



di Venezia e Mestre  
**la Nuova**



C1,20 | MESTRE - VIA PIERIO, 34 - TEL. 041/5074611 - FAX 041/958856

QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE

www.nuovavenezia.it

La nostra cartaprovina è ammontata riciclando le foreste gestite in maniera sostenibile



**Caso Fleximan, vertice tra sindaci e prefetto**

«Alcuni autovelox non sono necessari, adesso è importante una strategia condivisa»  
CESARO E BERGAMIN / PAGINA 11



**IL COMMENTO**

LENTI E SENZA ANSIA: ELOGIO DELLA VITA A TRENTA ALL'ORA  
PIERALDO ROVATTI / PAGINA 11

IL GOVERNO MELONI VARA L'ELECTION DAY DELL'8 E 9 GIUGNO CON EUROPEE E AMMINISTRATIVE. E APRE AL TERZO MANDATO NEI CENTRI MEDIO-PICCOLI

**Sindaci, possibile il tris**

C'è il via libera per i Comuni tra i 5 e i 15 mila abitanti. In Veneto nel 2024 giochi riaperti per 42

**OGGI, 30 ANNIFA**

MASSIMILIANO PANARARI

**CHE COSA RESTA DEL VIDEO DI BERLUSCONI**

«Dopo quel 26 gennaio 1994 nella politica italiana nulla è stato più come prima. «L'Italia è il Paese che amo, qui ho le mie radici...», diceva Silvio Berlusconi nel celeberrimo videomessaggio d'annuncio della "discesa in campo", di cui ricorre oggi

Sindaci a vita nei Comuni fino a 5 mila abitanti e proroga al terzo mandato nei paesi fino a 15 mila: l'election day del 2024, il 9 giugno, a cui tutti hanno dato il via. In Veneto, in particolare, si apre il terzo mandato con un cambio di passo radicale. Di questi 42 hanno un sindaco giunto a termine di secondo mandato che dunque ora potrà decidere se ricandidarsi. Nulla di nuovo, invece, sul fronte del possibile terzo mandato per i presidenti di Regione, anche se la Lega conta di poter agire pro Zaia in sede di conversione del decreto.

SALMASO E TOSATTO / PAGINA 4

**LO STUDIO**  
**Spiagge, stagione più lunga Boom ad aprile e ottobre**

Spiagge, impennata del turismo di bassa stagione: crescono le presenze in aprile, settembre e ottobre, mesi un tempo considerati poco appetibili ma oggi importanti per i bilanci degli hotel. CAGNASSI / PAGINA 15

**L'ESCALATION**  
**Violenze a donne in crescita Tre arresti in sette giorni**

In una settimana i carabinieri hanno eseguito tre arresti e un provvedimento restrittivo per violenza sulle donne. E le volanti dall'inizio dell'anno hanno seguito altri quattro fermi. MION / PAGINA 40

**IL COMMISSARIO**

**Spitz e il Mose «Il 2024 anno decisivo, penali per Chioggia»**

«Per il Mose, il 2024 è l'anno delle nuove cose. Quello che c'era da concludere, si sta concludendo. Poter terminare gli ultimi aspetti complementari, e poter pensare al fotovoltaico, mi sembra un bel segnale. E comunque continuo a insistere: 74 sollevamenti difensivi in quattro anni fanno già il Mose». Il commissario Elisabetta Spitz guarda ora al futuro della grande opera, osservata speciale in tutto il mondo, destinata a salvaguardare Venezia dalle maree eccezionali. PENDOLINI / PAGINA 37



