

La Provincia del turismo scommette sull'Autodromo

La battaglia per la difesa del Gran premio avrà una vetrina alla Fiera del settore che apre giovedì

MOTORI VIRTUALI

Lo stand ospiterà un simulatore di guida e il portale dedica un videogame alla pista di MONICA GUZZI

— MONZA —

LA BRIANZA torna alla Bit mettendo in vetrina i suoi tesori d'arte e natura ma soprattutto il suo marchio oggi più in pericolo: l'Autodromo di Monza. Alla promozione del circuito e soprattutto alla difesa del Gran premio d'Italia, minacciato dai progetti romani, sono dedicate le iniziative più significative promosse in occasione della Borsa del turismo in programma alla Fiera di Rho-Però da giovedì a domenica (padiglione 3, ore 9.30-18,30).

LO STAND del neonato Sistema turistico di Monza e Brianza, ufficialmente riconosciuto dalla Regione Lombardia con una delibera del 23 dicembre scorso, fra depliant e materiale dedicato a ville, parchi e chiese, ospiterà infatti un simulatore di guida di Formula 1 che permetterà ai visitatori di provare, attraverso gare virtuali, l'emozione di un giro ad alta velocità nel circuito casalingo. L'Autodromo premierà i piloti più veloci con felpe e biglietti omaggio ed è prevista anche una sifa fra amministratori. Omaggio al circuito anche nel primo portale turistico della Brianza promosso dalla Provincia, il Comune di Monza e la Camera di Commercio, www.visitbrianza.it, che sarà on line da giovedì. Anche qui, oltre alle informazioni in due lingue (italiano e inglese), ci sarà un gioco interattivo che simula un tour della Brianza su un bolide di F1: il guidatore virtuale potrà modulare la velocità della vettura e programmare le fermate nei luoghi di interesse, mentre con un click su una scheda informativa potrà conoscere le maggiori attrattive del sito scelto. E sempre all'Autodromo sarà dedicato uno dei tre eventi brianzoli in calendario alla **BIT**. L'appuntamento è per domenica alle 12.15, quando verrà presentato il calendario delle manifestazioni che si svolgeranno sul circuito nel 2010. «Vogliamo mandare al mondo il messaggio che la Formula 1

nel nostro Paese è e sarà sempre e soltanto Monza - dice **Andrea Monti**, assessore provinciale al Turismo e all'Autodromo - . Per noi il circuito non è solo sede di gare motoristiche, ma anche un'opportunità per sviluppare il nostro turismo, portandoci i turisti a visitarlo come si fa per un monumento, perché di fatto è un monumento alla velocità». Luigi Nardi, vicepresidente della Camera di Commercio di Monza e Brianza, conferma con i dati alla mano. «L'Autodromo vale per la Brianza 3 miliardi di euro, e da una nostra ricerca il 42,1 per cento dei cittadini europei identifica Monza con il Gran premio di F1. Per questo Camera di Commercio ha scelto di aderire al comitato per il Gp a Monza, che non vogliamo e non possiamo permetterci di perdere». Autodromo ma anche Parco e Villa Reale: questi i due principali attrattori del turismo made in Brianza secondo la Camera di Commercio. Nel 2009 sono state registrate 745mila presenze per una media di circa 2 giorni di permanenza. Per il 71,2% degli operatori brianzoli il mercato interno nell'ultimo trimestre del 2009 è invariato rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, anche se per il 24,7% ha subito una diminuzione e solo per il 4,1% si è registrato un aumento. Per quanto riguarda il mercato estero è stabile per l'80,6% degli operatori della Brianza, (in Lombardia è 74,5%) in diminuzione per il 13,9% e in aumento solo per il 5,6%.

NEL 2009 le strutture ricettive di Monza e Brianza hanno venduto il 50,8% delle camere disponibili nel mese di settembre, il 44,8% ad ottobre ed il 35,9% a novembre. Una performance leggermente superiore alla media lombarda. A fare dell'autunno la stagione propizia per il settore turistico della Brianza è la componente business: la clientela legata agli affari rappresenta, infatti, oltre il 40% del totale, circa il doppio della media italiana (19,7%) e comunque superiore a quella lombarda (26,4%).

