oggettivo.

In effetti, avendo io analizzato una manifestazione che non avrà più luogo, almeno per il momento, non mi è stato possibile raccogliere i dati durante lo svolgimento del Gran Premio, ma mi sono dovuta "accontentare" delle informazioni raccolte da altri in ricerche e rapporti. Poiché tali studi sono ormai datati, ho dovuto aggiornare i loro risultati. Una volta effettuate le mie analisi e considerazioni, come conclusione ho ottenuto lo stesso esito incrociando i dati in due modi differenti: il giro di affari determinato dal Gran Premio di San Marino dovrebbe aggirarsi tra i 30 e i 40 milioni di euro. Ovviamente, non tutte queste risorse venivano assorbite dalla città di Imola, in quanto le corse significavano un indotto per l'intera regione, dato che gli appassionati della velocità si spalmavano tra Modena e la costa adriatica.

La mia personale valutazione si colloca esattamente a metà delle stime fornite dai vari giornalisti, ma rispetto a queste dà un contributo in più. Infatti, il mio elaborato spiega in che modo tale valore è stato raggiunto.

Purtroppo, il mio lavoro si focalizza solo su un aspetto della crisi che ha investito quest'anno l'economia locale e, in particolar modo, i settori legati alla ricettività, poiché alle risorse perse a causa della Formula 1 si aggiungono le mancate entrate dovute alla chiusura dell'autodromo durata 10 mesi. Infatti, la messa in sicurezza e l'ammodernamento dell'impianto ho provocato l'estinzione di altri eventi, i quali portavano grande ricchezza alla città. Fortunatamente, ora la struttura ha riaperto e già molte case automobilistiche (Bmw, Mercedes e Ducati) hanno chiesto la disponibilità del circuito per organizzare l'esposizione nazionale l'anno prossimo. Per cui, l'economia locale può tirare un sospiro di sollievo. Anche se sarà molto difficile assistere al ritorno della Formula 1 sul tracciato del Senterno, almeno potranno avere luogo le altre manifestazioni, che sicuramente non daranno all'autodromo la stessa notorietà planetaria.

D'altronde, però, focalizzando sul contributo economico che un circuito può dare al territorio, un autodromo senza Formula 1 non è meno valido di uno che ce l'ha. Infatti, ora l'impianto si trova a vivere l'esperienza di 15 circuiti italiani che operano senza ospitare eventi motoristici di livello mondiale e che mantengono comunque una loro specifica validità dal punto di vista tecnico-agonistico come, soprattutto, da quello finanziario. Per giungere a questo risultato, nelle varie realtà sono state assunte iniziative, sviluppate strutture e coinvolti interlocutori locali. Vorrei sottolineare in particolar modo quest'ultimo aspetto, poiché le vicende collegate alla cessazione del rapporto tra il Comune e la Sagis hanno riproposto con forza l'importanza di un'attiva partecipazione delle forze economiche e sociali della zona alla rinascita e al funzionamento del circuito cittadino. Per cui, spero che il nuovo gestore, una volta che si sarà insediato nella torretta Marlboro, cerchi la collaborazione del territorio nell'organizzazione e svolgimento delle attività e, soprattutto, rendiconta in modo trasparente i costi – benefici degli eventi. Auspicio cioè il ritorno del vecchio spirito dell'Esti⁴⁸, primo ente a cui fu affidata la gestione del circuito, teso a collegare saldamente autodromo e sviluppo socio-economico della città.

⁴⁸ Ente Sport e Turismo Imola

RINGRAZIAMENTI

Durante la raccolta delle informazioni, ho incontrato varie persone, tutte molto disponibili a concedermi parte del loro tempo per rispondere alle mie domande.

Ringrazio innanzitutto Walter Balducci per avermi iniziato in questo lungo e spesso scoraggiante percorso, fornendomi molte indicazioni utili sulle persone che avrei dovuto incontrare e, soprattutto, la rassegna stampa di tutti gli articoli riguardanti Imola e la Formula 1 dal 2004 ad oggi.

