

Ma i migliori risultati li hanno ottenuti alberghi e ristoranti. Adv ferme

Venezia ride col Carnevale

In crescita i turisti e i biglietti per i traghetti

DI PAOLO BUSETTO

«**C**on circa un milione di presenze, il Carnevale Sensation 2009 è stato il più partecipato degli ultimi sette anni». Questo il commento di Mauro Pizzigatti, presidente di Venezia marketing eventi, la società che ha progettato e gestito l'evento. Il Carnevale ha impiegato il 70% del budget (circa 1,5 milioni di euro) verso fornitori locali. I dati parlano di indicatori in netta crescita, come la vendita dei 290 mila biglietti dell'azienda trasporti (il biglietto di navigazione per i non residenti costa 6,50 euro), con 745 vaporette extra nelle 4 linee speciali per un totale complessivo di 968 corse straordinarie, alle quali si sono aggiunti i circa 1.500 bus speciali, soprattutto notturni, che hanno riportato in terraferma i nottambuli.

Anche il sindaco di Venezia, Massimo Cacciari, si è detto soddisfatto, soprattutto per l'organizzazione, affidata a Marco Balich, che ha saputo coordinare in modo egregio un numero consistente di associazioni e istituzioni. Soddisfazione anche per gli accessi al sito ufficiale (www.carnevale.venezia.it) che, malgrado la forte concorrenza di siti simili, ha registrato, da gennaio 2009, 255 mila accessi, un terzo dei quali stranieri.

Per gli albergatori, secondo Franco Maschietto, presidente dell'Ava, l'edizione 2009 è stata prodiga riversando sulla ricet-

tività veneziana un bel po' di ospiti (e quattrini). «Fare delle cifre esatte ora», ha precisato Maschietto, «è prematuro. Posso fare però delle stime: si parla di circa 100 mila ospiti presenti nei due week end, uno dei quali ha coinciso con San Valentino. Come fatturato, vale la stessa prudenza espressa per le presenze: stimiamo un introito di circa 5 milioni di euro. Se il format sarà riconfermato, c'è da essere ottimisti anche per il 2010».

Quindi per gli albergatori (e per l'indotto locale) il Carnevale è stato una boccata di ossigeno, soprattutto se si considerano le pessime previsioni espresse dal Centro studi dell'associazione, quando i dati di dicembre 2008 segnavano percentuali negative sia sull'occupazione delle camere (-17,28%) sia sul fatturato (-23,48%) rispetto allo stesso mese del 2007.

Meno ottimisti gli agenti di viaggi. Per loro il Carnevale non ha movimentato granché. Michele Serafini (Kele&Teo turismo) ha precisato che gli ospiti ormai arrivano direttamente negli hotel (attraverso il sistema di prenotazione VeneziaSi, ndr) e ha individuato nei botteggeri e negli albergatori i maggiori beneficiari del Carnevale. Idem per Alessandro Santi (Mirco Santi viaggi) che ha però precisato: «È stato un evento che ha visto una sorta di ripresa last minute, ma anche una partecipazione dei veneziani alla mascherata. Presenza imprevista e perciò positiva».

