

I biglietti unici fanno il botto 1.600 ticket in cinque giorni

Alvise Sperandio

MESTRE

“Venezia metropolitana 24” parte con il piede giusto. Nei primi cinque giorni dal suo avvio, vale a dire da mercoledì della settimana scorsa quand’è stato introdotto fino a domenica scorsa compresa, sono stati oltre 1.600 i biglietti del trasporto pubblico integrato venduti su tutto il territorio della Città metropolitana.

A servirsene, come prevedibile, sono stati soprattutto i turisti, in prevalenza coppie di coniugi con un figlio al seguito che visitano il centro storico e magari grazie anche a questa nuova opportunità fanno anche una capatina in una località dell’entroterra. “Venezia metropolitana 24” consente infatti di muoversi con un unico biglietto vali-

do per 24 ore di seguito dalla prima validazione (che comunque resta obbligatoria), su tutti i mezzi pubblici di Actv e Atvo. E dunque sugli autobus di entrambe le società, vaporetti, motoscafi e tram (escluse però le tratte da e per gli aeroporti Marco Polo di Tessera e Antonio Canova di Treviso). «Siamo molto soddisfatti di questa partenza che dimostra una crescita delle vendite giorno dopo giorno superiore a quanto è avvenuto in passato quando sono stati introdotti nuovi titoli di viaggio», dichiara Giovanni Seno, direttore generale di Avm-. Riteniamo che privilegiare le famiglie sia stata un’idea molto lungimirante voluta dal sindaco Luigi Brugnaro. Siamo anche fiduciosi che questo test possa darci delle ulteriori indicazioni per eventuali altre introduzioni di biglietti in futuro, con nuove formule che

permettano alle famiglie con bambini di beneficiare di un trasporto pubblico integrato e a giusto prezzo».

Il biglietto “Venezia metropolitana 24” è in distribuzione nei punti vendita di Venezia Unica e in quelli della rete commerciale di Atvo nel Veneto orientale. Costa 28 euro a persona per i non residenti e 20 euro per chi invece risiede in uno dei 44 Comuni della Città metropolitana più Mogliano Veneto. I bambini che non hanno ancora 12 anni viaggiano gratis, per un massimo di due per ogni adulto pagante. Actv e Atvo stanno investendo nella promozione del nuovo biglietto con una campagna informativa sui canali tradizionali e sul web e il risultato dei primi cinque giorni è un buon segnale per confidare che, dopo l’avvio con il vento in poppa, la sperimentazione poco alla volta entri a pieno regime.