



CAMERA di COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MONZA BRIANZA

tel. 039/2807511 – 039/2807521

## IL BRAND DEI PAESAGGI DA CARTOLINA ITALIANI VALE PIÙ DI 20 MILIARDI DI EURO

**Tra le bellezze naturalistiche vince la Toscana con le colline del  
Chianti: un brand di quasi 4 miliardi di Euro.**

Monza, 17 agosto 2011. Se la Finlandia aveva chiesto in garanzia per il “salvataggio” della Grecia i beni di Stato quali l'Acropoli, il Partenone e alcune isole, l'Italia, solo per alcuni paesaggi da cartolina di cui il BelPaese è ricco, potrebbe “mettere in campo” almeno 20 miliardi di Euro. Così è stato stimato, infatti, dall'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza il valore del brand di alcune delle bellezze naturali italiane più note e conosciute al mondo; un valore che non riguarda il patrimonio tangibile ma è legato all'immagine, alla visibilità e alla reputazione a livello internazionale.

In assoluto vince la Toscana con le colline del **Chianti**: un brand di quasi **4 miliardi di Euro**. E per fare degli esempi, tra le località di mare più conosciute, il brand della **costiera amalfitana** vale più di **3,5 miliardi di Euro**, quello della **Riviera romagnola**, “allungata” fino al verde mare del Conero, **2,3 miliardi di Euro**, mentre la reputazione economica della **Versilia** del “Forte” vale **quasi 2 miliardi di Euro**. Così come in circa **2 miliardi** è stimato il brand delle **Madonie** in Sicilia. **Salento e Costa Smeralda** se la giocano quasi alla pari, con un valore del brand di quasi **1,5 miliardi**. E chi ha scelto di rilassarsi nelle **Dolomiti**, si gode “un paesaggio” da **1,1 miliardi di Euro**. Il “marchio” della **Brianza**, (laghi di Clooney compresi), vale **980 milioni di Euro** e “batte” **le Cinque Terre (725 milioni di Euro)**. Senza dimenticare che anche i principali monumenti italiani hanno una reputazione economica internazionale, tanto per fare degli esempi il brand del Colosseo a Roma è stato stimato dall'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza in 91 miliardi di Euro, quello dei Musei Vaticani in 90 miliardi di Euro e il brand del Duomo di Milano vale 82 miliardi di Euro.

E' quanto risulta da una stima dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza - a partire da Anholt Brand Index, su dati su dati Registro Imprese, Istat, Agenzia del Territorio, Regione Lombardia, Banca d'Italia - relativa al progetto ERI (Economic Reputation Index) sviluppato nel libro “**L'importanza di chiamarsi Brand**”, edito da Guerini e Associati e da poco disponibile in libreria.

Il valore del brand delle principali bellezze naturalistiche è stato calcolato sulla base di alcuni parametri, che prendono in considerazione il valore economico del territorio, la conoscibilità e il flusso di visitatori del territorio stesso, la spesa dei turisti stranieri, le imprese ricettive e il valore medio degli immobili.

Valore del brand di alcuni territori italiani

Valore del brand	
3.956.550.000	Colline del Chianti
3.535.380.000	Costiera amalfitana
2.304.900.000	Riviera romagnola e Conero
2.094.165.000	Madonie
1.939.520.000	Versilia
1.484.255.000	Costa Smeralda
1.446.540.000	Salento
1.169.110.000	Dolomiti
980.370.000	Brianza
725.040.000	Cinque terre
538.930.000	Aspromonte
451.380.000	Monferrato

Fonte: Stima dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza a partire da Anholt Brand Index su dati Registro Imprese, Istat, Agenzia del Territorio, Regione Lombardia, Banca d'Italia.