

Il bilancio. Si conclude dopo sette anni la presidenza dell'unico non albergatore ai vertici dell'ente

Apt, Morandina a fine mandato turismo in calo e troppi reclami

«Non c'è più alternativa al "fare sistema" al passo con la comunicazione moderna»

Raffaele Rosa
raffaele.rosa@epolis.sm

I turisti bocciano i trasporti pubblici, gli hotel e la ristorazione della Provincia di Venezia. Il dato emerge dal bilancio di fine mandato distribuito dal presidente dell'Apt Renato Morandina che si appresta a lasciare l'incarico dopo sette anni di gestione prima solo di Venezia e quindi come srl a livello provinciale. Le bocciature emergono dai dati del servizio Iat (informazione accoglienza turistica) e riassumono i reclami che vengono raccolti quotidianamente dall'Apt da parte dei turisti che hanno soggiornato a Venezia e in provincia.

I DATI si riferiscono agli ultimi cinque anni e sono in costante aumento, a parte il 2008, anno della crisi del turismo e anche degli arrivi e quindi anche dei reclami. In tutto questo, però, c'è anche un lato positivo: per esempio nel 2007 ci sono stati 224 reclami, ma altri 172 sono "andati a buon fine", cioè chi ha protestato con Apt o è stato risarcito oppure ha potuto godere di una forma alternativa di scuse per il cattivo servizio. Nel 2007, però, 396 reclami totali, il che significa più di uno al giorno. E i servizi contestati, sono spesso quelli che riguardano i prezzi di alberghi, ristoranti e trasporti. Nel 2008, con 253 reclami totali, la tendenza è cambiata, ma è stata complicata la più scarsa presenza dei turisti. Renato Morandina, unico presidente di Apt non albergatore, chiude il suo mandato comunque con toni positivi. «I numeri li conosciamo tutti sulla crisi del turismo, quello che serve adesso



Un gruppo di giovani turisti a bordo di una gondola

In Europa c'è voglia di Jesolo « Serve programmazione »

Motorhome

«Ci sono indicazioni molto positive che arrivano dalle piazze europee che abbiamo visitato. Questo ci spinge a guardare all'imminente stagione balneare con ottimismo». Il presidente del Consorzio di Promozione Turistica "Four Seasons", Pierfrancesco Contarini, traccia un primo bilancio della campagna di promozione caratterizzata anche in questo autunno-inverno con il tour del Motorhome. «C'era curiosità di vedere la risposta soprattutto nei Paesi dell'Est, che abbiamo visitato anche con gli appuntamenti fieristici - spiega Contarini - e dobbiamo riconoscere un ri-

sultato positivo nell'interesse verso la nostra località, anche grazie ad una nuova veste grafica che abbiamo dato al materiale ed alla scelta di inserire tutto quello che riguarda la promozione, in un cd, molto richiesto. Le indicazioni sono molto positive; la gente ha voglia di vacanza ed ha voglia di Jesolo. Tutto questo ci fa guardare con grande ottimismo alla stagione balneare. Una piccola pecca su cui ci dobbiamo migliorare? Il fatto di non riuscire ad avere il programma delle manifestazioni con anticipo. La nostra è una località con un programma particolarmente ricco di grandi eventi.

so sono i rimedi. L'esperienza vissuta in questi anni mi spinge a dire che non c'è più alternativa al "fare sistema" stando al passo con la comunicazione e con i tempi che cambiano come le esigenze di chi decide di venire in visita nella nostra Provincia. Il nostro ruolo, oltre che di raccordo di risultati, di cifre e di dati che ci arrivano da Coses e Cocit, è stato quello di creare anche delle strade alternative al turismo tradizionale che vede in Venezia la sua regina incontrastata coinvolgendo Mestre, la Riviera del Brenta e il Cavallino in manifestazioni che hanno comunque esportato il nostro prodotto non solo artistico all'estero». Pochi fondi, tante cose da fare. Anche l'Apt si è trovata spesso di fronte al problema delle risorse. «Tutto quello che abbiamo investito e speso è frutto di raccolte pubblicitarie e di sponsor che hanno creduto nella nostra offerta. Nell'ultimo anno oltre 500mila euro, ma la

strada è ancora lunga, soprattutto per veicolare la comunicazione e l'assistenza al turista. Il nostro punto di prima accoglienza posto alla stazione ferroviaria di Santa Lucia risponde in un anno a 300mila richieste pur lavorando in condizioni strutturali precarie, con un ufficio condiviso con l'Avv. A Mestre siamo in Corso del Popolo ma sarebbe indispensabile un punto info alla stazione dove si fermano i treni su dieci». L'attenzione dell'assessore regionale Manzotto piace a Morandina che lancia anche una proposta. «Promuovere il territorio significa anche regolare i flussi nel corso dell'anno. Per esempio, penso anche a Venezia Marketing Eventi: perchè non inserire nel suo elenco anche manifestazioni come Riviera Fiorita e Venicemarathon: i numeri sono gli stessi e anche più della classica Regata Storica». E infine il dopo Morandina. «Magari una donna, perchè no».