Dopodiché, ringrazio l'Ascom Imola e, in particolar modo, il direttore Franco Tonelli e la sua segretaria Simonetta Naldi per i vari incontri concessomi nei quali venivo indirizzata sugli aspetti di maggiore importanza che avrei dovuto toccare.

Non posso dimenticarmi di ringraziare anche la Stai e il suo direttore Luca Brasini per le tante informazioni datemi e, soprattutto, per avermi fatto capire cosa significa il turismo per una piccola città come Imola.

Ringrazio il sindaco Massimo Marchignoli, la sua segretaria Maria Rosa Franzoni e il dirigente Stefano Mirri per aver risposto a tutte le mie domande in più di un'occasione. Del Comune vorrei ringraziare anche la segretaria generale Simonetta D'Amore per avermi reso disponibili la convenzione originaria tra il Comune e la Sagis per la concessione dell'autodromo e tutte le sue modifiche.

Un grazie particolare anche a Raffaele Benni, presidente dell'A.ri.al.co., per l'aiuto morale che mi ha dato e, soprattutto, per credere così tanto in me. Spero almeno di esserne all'altezza.

Ancora, ringrazio l'avvocato Federico Bendinelli e l'ex-direttore marketing Bruno Mongardi della Sagis, Negrini Matteo della 3elle, Mensitieri Andrea della Cooperativa Ceramica, Dante Pirazzini della Sacmi, Barbara Ricci Petitori della Cefla, Enzo Scardovi della Confesercenti, Poli Giovanni della Cims, Gian Luca Galanti della Cuti, Roberto Galassi di Allestimenti & Pubblicità, il giornalista Emilio Bonicelli de "Il Sole 24 ore", Sergio Prati di Legacoop, il dottor Claudio Costa, Marco Gasparri dell'API e tutti gli albergatori e i ristoratori che ho contattato per avermi concesso il tempo di un'intervista.

Ringrazio anche Patty dell'Agenzia Viaggi Santerno, per avermi più volte risposto via e-mail inviandomi i dati più disparati.

Un grazie enorme anche alla Primola e al suo responsabile Marco Guerzoni e al Censis servizi s.p.a. per aver scritto i rapporti "Imola, la formula della passione" e

“Non solo corse”, senza i quali non avrei potuto scegliere questo argomento come tesi.

Un ringraziamento particolare lo vorrei mandare all'onorevole Raffaello De Brasi e al capogruppo in Regione di Ds – Uniti nell'Ulivo Daniele Manca per il contributo offertomi.

Non posso non ringraziare il professore Claudio Zoli per la tanta pazienza e fantasia necessari per questo tipo di lavoro, in considerazione anche della persona che si è dovuto trovare di fronte.

Infine, ringrazio la mia famiglia e tutti coloro che mi hanno dovuto sopportare durante questi tanti mesi di lavoro per il continuo appoggio che mi hanno dato e di cui avevo bisogno. In effetti, quando ho deciso di svolgere una tesi su un argomento così attuale e per il quale non esistono molti dati, non pensavo di essermi immersa in un'impresa tanto complicata.

BIBLIOGRAFIA

- Rassegna stampa
- Interviste
- Ricerche su internet
- “Imola: la formula della passione”, ricerca condotta dalla “Primola”
- “Non solo corse”, ricerca condotta dall’”ACI-Censis servizi. s.p.a.)
- Comunicato stampa 18 aprile 2003 della società “StageUp.com”
- “L’offerta commerciale Formula 1 2007” della Rai
- Flussi del circondario dell’ufficio statistica
- Testo unificato convenzione Comune/Sagis concernente l’autodromo “Enzo e Dino Ferrari”
- “Dottorcosta vita e racconti di un medico e della sua Clinica Mobile”, Claudio Marcello Costa, edizioni Fucina
- Ricorso al Tar (Tribunale Amministrativo Regionale) dell’Emilia Romagna da parte della Sagis del 19 febbraio 2007
- Bilancio Sagis 2003, 2004 e 2005