

CONFERENZA STAMPA DI PRESENTAZIONE 1000 MIGLIA 2019

BULLET POINT DOTT. PIANTONI – AMMINISTRATORE DELEGATO 1000 MIGLIA

Di quanto sia straordinaria 1000 Miglia, e della carica emotiva di cui è capace, vi hanno parlato i Presidenti che mi hanno preceduto.

Il mio compito è quello di raccontarvi l'avanzamento del nostro impegno a trasformare 1000 Miglia in un global e high level brand.

1000 Miglia non dimentichiamolo mai, sono le persone, i piloti, le strade uniti da un'inconfondibile emozione.

1000 Miglia attraversa il futuro. Un concetto coerente, audace, contemporaneo e non nostalgico.

Novantadue anni dopo la prima edizione, è nostro dovere mettere a fuoco la grande potenzialità evocativa della corsa, che sempre più unica ed emozionante, scopre le bellezze del nostro paese con uno sguardo rivolto al mondo esterno.

Con la sua spinta verso il progresso e l'innovazione, 1000 Miglia ha sempre promosso una cultura del miglioramento.

Con questa concezione, e con questo credo:

- stiamo lavorando per il miglioramento continuo della qualità della corsa, sia sotto il profilo dei servizi, dell'esperienza, sia della sicurezza.
- Abbiamo rafforzato la struttura organizzativa della società perché le sfide globali richiedono altissima professionalità e il dominio di tecniche e dinamiche specifiche.
- Siamo intervenuti con una necessaria e non più rinviabile azione sul brand in un'ottica di rinnovamento dell'heritage e di amplificazione del suo carattere aspirazionale.

- Proprio il brand è stato il nostro focus, consapevoli che ne è necessaria la salvaguardia e valorizzazione. La spinta che ci ha guidato è quella di passare da un posizionamento alto - ma molto settoriale - ad un veicolo di promozione del Made in Italy che non ha stagionalità né confini fisici.

Un evento globale e un marchio aspirazionale non potevano prescindere dal far vivere un'esperienza unica e personale nonché comunicare in modo trasversale e innovativo i propri valori.

Ci siamo rivolti al mondo con eventi all'estero, con iniziative *tailor-made* dedicate a target potenziali di altissimo livello, in location esclusive, non per esportare 1000 Miglia; no, 1000 Miglia è un evento unico, che continuerà ad essere la gara che amiamo, che parte da Brescia e a Brescia si conclude.

Quello che vogliamo esportarne è lo **Spirito**, che si identifica nella competizione, nel rispetto delle regole, nella bellezza del paesaggio.

L'edizione 2019 vedrà protagoniste 430 auto: la scelta di contenere il numero delle vetture, 20 in meno rispetto alla precedente edizione, è dettata dalla volontà di rendere la gara sempre più sicura e rispettosa delle regole del fairplay, alzandone il livello dell'esperienza.

Una sfida corretta che sa emozionare e che genera anche profitti economici.

È di venerdì scorso l'approvazione del bilancio, con un fatturato di oltre 10 milioni di euro, 8% in più rispetto all'anno precedente, un Ebitda di 2.863.238 euro - in crescita del 7% - e un utile netto della società per 1.967.281 euro, in crescita del 19%.

Nel lungo viaggio per attraversare il futuro non siamo mai stati soli. Al nostro fianco partner, eccellenze nei campi di appartenenza ma con un'attitudine alla contaminazione, capaci di abbracciare una dimensione più ampia, ci hanno consentito di raggiungere a nostra volta mondi affini, e per questo li ringraziamo.

Per la nuova edizione saranno ancora con 1000 Miglia Chopard, Deutsche Bank, Way2Drive, Manual Shift, Vredestein.

A breve saranno pubblicati i bandi per la candidatura degli altri partner.