

«Maggiori incassi per 36 milioni e oltre 200 nuovi posti di lavoro»

Da una ricerca presentata in Confcommercio, i dati sul possibile impatto delle rondinelle promosse

**Del Bono: «Siamo una città già da A come ricettività»
Cellino: «Chance da non sprecare E i tifosi siano gentiluomini»**

Cristiano Tognoli

c.tognoli@gioraledibrescia.it

■ La serie A conquistata dal Brescia produrrà a cascata anche un aumento del valore aggiunto sul tessuto economico e sullo sviluppo della città. Ne è convinta Confcommercio che ha presentato i risultati di una ricerca effettuata da Format Research, in base a un sondaggio effettuato su 384 interviste tra operatori del settore.

Al tavolo. Il presidente di Confcommercio Brescia Carlo Massoletti ha introdotto il presidente di Format Research Pierluigi Ascani in un tavolo al quale erano presenti anche Alessandro Fantini (vice presidente Federalberghi Brescia), il sindaco di Brescia Emilio Del Bono e il presidente del Brescia calcio Massimo Cellino. «L'effetto della promozione in serie A delle rondinelle potrebbe produrre un incremento del valore aggiunto di 6,7 punti percentuali - ha argomentato Ascani - per una stima del valore aggiunto di pubblici esercizi, strutture ricettive ed esercizi di commercio al dettaglio che può passare da 545 milioni di euro a 581». Più 36 milioni quindi dopo la promozione in serie A con un possibile impatto in termini occupazionali di 200 nuove assunzio-

ni nell'arco di un anno. Una proiezione decisamente interessante. È stato portato un esempio, anche se riferito al campionato inglese: l'Università di Cardiff nel 2011 stimò una produzione a livello di economia locale del valore aggiunto di 67 milioni di euro dopo la promozione dello Swansea in Premier League.

Sindaco e presidente. Emilio Del Bono si è detto «tutt'altro che sorpreso da questi dati perché da sempre ritengo il turismo sportivo secondo solo al turismo religioso. Brescia è già da serie A come servizi ricettivi - ha detto convinto il sindaco - ed essere alla ribalta anche per lo sport aumenta la nostra reputazione. Sono felice come tutti i bresciani di questa serie A che Cellino ha conquistato più rapidamente anche di quanto mi aveva detto quando arrivò a Brescia».

Massimo Cellino ha aggiunto: «Bisogna sfruttare questa occasione anche a livello turistico. Non credevo che Brescia e la sua provincia fossero così belli, mi ero fatto fuorviare dallo stadio... In serie A ci saranno tifosi ospiti che arriveranno in grande numero e bisogna far loro... spendere un po' di soldi. Ci saranno famiglie che ne approfitteranno per dei week end, ma permettetemi di dire che gli alberghi vanno migliora-

ti, soprattutto quelli a cinque stelle. I bresciani non hanno nulla da invidiare ai bergamaschi, anzi voi siete più concreti e loro più "bauscia" con il fatto che sono anche più vicini a Milano. Ma a Brescia non potete pensare che il mondo inizi e finisca qui da voi. Inoltre se la gente viene in città, anche per una partita di calcio, deve rimanere perché qui trova tutto per stare bene, non deve andare sui laghi. Voglio anche che i miei tifosi facciano un salto di qualità in questo senso, per far sì che ci siano sempre più famiglie allo stadio: va bene essere ultras nel vivere la partita, ma ultras gentiluomini. Certi modi di intendere le rivalità possono e devono cambiare».

Albergatori. Alessandro Fantini, vicepresidente di Federalberghi Brescia, si fa trascinare dai risultati della ricerca e dalle parole di Cellino: «Confesso che ero pessimista sui risultati che sarebbero usciti, ma anche la carica del presidente mi fa pensare ora in positivo. Il 70% delle squadre che il Brescia affronterà in serie A vanno da Firenze in su e quindi sembrano trasferite da fare in giornata, ma confido che si possa vincere anche questa sfida. Certo serve uno stadio adeguato perché altrimenti anche i tifosi ospiti anziché venire a Brescia preferiranno guardare il match in tv». E il cruccio dell'impianto è emerso anche dalla maggioranza degli imprenditori del settore turistico intervistati in questa ricerca. //



Juve, Milan Inter e Atalanta gli eventi più attesi



Le trasferte dei tifosi di Juventus (30%), Milan (27%), Inter (18%) e Atalanta (15%) coincidono con gli eventi più attesi dagli imprenditori bresciani in termini d'impatto sui ricavi turistici. Seguono con il solo 3% le trasferte dei tifosi di Roma e Napoli.



I protagonisti. I giocatori del Brescia promossi in serie A



Indotto. Per Confcommercio la A vale 36 milioni di euro



Ieri in Confcommercio. Il tavolo dei relatori con Del Bono e Cellino