

E FICO PUNTA AI 3,5 MILIONI DI VISITATORI

Marco Bettazzi

Quasi 750mila visitatori fino al 31 gennaio, a 11 settimane dall'apertura, con incassi da 13 milioni di euro. Un indotto per la città da 10 milioni di

euro, di cui sei finiti nelle tasche degli albergatori. È una stima di 3,5 milioni di visitatori a fine 2018. Sono i numeri di Fico Eatly World.

pagina VII

Il parco del cibo

Fico fa i conti “Nel 2018 3,5 milioni di visitatori”

la Repubblica -
Cronaca di Bologna
14 Febbraio 2018

**Ricerca di Nomisma:
“L'indotto già a 10
milioni, ma i clienti
lamentano prezzi
troppo elevati”**

MARCO BETTAZZI

Quasi 750mila visitatori fino al 31 gennaio, a 11 settimane dall'apertura, con incassi da 13 milioni di euro. Un indotto per la città da 10 milioni di euro, di cui sei finiti nelle tasche degli albergatori. Sono i dati principali del primo bilancio di Fico Eatly World, presentato ieri dai manager del parco aperto il 15 novembre nell'ex Caab, che hanno parlato di «dati superiori alle attese» e assicurato che ci si avvia presto «a tagliare il traguardo di un milione di visitatori».

Numeri arricchiti da un'indagine di Nomisma (e non pagata dal parco, sottolineano i ricercatori) che pur registrando giudizi positivi tra mille intervistati indica anche i problemi emersi: primi fra tutti i prezzi.

Andando con ordine, delle 750mila persone che hanno visitato il parco fino a fine gennaio, con una spesa media di 19,6 euro a testa, il 60% arriva da fuori città e il

7% dall'estero, soprattutto da Francia, Gran Bretagna, Stati Uniti e Spagna, mentre sono circa 16mila gli studenti e 25mila le persone arrivate nel centro congressi. Il 56% dei visitatori è venuto a Bologna appositamente per andare a Fico e il 31% si è fermato in città per una o più notti, contribuendo ad alimentare l'indotto, che Nomisma stima in circa 10 milioni di euro. Solo uno su dieci è rimasto deluso (il 90% ha giudicato la visita in linea o superiore alle attese), mentre il 64% tornerebbe volentieri e oltre la metà lo consiglierebbe. «Solo il 40% dei visitatori, però, dopo Fico ha visto anche il centro - sottolinea Luca Dondi, ad di Nomisma -. Il rapporto con la città va rafforzato».

Nonostante gli sforzi (anche ecologici) dei promotori, i tre quarti dei visitatori ha usato la propria auto per andare a Fico, mentre solo il 7% ha usato il Fico Bus, circa 450 passeggeri al giorno secondo Tper. La maggior parte va a Fico per curiosità e per degustare i prodotti e solo il 7% per fare acquisti, altro aspetto su cui Nomisma consiglia di puntare di più. «Il tema prezzo è quello più sentito», continua Dondi, visto che pur trovando Fico per lo più divertente e ricco di esperienze, dovendo scegliere l'87% lo definisce “costoso” piuttosto che

“a buon mercato”. Il 61% dei bolognesi, inoltre, trova che Fico sia più commerciale che educativo.

I promotori però sottolineano gli aspetti positivi del bilancio e ricordano le 900 persone che a Fico lavorano. «Sono risultati bulgari», esulta l'ad di Fico, Tiziana Primori, che fissa l'asticella per il 2018: «All'inizio stimavamo 6 milioni di visitatori all'anno al terzo anno di apertura. Se viaggiamo così nel 2018 arriviamo a 3,5-4 milioni, in linea con le attese». Una mano arriva anche dagli eventi, e dai cento concerti che partono da sabato in collaborazione con la Fonoprint.

Esultano solo a metà invece i sindacati, che protestano per il mancato rinnovo di decine di interinali (90 secondo la Uil, 30 secondo l'azienda). «Siamo contenti che Fico vada a gonfie vele, ma da qui a stappare lo spumante ce ne corre - dice Giuliano Zignani, segretario della Uil -. Stiamo ancora aspettando che Fico ci convochi per fare il quadro sui lavoratori. Nemmeno il Comune è intervenuto».