



# Incantesimo festival: ma si può fare di più per riempire i ristoranti

Fiordi: bisogna coinvolgere i locali della zona, al Comune chiediamo collaborazione  
 Conforti: eventi così ci aiutano, la differenza si vede. Deluso Ciano: me l'aspettavo

**Gianni Tacchi**

LIVORNO. Le file in piazza del Luogo Pio, il tendone quasi sempre all'insegna del tutto esaurito, le risate e gli applausi arrivati in ogni angolo della Venezia, anche quella «partecipazione rilassata» di cui parla il direttore artistico **Stefano Barrezzaghi**. La quarta edizione del «Senso del ridicolo» ha fatto centro come numeri, come atmosfera, come realtà di fine estate che intreccia storytelling e riflessioni sulla comicità, nomi importanti da tutta Italia e artisti livornesi. Ma ci sono state ricadute economiche sul territorio e in particolare sulla Venezia? Il boom di presenze ha favorito le attività della zona?

Il primo link porta ai ristoranti della Venezia, area food da tempo e quindi ideale per un contesto del genere, visto che sabato e domenica gli eventi sono iniziati in mattina-

ta e sono andati avanti fino all'ora di cena.

Nella maggior parte dei casi viene fuori fra gli operatori una grande soddisfazione, tanto che c'è chi parla di «1.500 euro d'incasso in più rispetto agli altri weekend», qualcuno invece non ha registrato grossi aumenti.

«Di sicuro – e qui sono tutti d'accordo – dobbiamo aprire un dialogo con i vari soggetti legati al «Senso del ridicolo» in vista della prossima edizione: la manifestazione piace in città e fuori, va sfruttata meglio. E lo stesso discorso vale per l'imminente mostra su Modigliani: non possiamo sbagliare».

**«TANTICI CLIENTI»**

Il ritorno economico si è visto soprattutto nei ristoranti che si affacciano su piazza del Luogo Pio, a partire dall'«Osteria della Venezia». «Grazie al festival – dice il titolare **Franco Ciucci** – abbiamo lavorato molto a pranzo sia sabato che

domenica, mentre venerdì eravamo chiusi. Durante la prossima edizione apriremo anche il venerdì a pranzo: c'è tanta gente e occasioni del genere non capitano tutti i mesi».

Un altro ristorante a due passi dal tendone è «Desiderio», in via della Venezia, dove Paolo Virzi, Bobo Rondelli ed Eva Giovannini si sono fermati a pranzo dopo l'incontro-show di sabato.

«È andato tutto bene, siamo davvero contenti», queste le parole del titolare, **Enrico Cattanano**. «L'evento è interessante, fa ridere, coinvolge artisti famosi e permette anche ai locali della zona di guadagnare qualcosa. Non c'è stato il boom, sia chiaro, ma i frutti si sono visti: qui sono venuti soprattutto clienti non livornesi che erano in Venezia per seguire il festival. Un consiglio agli organizzatori? Forse andrebbero cambiati gli orari degli spettacoli principali: meglio iniziare alle 20 che alle 21, così

dopo la gente può andare tranquillamente a cena nei ristoranti della città».

«Sabato sera eravamo strapieni, c'era la fila», interviene **Susanna Conforti** dal ristorante «Sugo» di via Borra. «Credo proprio che dobbiamo ringraziare il «**Senso del ridicolo**»: eventi così ci aiutano, la differenza rispetto agli altri giorni si vede».

**«SERVONO NUOVE IDEE»**

È rimasto deluso **Vittorio Ciano**, uno dei soci della pinseria Al civico 8 di piazza del Luogo Pio: «Ma un po' me lo aspettavo perché il pubblico del festival è quello che va nei teatri: noi facciamo le pinse romane, la nostra è un'altra clientela».

**Luca Fiordi**, che gestisce due locali nel quartiere («Il Forte» in via del Forte San Pietro e la nuova paninoteca «Panino Dop» in via Borra) ed è anche il presidente del Centro commerciale naturale della Venezia, va invece oltre l'ultima edi-

zione e guarda avanti: «I miei locali erano pieni ma sinceramente – racconta – ho visto la solita clientela: non so quantificare il numero di persone venute a cena perché erano al festival. Convenzioni con l'organizzazione? Bisogna coinvolgere tutti i ristoranti della zona, possiamo pensarci per il prossimo anno. Di certo dobbiamo lavorare tutti insieme per avere un ritorno economico importante da questo festival: come centro commerciale naturale chiediamo collaborazione al sindaco **Luca Salvetti** e all'assessore al commercio **Rocco Garufo**: non solo per il "Senso del ridicolo" ma anche per la mostra su Modì, per la viabilità e per tutti i problemi del quartiere». —

## IDENTIKIT IN CIFRE

---

### 18

È il totale degli eventi che sono stati programmati dall'équipe di Stefano Bartezzaghi per l'edizione 2019: compresa la proiezione di tre film per la rassegna curata da Gabriele Gimmelli e dedicata a Woody Allen

---

### 29

Sono i protagonisti che hanno calcato le scene del festival 2019. In partenza erano 22: ha dato forfait Pilar Fogliati ma è stata sostituita, si è aggiunto in extremis Paolo Virzi (con un extra di Francesco Bruni). E domenica Matteo Caccia ha chiamato sul palco sei persone per raccontare le proprie "storie livornesi".