Dove

Appuntamento alla Fiera di Milano Rho, padiglione 3 stand Regione Lombardia

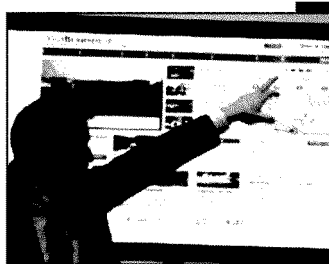
Quando

Inaugurazione spazio Mb giovedì alle ore 12
Chiusura domenica

Chi

Giovedì e venerdì apertura per gli operatori, ingresso al pubblico nel week-end





Le novità

Il portale www.visitbrianza.it propone tutte le informazioni utili a conoscere l'offerta turistica dei 55 Comuni «Visitbrianza - dice il presidente **CLAUDIO VIGANÒ** - è il primo passo per mettere in rete tutte le ricchezze della nostra Brianza».



L'INCONTRO IL PATRON DEL GP DELL'EUR MAURIZIO FLAMMINI OFFRE UN'ALLEANZA STRATEGICA AL PRESIDENTE DELLA SIAS

«Monza e Roma insieme possono puntare in alto»



In primo piano (destra) l'assessore **Andrea Monti** con **Luigi Nardi (Rossi)**



Il presidente della Sias, società che gestisce l'Autodromo, **Claudio Viganò** e nel tondo **Maurizio Flammini**

TRATTATIVE
«Attendiamo risposte ma la collaborazione continua per i campionati Superbike e Superstars»

UN «INCONTRO CORDIALE», nel quale «ho esposto la nostra proposta per attivare una collaborazione tra i due eventi». **Maurizio Flammini**, mente del progetto della Formula Uno nella Capitale, resta convinto che il Gp d'Italia a Monza e il Gp di Roma possano puntare a «obiettivi molto alti». Certo, sa bene anche lui che «Monza non ha

bisogno della mia personale promozione» ma è convinto pure che «il segreto del successo di un evento sta proprio nella massima condivisione da parte di tutti».

Messaggio chiaro alla politica che «non vorrei si scontrasse sul progetto di una grande manifestazione internazionale». Per questo nei giorni scorsi si è incontrato con il presidente della Sias, Claudio Viganò. «Non è stata presa alcuna decisione - mette subito le mani avanti Flammini -, adesso attendiamo la valutazione da parte della Sias

riguardo alla nostra proposta di collaborazione. Collaborazione che, comunque - rimarca - continua per la realizzazione dei campionati Superbike e Superstars». Flammini snocciola numeri che non convincono affatto Monza e la Brianza. A cominciare dall'investimento iniziale di 200 milioni di euro per allestire l'evento sul circuito cittadino dell'Eur. Un progetto «il cui risultato economico si tradurrebbe, secondo gli studi a oggi effettuati da vari istituti compreso l'Isae, in un incremento del Pil di oltre l'1 per cento». La proposta di Flammini punta alla comune promozione di vendita dei biglietti e commercializzazione di pacchetti turistici e di viaggio integrati. «In effetti - prosegue Flammini - da tutti gli studi emerge che il bacino a cui ci rivolgeremo - extraeuropeo - porta turisti che spendono in Europa non meno di 6/8 notti, e sempre in almeno due diverse località. Cosa meglio di vedere Roma, Firenze, Milano, due Gran premi e magari l'Expo di Milano?». Già l'Expo. Una manifestazione che punta proprio sull'autodromo

e sul suo Gran premio. «L'Esposizione universale avrà contenuti diversi, scientifici, culturali e anche sportivi - le parole di Lucio Stanca, amministratore delegato della società Expo 2015, in occasione dell'ultimo Gp a Monza -. Abbiamo già incontrato i rappresentanti del Coni in questo senso, lo sport è un grande motivo di attrazione, e quindi noi consideriamo il Gran premio d'Italia come elemento fondamentale dell'Expo». Nessun timore, per l'onorevole Stanca, circa il rischio di perdere la sfida con la Capitale: «Monza è il nome più importante nel mondo dell'automobilismo sportivo, è un'istituzione e credo che proprio per questo sia in grado di difendersi da solo dalla concorrenza di Roma». Anche perché lo stesso presidente Sias lo ha sempre chiarito: «Noi abbiamo già i nostri sponsor, i nostri contatti, la nostra immagine e i nostri contratti, non vedo il senso di andare a unirmi con chi di sponsor certi, per ora, non ne ha». Roma comunque punta dritta al suo progetto e al 2012 come data di un primo ipotetico Gp all'Eur. Con il contratto di Monza con Bernie Ecclestone che scade proprio l'anno prima.

