

BUY VENETO AL MULINO STUCKY

Turismo da record 67 milioni di arrivi 17 miliardi di ricavi



Federico Caner, assessore

“ La promozione
va potenziata
sui siti web
e sui social network
Non solo le città d'arte
ma anche le spiagge
e le Dolomiti artefici
dell'ottimo risultato

► VENEZIA

Il bilancio d'oro del turismo veneto 2015 sta in due cifre: 67 milioni di presenze e 17 miliardi di fatturato, con un incremento del 5,6%. Non c'è solo Venezia con i suoi 20 milioni di turisti, perché a Jesolo si abbronzano 6 milioni di stranieri con i tedeschi uber alles e si arriva a 32 milioni sulle spiagge. A tessere le lodi ci ha pensato ieri Luca Zaia, che ha esordito al «Buy-Veneto» all'Hilton Molino Stucky con una battuta in spagnolo: «Dottor Santander, lei tiene dinero por nosotros?» rivolta al direttore dell'European Travel Commission che ha

invitato il Veneto a fare squadra e a presentarsi unito. La regione spende 5 milioni di euro per la promozione del sistema Veneto e anni fa erano addirittura 30. I risultati arrivano da soli, grazie anche alle borse del turismo tenute ieri a Venezia.

Fra i 300 operatori arrivati da tutto il mondo anche Luigia Mangifesta, manager dei tour operators Usa, e Tiziano Simonato, general manager di Baso Hotel & Resort di Quinto a Treviso, che nel suo catalogo ha persino sciorinati gli aerei per far volare u turisti americani, canadesi e australiani dalle Dolomiti al Lido di Venezia. Due i superpoli dell'offerta turistica: Verona e la Serenissima, anche se Padova con i suoi 3 milioni di fedeli al Santo vanta il primato nel segmento religioso.

«Un successo determinato dalla grande ricchezza della nostra offerta: oltre cento chilometri di spiagge, la montagna, Venezia e le città d'arte, il lago di Garda, il delta del Po, i circuiti dello slow food che vantano 350 prodotti tipici. Merito dei nostri operatori turistici, che sono la spina dorsale della nostra offerta turistica. Ma il Ve-

neto deve continuare a crescere. E quando si ha un'offerta così diversificata, non è facile promuoverla e continuare a mantenere il segno più», ha detto il presidente Luca Zaia, con uno stile alla Renzi: stop ai gufi, non parlate o scrivete male del Veneto.

«Credo poco nelle fiere e networking, la promozione viaggia nella rete attraverso gli educational e nella formazione di potenziali comunicatori del Veneto sui mercati. Chiedo anche agli operatori disponibilità e collaborazione per aiutarci a fare economia di scala e a fare sistema per promuovere un'immagine unitaria del nostro Veneto: un portale unico (www.veneto.ue), una tabellazione identificativa e chiara, il marchio del turismo veneto (il leone stellato con il logo Veneto tra terra e cielo) che dovrebbe essere presente in vetrofania in tutti i negozi del Veneto, infrastrutture adeguate per collegare le diverse destinazioni al terzo scalo aeroportuale d'Italia».

Infine Luca Zaia ha invitato le categorie a investire sui giovani. «I giovani ritornano più volte nella vita, investire su di loro è strategico. Penso a Venezia: non può essere una città per soli milionari, rendiamola accogliente e attrattiva per i giovani».

Prima di incontrare gli operatori di Buy-Veneto nella sala contrattazioni Zaia ha consegnato il diploma di «Specialista del Veneto» a due giovani agenti di viaggio brasiliane, risultate mi-

glior venditrici del Veneto come meta turistica tra i 360 agenti che hanno seguito i corsi di formazione online promossi dalla Regione Veneto a San Paolo per i tour operator brasiliani.

A fianco del presidente l'assessore al Turismo Federico Caner, che ha fotografato un settore in ottima salute.

Tra i comprensori che si distinguono maggiormente, il lago di Garda (+8,5% arrivi, +3,8% presenze) e la montagna veneta (+10% arrivi, +6,7% presenze). Positivo anche il settore balneare (+4,4%) che quello delle città d'arte (+4,7%). A livello provinciale, a parte Belluno, le migliori performance sono state registrate da Padova e Vicenza. Sulle provenienze, gli stranieri crescono del 4,8% per arrivi e 1,9% per presenze, ma ripartono, su tutte le destinazioni, anche le presenze (+3,5) e gli arrivi (+7,2%) degli italiani, con Dolomiti e montagna (+11,9%) e lago di Garda (+13,3%) con crescita a due cifre. Quanto alla stagione estiva, si stimano un +6,7% di arrivi e un +2,9% di presenze.

E per il 2016, ormai alle porte? Edoardo Santander ha invitato a coniugare lo sci sulle Dolomiti con la visita ai musei di Venezia: resta il problema delle infrastrutture, ma i turisti amano l'automobile. (al.sal.)