

Grazie soprattutto ai 160 mila euro garantiti dal marchio di orologi

Agenzia Eventi bilancio positivo per i concerti

L'operazione-concerti in Piazza San Marco è in attivo per la Venezia Marketing & Eventi che li ha organizzati, grazie soprattutto alla sponsorizzazione della Swatch, che ha portato nelle casse della società 160 mila eu-

ro grazie allo spettacolo dell'altra sera. Un'esperienza, quella di uno spettacolo gestito da uno sponsor, che sarà ripetuta anche nei prossimi anni. In pareggio invece il con certo di Massimo Ranieri, per il quale il *break-even* era fissato a circa 1500 spettatori e che ha inve-



Il pubblico al concerto di Ranieri

ce superato i duemila, coprendo, così, parte dei costi del palco.

Nessun utile invece per il concerto di Andrea Bocelli di ieri sera, interamente coperto dagli sponsor e per il quale il Casinò aveva anzi contribuito con circa 50 mila euro.

Il costo complessivo del palco per tutti i concerti supera i 200 mila euro e se per quello del Giro d'Italia a vincere la gara per la realizzazione era stata Venezia Fiere, per i concerti a San Marco ad aggiudicarsela è stata Eta Beta, uno dei membri della cordata della cordata Scp (con Marsilio, Colombar e altri) che è entrata nella Venezia Marketing & Eventi accanto a quella costituita da Verona e Venezia Fiere. Entrambi i nuovi soci privati possono perciò essere soddisfatti. (e.t.)