Marco Galvani

► IL BILANCIO

Turismo Affari

77 milioni

Turismo Svago

17 milioni

Turismo Autodromo

62 milioni

Fonte: Stima dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza

► PROVENIENZA DELLA CLIENTELA

Dati in %

Monza e Brianza

Italiani

74,1

Stranieri

25,9

Lombardia

66,2

33,8

ITALIA

67,9

32,1

Occupazione camere settembre-novembre 2009 (%)

	Settembre	Ottobre	Novembre
• Hotel	50,7	43,7	33,6
• B&B	55,1	68,8	53,8
• Altre strutture extralberghiere	51,3	49,5	49,2
• Monza e Brianza	50,8	44,8	35,9
• Lombardia	42,9	37,9	30,2
• ITALIA	50,6	41,7	30,3

Fonte: Osservatorio turistico Camera di commercio di Monza e Brianza - 2009

Agriturismo, ville e parchi per chi ama viaggiare «lento»

Non solo velocità e motori nei pacchetti proposti

APPUNTAMENTI

Giovedì spazio alla buona tavola e sabato tutti in bici fra antiche dimore

NON SOLO velocità, come dimostra la Borsa del turismo lento, che si è svolta lo scorso anno all'Autodromo, dove farà il bis anche nel 2010. La Brianza infatti è anche agriturismo, ville, parchi e itinerari ciclabili.

A QUESTI prodotti sono dedicati due appuntamenti della **ISNTI**. Giovedì pomeriggio (ore 15.15-15.45) nell'incontro sul tema «Brianza: un territorio da gustare» saranno presentati alcuni prodotti agricoli locali e l'offerta degli agriturismi del territorio. Sabato mattina (ore 14-14.45) si parlerà di «Brianza in villa: un territorio da scoprire». Sarà l'occasione per presentare l'edizione 2010 di Ville Aperte, che si svolgerà domenica 26 settembre con l'apertura straordinaria dei palazzi più belli della nuova provincia. Per la nuova edizione sarà anche presentato un nuovo itinerario ciclabile che collega alcune ville. Nello stand della Brianza ci sarà anche spazio per il materiale di tutti i 55 Comuni. Ma la novità più grossa è il portale visitbrianza.it, realizzato da Digicamere, società consortile della Camera di Com-

mercio. Il portale in versione bilingue italiano-inglese, on line da giovedì, presenta l'offerta turistica della Brianza attraverso otto sezioni tematiche che intendono dare risposte a tutti i tipi di domanda, dal turista d'affari al turista mordi e fuggi, a quello che si muove dietro gli eventi, fino alle scolaresche e alla mobilità dolce. Le sezioni - info turistiche, luoghi e itinerari, dormire, mangiare, ambiente e natura, autodromo e sport, shopping - presentano gli itinerari e i percorsi turistici costruiti dagli enti negli ultimi anni per il riconoscimento del Sistema turistico di Monza e Brianza. Ogni visitatore potrà scegliere in base alle proprie esigenze il percorso più adatto per vivere la Brianza facendo shopping, visitando ville e musei, partecipando alle numerose manifestazioni culturali o trascorrendo una giornata nel verde, all'aria aperta. Infine un'area operatori consente di mettere a disposizione degli addetti ai lavori informazioni utili, documenti e moduli per svolgere il loro lavoro. Internet è uno strumento fondamentale, basti pensare al fatto che cresce chi prenota on line. Circa 2 turisti su 5, spiega una ricerca della Camera di Commercio di Monza e Brianza, si avvalgono per esempio della rete per riservare il loro alloggio in albergo. Il portale è una delle novità della Bit, una presenza vissuta come opportunità unica

in una vetrina che quest'anno conta 130 paesi espositori per 150mila visitatori previsti. «Lo stand in Bit rappresenta una grande opportunità per l'intera area di presentare al grande pubblico ma, soprattutto, agli operatori del settore, le offerte turistiche del territorio brianzolo e del suo capoluogo - dice Andrea Arbizzoni, assessore al Turismo del Comune di Monza -. Parliamo quindi di un'area dalle grandi potenzialità purtroppo non ancora adeguatamente conosciute e soprattutto non opportunamente sfruttate. Come amministratori abbiamo la grande responsabilità di portare il nome di Monza all'interno delle offerte turistiche italiane collegandoci ad un circuito più ampio e facendo anche riferimento a quanto accade nella vicina metropoli. Un grande obiettivo che può essere raggiunto inserendo la città e l'intera area brianzola in una rete di proposte che abbraccino l'intero bacino del triangolo Monza, Lecco e Como,

un'area ricca di storia, di cultura e di bellezze naturalistiche».

M.Guz.