---

### 6

Sono le location del festival: piazza del Luogo Pio, Bottini dell'Olio, teatro Vertigo e Goldoni per gli eventi. Da aggiungere: la sede della Fondazione Livorno e la biglietteria alla sala Simonini.

---

### 4

Sono le edizioni del festival andate in scena finora: un gruppo di associazioni ci pensava dal 2013, il debutto nel 2015, poi si è tenuto tutto gli anni ad eccezione del 2017 per via dell'alluvione.



Silvio Orlando e Bobo Rondelli a pranzo da Desiderio (DINO DI NINO)  
In alto: foto di gruppo per l'esercito di collaboratori del festival



Luca Fiordi

Gianni Vignoli



Gianluca Campo e Erika Fossi nello stand Il Tirreno



L'ediculante Yuri Lemmi porta i giornali allo stand



Al lavoro le addette della Fondazione



Due volontari nell'angolo della rassegna stampa

TANTI VOLTI, TANTE STORIE

## Gli “humans” del Ridicolo raccontano sul web l’ironia

Come per Effetto Venezia, con il popolo della kermesse di Bartezzaghi su [iltirreno.it](http://iltirreno.it) In scia con il format inventato da Stanton per New York

LIVORNO. Eravamo andati alla scoperta degli “Humans of Effetto Venezia” per cogliere in una carrellata di volti e storie l’anima della festa d’estate, dentro la Venezia siamo tornati a cercare gli “Humans of

Senso del Ridicolo”, cioè la gente del festival diretto da **Stefano Bartezzaghi**. Per raccontarli in presa diretta sul web [iltirreno.it](http://iltirreno.it) con un doppio flash in forma di foto e di testo da parte di **Simone Fulciniti**. Chi sono? **Leonardo Ghelarducci** (45 anni, dipendente Asa), **Maurizio Mini** (69 anni, pensionato), **Stefania Casu** (60 anni, insegnante), **Dario Stefanini** (50 anni, autista), **Michele**

**Pardini** (53 anni, artigiano edile), **Carla Bettarini** (51 anni, bancaria), **Sarah Rondina** (36 anni, assistente in uno studio dentistico), **Leonardo Lulli** (45 anni, agronomo), **Marco Lulli** (50 anni, architetto) e **Alessio Porquier** (44 anni, direttore del Fipili Horror Festival). È sul sito del Tirreno che li trovate: con fotoritratto e dichiarazioni.

Il format l’abbiamo messo

in piedi declinando in livornese il modello che si è imposto nel mondo grazie all’idea del fotografo **Brandon Stanton**: nel 2010 aveva preso a raccontare vita, morte miracoli della metropoli più conosciuta al mondo – la New York che non va mai a dormire – accendendo i riflettori su tante persone qualunque e rendendo per un attimo ciascuno protagonista dentro un palcoscenico urbano fatto di milioni di vite. Non è affatto casuale ogni riferimento a “Humans of New York”, che conta su qualcosa come 17 milioni di follower se parliamo di Facebook e sfiora i nove milioni se parliamo di Instagram, solo per citare i due social più diffusi. —

M.Z.



Carla Bettarini in una posa buffa



PARLANO GLI OPERATORI

# Per gli alberghi l'effetto è a metà È un turismo solo mordi e fuggi

LIVORNO. C'erano tanti livornesi, ormai legati a questo festival così particolare e affascinante, e c'erano tanti spettatori da varie zone della Toscana per una giornata diversa dal solito, rientrati a casa dopo cena.

«Il classico turismo mordi e fuggi», taglia corto chi ha vissuto il **“Senso del ridicolo”** da vicino nell'ultimo fine settimana. E infatti gli alberghi della città non si sono riempiti. «Noi avevamo soltanto una prenotazione legata al festival, tutte le altre erano per i traghetti», dice **Michele Caciagli** dalla reception dell'hotel Europa, in via dell'Angiolo. «La manifestazione è sicuramente carina ma poco pubblicizzata fuori città: insistere sul marketing potrebbe portare più visitatori al festival e di conseguenza farebbe comodo anche a noi».

«Qualche prenotazione in più c'è stata – interviene **Stefano Parra**, dipendente dell'hotel Giappone di via Grande – ma non so se legata alla manifestazione in Venezia o alle partenze dei traghetti. È stato un buon weekend, quello sì, ma niente boom».

E neanche sul lungomare c'è stato il tutto esaurito per il **“Senso del ridicolo”**, come spiega per esempio **Massimiliano Sbarra** dell'hotel Genarino: «Non abbiamo visto alcun incremento, a livello numerico c'era la solita clientela».

