

I CENTO ANNI DEL "TEMPIO" DEI CAVALLI: I NUMERI DI SNAITECH

L'IPPODROMO RILANCIA

Monaco all'interno



Ippodromo, cent'anni e un piano: «Il rilancio»

I progetti dell'ad Snaitech Fabio Schiavolin su San Siro: «Apriamo la struttura alla città, investimenti milionari ed eventi per l'intero settore»

IN CAMPO

Progetto speciale per la Design Week e iniziative rivolte alle scuole

LO SCENARIO

Le sovvenzioni alle società di corse sono calate del 50% a partire dal 2012

MILANO di Daniele Monaco

«Investimenti totali da 9,5 milioni di euro nelle strutture in cinque anni e 800mila ingressi all'impianto con eventi collaterali dal 2016, a fronte di un momento di difficoltà dell'ippica: Snaitech continua a investire per il rilancio di questo sport». Parla con grande passione Fabio Schiavolin, ad di Snaitech, a quasi un mese dall'inaugurazione della nuova stagione del galoppo, che verrà celebrata il 15 marzo con un evento celebrativo per i 100 anni dell'Ippodromo di Milano. «L'ippica sta vivendo un momento di crisi, stiamo lavorando per ridurre le perdite e rigenerare il prodotto. È

un'operazione a lungo termine, dobbiamo far conoscere questo sport a un pubblico nuovo e ampliare la base degli appassionati - sottolinea Schiavolin -. Per farlo stiamo investendo sulle strutture e lavorando per aprire sempre più gli ippodromi alla città e ai cittadini».

Così, mentre le sovvenzioni del Mipaaf alle società di corse sono diminuite del 50% dal 2012 ad oggi la strategia di Snaitech è valorizzare gli ippodromi oltre l'ippica, trasformandoli in luoghi di aggregazione polifunzionali, aperti ai cittadini per 365 giorni l'anno. Di qui, gli eventi per le scuole, la conferma della partecipazione alle Giornate del Fai e il lancio di un progetto speciale per la Milano Design Week.

A fronte, la necessità di fare impresa, come qualsiasi società privata. «A differenza delle strutture pubbliche, oltre ai normali costi di gestione, siamo soggetti ad esempio al pagamento di tributi come Imu e Tasi che annualmente per il comprensorio ippico di Milano pesano per circa un milione di euro. Il progetto di riqualificazione partito nel 2016 proseguirà quindi negli an-



ni a venire, non c'è alcun piano di disimpegno o disinvestimento sull'ippica. Stiamo lavorando sul futuro».

Così rilancia l'azienda, i cui impianti ospiteranno peraltro l'annunciata prima edizione del Milano Jumping Cup di equitazione nel 2020. Ma l'obiettivo è attirare anche chi l'ippodromo non lo frequenta. Flug Market, Birrodromo, Vini d'Italia e Festa della Musica sono alcuni format diventati parte integrante del calendario, e si ripetono con successo ogni anno in concomitanza dei più importanti convegni di corse. Nelle giornate di corsa più importanti la gestione dell'area paddock è stata affidata ad esempio alla fondazione Francesca Rava, che organizza laboratori ricreativi, per attirare un pubblico nuovo, fatto di famiglie con bambini.

A seguire, il progetto scuola #ScopriSanSiro ha permesso dal 2017 a 2.500 bambini di visitare le piste di allenamento, le scuderie dei cavalli da corsa e il Cavallo di Leonardo.

Il monumento è stato al centro del «Leonardo Horse Project», per celebrare la memoria del genio da Vinci a 500 anni dalla sua scomparsa con 13 cavalli di design presentati nella passata edizione della Milano Design Week. La mostra multimediale è stata vista da 7mila visitatori. Senza contare il Milano Summer Festival, con ben 100mila visitatori nel 2019 e nomi del calibro di Santana, Iron Maiden, Marilyn Manson e Martin Garrix per dirne alcuni. Infine, nel 2018 l'ippodromo Snai San Siro è stato inserito per la prima volta tra i tesori culturali italiani da scoprire nelle Giornate FAI di Primavera, con quasi 10mila accessi registrati nel weekend.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A sinistra una delle tante manifestazioni organizzate all'ippodromo
Sopra, Fabio Schiavolin amministratore delegato di Snaitech