**Il futuro delle spiagge**

**«Sempre più presenze in aprile e ottobre Puntare su una stagione di 8 mesi si può»**

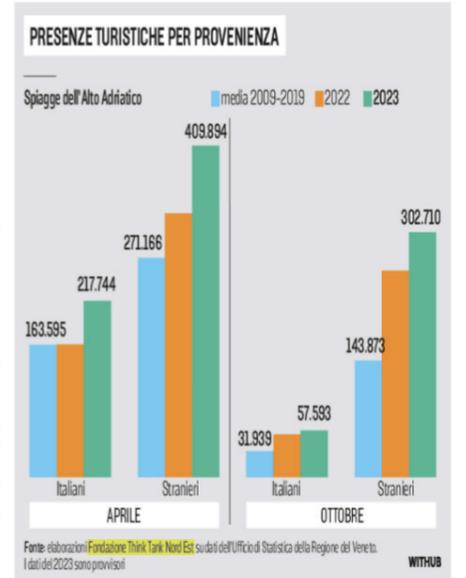
Lo studio di **Think Tank Nord Est**. Il presidente Ferrarelli: «Più eventi e collegamenti via mare e aerei per consolidare il trend»

Giovanni Cagnassi / JESOLO

Impennata del turismo di bassa stagione: sulla costa veneta crescono le presenze nei mesi di aprile, settembre e ottobre, che un tempo considerati di bassissima stagione mentre oggi, invece, diventano determinanti nel bilancio delle presenze turistiche. Numeri alla mano si consolida la tendenza a puntare e a credere nell'allungamento stagionale. È il risultato di uno studio della **Fondazione Think Tank Nord Est** sul movimento turistico delle spiagge negli ultimi 25 anni: dati che propongono nuovi spunti di riflessione per gli operatori. Secondo il presidente di **Federalberghi Veneto**, Massimiliano Schiavon, una tendenza iniziata dopo la pandemia con un boom di presenze in questi mesi anche grazie alle possibilità offerte dallo smart working e poi dai grandi eventi nelle località turistiche.



Il litorale di Jesolo in inverno: l'allungamento stagionale sempre più confermato dai dati FOTOVANELLO



**I DATI**

Nel 2023, le presenze da maggio a settembre sono state 21,4 milioni, in aumento dell'1,2% rispetto all'anno scorso e leggermente superiori anche al 2019. Nei restanti sette mesi dell'anno superati gli 1,2 milioni di pernottamenti, +26% sul 2022 e +11% sul 2019. Per la prima volta in assoluto, la quota percentuale del movimento turistico "fuori stagione" ha superato il 5% del totale. Il trend di crescita di primavera e autunno regala una stagione di almeno otto mesi, da marzo a ottobre. Rispetto alla media del periodo 1999-2019, soprattutto i mesi di aprile e ottobre hanno evidenziato ottime performance nel 2023: aprile ha registrato un +56% di presenze, ottobre addirittura +118%. Positivi anche i risultati di settembre (+28%), maggio (+18%) e giugno (+9%). Il bimestre

estivo per eccellenza, luglio e agosto, ha evidenziato un leggero calo, rispettivamente -2% e -5%.

**TURISMO ESTERO**  
Un'analisi di più breve periodo, che parte dal 2009, mostra come il trend crescente nei mesi di aprile e ottobre sia determinato soprattutto dai turisti stranieri. Rispetto al decennio 2009-2019, nel 2023, in aprile, le presenze degli stranieri sono aumentate del 51% e quelle degli italiani del 33%. E in ottobre si registra un +110% degli stranieri e un +80% degli italiani.

**ALLUNGAMENTO STAGIONALE**  
La Fondazione suggerisce una serie di misure e iniziative che possono dare garanzie nel periodo di bassa stagione. Eventi e mobilità sono il primo pun-

to che può fare la differenza. «L'allungamento stagionale non è un tema nuovo per l'Alto Adriatico», commenta Antonio Ferrarelli, presidente della **Fondazione Think Tank Nord Est**, «ma oggi le condizioni meteo più favorevoli e le mutate abitudini dei vacanzieri stanno creando maggiori opportunità per crescere oltre l'estate. Per migliorare la redditività delle aziende, rendere più sostenibili gli investimenti e offrire contratti di lavoro più competitivi, le strutture ricettive dovrebbero rimanere aperte almeno 8 mesi. Oltre ad ampliare il palinsesto degli eventi, andrebbero sviluppati i collegamenti via mare con Venezia, Trieste e gli aeroporti, per essere più attrattivi anche per nuovi profili di turisti e non solo nel periodo estivo». —