È invece soddisfatta **Silvia Izzo**, titolare dell'hotel Ariston di piazza della Repubblica, dove c'è stato «un gran numero di camere prenotate grazie anche alla nostra posizione così strategica per vivere il festival».

«Stiamo parlando di una manifestazione bella, interessante: qui – prosegue Izzo – viene gente a dormire fin dalla prima edizione, non solo

turisti ma anche giornalisti e persone che orbitano intorno al festival. Ora c'è un appuntamento ancora più importante come la mostra su Modigliani: noi abbiamo già tante prenotazioni, eventi del genere sono fondamentali soprattutto fuori stagione, in autunno e inverno».

Al Gran Duca alloggiavano invece gli artisti e lo staff del **“Senso del ridicolo”** per una trentina di camere occupate, «numeri davvero ottimi per un periodo del genere», come sottolinea il titolare **Gian-ni Vignoli**, che da presidente dell'Associazione albergatori di Livorno si rivolge agli organizzatori: «Da noi sono venuti gli addetti ai lavori, niente turisti. E questo è un dato da tenere in considerazione quando si parla di turismo, perché gli spettatori del **“Senso del ridicolo”** sono livornesi o toscani che non si fermano a dormire in città». Po rincarà: «Forse per attirare gente da altre regioni bisogna lavorare di più a livello di comunicazione, di pubblicità. Di sicuro il festival è molto interessante e ha grosse potenzialità». —

G.T.

Foto: A. Chiodi / Contrasto

«La manifestazione è carina ma credo sia indispensabile pubblicizzarla di più a livello nazionale per far richiamare turisti»

«Il nostro hotel è in posizione strategica, la kermesse è bella: abbiamo avuto un bel numero di prenotazioni»



PARLANO GLI OPERATORI

# Per gli alberghi l'effetto è a metà È un turismo solo mordi e fuggi

LIVORNO. C'erano tanti livornesi, ormai legati a questo festival così particolare e affascinante, e c'erano tanti spettatori da varie zone della Toscana per una giornata diversa dal solito, rientrati a casa dopo cena.

«Il classico turismo mordi e fuggi», taglia corto chi ha vissuto il **“Senso del ridicolo”** da vicino nell'ultimo fine settimana. E infatti gli alberghi della città non si sono riempiti. «Noi avevamo soltanto una prenotazione legata al festival, tutte le altre erano per i traghetti», dice **Michele Caciagli** dalla reception dell'hotel Europa, in via dell'Angiolo. «La manifestazione è sicuramente carina ma poco pubblicizzata fuori città: insistere sul marketing potrebbe portare più visitatori al festival e di conseguenza farebbe comodo anche a noi».

«Qualche prenotazione in più c'è stata – interviene **Stefano Parra**, dipendente dell'hotel Giappone di via Grande – ma non so se legata alla manifestazione in Venezia o alle partenze dei traghetti. È stato un buon weekend, quello sì, ma niente boom».

E neanche sul lungomare c'è stato il tutto esaurito per il **“Senso del ridicolo”**, come spiega per esempio **Massimiliano Sbarra** dell'hotel Genarino: «Non abbiamo visto alcun incremento, a livello numerico c'era la solita clientela».

È invece soddisfatta **Silvia Izzo**, titolare dell'hotel Ariston di piazza della Repubblica, dove c'è stato «un gran numero di camere prenotate grazie anche alla nostra posizione così strategica per vivere il festival».

«Stiamo parlando di una manifestazione bella, interessante: qui – prosegue Izzo – viene gente a dormire fin dalla prima edizione, non solo

turisti ma anche giornalisti e persone che orbitano intorno al festival. Ora c'è un appuntamento ancora più importante come la mostra su Modigliani: noi abbiamo già tante prenotazioni, eventi del genere sono fondamentali soprattutto fuori stagione, in autunno e inverno».

Al Gran Duca alloggiavano invece gli artisti e lo staff del **“Senso del ridicolo”** per una trentina di camere occupate, «numeri davvero ottimi per un periodo del genere», come sottolinea il titolare **Gian-ni Vignoli**, che da presidente dell'Associazione albergatori di Livorno si rivolge agli organizzatori: «Da noi sono venuti gli addetti ai lavori, niente turisti. E questo è un dato da tenere in considerazione quando si parla di turismo, perché gli spettatori del **“Senso del ridicolo”** sono livornesi o toscani che non si fermano a dormire in città». Po rincarà: «Forse per attirare gente da altre regioni bisogna lavorare di più a livello di comunicazione, di pubblicità. Di sicuro il festival è molto interessante e ha grosse potenzialità». —

G.T.

FOTOGRAFIA DI RICCARDO BIANCHI

«La manifestazione è carina ma credo sia indispensabile pubblicizzarla di più a livello nazionale per far richiamare turisti»

«Il nostro hotel è in posizione strategica, la kermesse è bella: abbiamo avuto un bel numero di prenotazioni»

