



Fatti e scenari

Lo studio Trademark e Sigma Gp di Rimini, ogni euro investito arriva a produrne sette

Ogni euro investito per organizzare e promuovere il Gran Premio Tim di San Marino e della Riviera di Rimini genera 7,1 euro di indotto sul territorio. Lo certifica uno studio realizzato da Trademark Italia e Sigma Consulting in occasione della manifestazione del 2015 al circuito di Misano. A fronte di 8,845 milioni di euro per organizzare l'evento, si stima che la spesa aggregata diretta riconducibile al Gran Premio ammonti a 68,139 milioni di euro. Di questi, quasi 63 milioni di euro (il 92% circa dell'importo) viene appunto raccolto nel territorio riminese. L'8% circa esce invece dalla provincia e si distribuisce nel resto d'Italia e all'estero. La quota principale dell'impatto economico è costituita dalle spese effettuate dal pubblico durante la permanenza nell'area: si tratta di 49,232 milioni di euro, ossia il 72,3% della ricaduta economica complessiva. Romagna più che terra di piloti, terra di big spender per i motori.



Corse Valentino Rossi sul circuito di Misano