**PRESENZE TURISTICHE PER MESE**  
Spiagge dell'Alto Adriatico\*

Mese	Media 1999-2019	2023	Var. %
Marzo	114.827	80.910	-30%
Aprile	403.314	627.638	56%
Maggio	1.477.234	1.737.528	18%
Giugno	3.987.151	4.360.108	9%
Luglio	6.021.502	5.913.175	-2%
Agosto	6.674.554	6.356.090	-5%
Settembre	2.376.003	3.043.671	28%
Ottobre	165.509	360.303	118%
TOTALE	21.363.596	22.623.613	6%

Fonte: elaborazioni **Fondazione Think Tank Nord Est** su dati dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto. I dati del 2023 sono provvisori. \*Per l'Alto Adriatico si intende i flussi turistici nei Comuni di Cavallino-Treporti, Jesolo, San Michele al Tagliamento-Bibione, Caorle, Eraclea

Alberto Granzotto, presidente regionale e nazionale di **Faita Camping** «Su settembre e ottobre si può investire soprattutto per gli stranieri»

**«Grande opportunità per il settore grazie anche al meteo favorevole»**

**L'INTERVISTA**

Una stagione lunga per fidelizzare il personale e attirare i turisti anche nei periodi di bassa stagione. Alberto Granzotto, presidente regionale e nazionale di **Faita Camping** non ha dubbi e suggerisce

la strada da percorrere nei prossimi anni e ormai di fatto già imboccata. Le vacanze all'aria aperta sono il termometro più sensibile nella bassa stagione e la costa veneziana può contare su un vero distretto turistico dei campeggi. Una settimana di camping oggi diventa dei villaggi o club tra i più premiati in Europa, un fattura-

to complessivo di quasi 800 milioni di euro da Bibione a Sottomarina. A questo si aggiungono le oltre 11 milioni di presenze, un milione e 300 mila arrivi. E una permanenza media lunga, anche di 8,5 giorni per ospite che quasi raddoppia quella degli alberghi. **Presidente i mesi di bassa stagione stanno diventando**

**un affare?**

«Sicuramente un'opportunità per gli operatori e mi riferisco in particolare ai mesi di settembre e ottobre più che aprile che comunque sta dando ottimi risultati da qualche anno a questa parte. Settembre e ottobre sono mesi sui quali investire, in particolare, perché in quel periodo molti paesi stranieri hanno le vacanze scolastiche e quindi le famiglie sono interessate a spostarsi». **È una questione di meteo?** «Il clima è molto migliorato in questi mesi di fine stagione ed è un fattore indubbiamente importante per la scelta della vacanza al mare che sono ancora interessanti per i turisti stranieri abituati ad altro clima». **Cosa possiamo fare per puntare di più sulla bassa sta-**



ALBERTO GRANZOTTO, PRESIDENTE REGIONALE E NAZIONALE DELL'ASSOCIAZIONE FAITA CAMPING

«Una linea acquia per Venezia sarebbe un valore aggiunto Allungare la stagione aiuta poi a fidelizzare il nostro personale»

gione? «Il sistema territorio deve dare delle risposte in termini di iniziative ed eventi, i turisti in questi casi hanno una maggiore predisposizione per week-end lunghi. Penso a eventi sportivi, alla cultura. E anche alla mobilità che è un altro fattore strategico. Le spiagge possono essere a servizio di una città come Venezia famosa in tutto il mondo e una linea acquia efficiente sarebbe sicuramente un valore aggiunto della nostra vacanza. La stagionalità lunga è una grande opportunità che permetterebbe anche di trasformare contratti a tempo determinato in indeterminato, fidelizzando il personale altrimenti sempre più difficile da reperire». —