



Venezia, 23-03-2011

nr. ordine 547

Prot. nr. 36

All'Assessore Roberto Panciera

e per conoscenza

Al Sindaco

Al Presidente del Consiglio comunale

Alla Presidente della VI Commissione

Ai Capigruppo consiliari

Al Capo di Gabinetto del Sindaco

Al Vicesegretario Vicario

INTERPELLANZA

Oggetto: analisi dei costi sostenuti, tempestiva programmazione ed adeguato coinvolgimento del territorio.

Tipo di risposta richiesto: in Commissione

PREMESSO CHE

- Il Carnevale di Venezia e' solo la punta dell'iceberg dell'incapacità amministrativa di gestire i flussi turistici nel periodo di alta stagione;
- chi ha avuto modo di girare per i sestieri di Venezia durante il Carnevale ha potuto accorgersi come quelle aree non fossero frequentate, ne tantomeno presentassero iniziative, feste ed attività per la valorizzazione delle zone stesse;
- Il carnevale di Venezia non e' una festa popolare, e' un evento internazionale che ogni anno riceve attenzione da milioni di turisti che sono alla ricerca dello splendore di Venezia e delle sue Maschere;
- Valutando positivamente le aperture dei musei, chiese e biennale dei bambini che non dovrebbero aver pesato sulle casse del bilancio del Comune, le poche manifestazioni viste in città hanno ricevute molte critiche da cittadini ed associazioni.
- La mancata pianificazione, tra Amministrazione comunale e Trenitalia sull'offerta di treni straordinari per supportare l'enorme flusso di visitatori nei clou del carnevale, ha confermato l'inefficienza organizzativa.

DATO CHE

- risulta che lo stanziamento complessivo per il Carnevale da parte del Comune sia stato particolarmente rilevante circa 1.200.000 euro;
- si sono dimostrati ancora una volta negativi i rapporti fra le associazioni di categoria e il Comune, ma difficili sono apparsi anche quelli fra molte associazioni cittadine e l'amministrazione, anche alla luce del fatto che l'Agenzia Marketing & Eventi al momento non coinvolga i singoli privati, nonostante questa avrebbe dovuto essere elemento fondante nel suo mandato;
- appare fondamentale che l'Agenzia Marketing & Eventi sappia rendersi economicamente autonoma e sappia interfacciarsi con gli operatori e le categorie della città in modo armonico;

INOLTRE

- si segnala che durante il concerto di De Palma abbiamo assistito a scene deplorable, l'aver chiuso la piazza per far pagare l'ingresso e poi in un secondo momento visto la poca gente pagante presente, aprire a tutti l'ingresso gratuitamente ha sicuramente dimostrato serie incapacità di gestione di eventi così importanti.

CONSIDERATO CHE

la promozione dell'offerta turistica del territorio orientata ad intercettare un turismo di qualità deve prevedere una programmazione con il vero significato del termine e una forte capacità di comunicazione, che sembra, non venga svolta al meglio, da Venice Connected, che attualmente ha una funzione meramente informativa.

Infatti, non e' possibile parlare di carnevale a pochi giorni dal verificarsi dell'evento, quando ormai tutti gli operatori turistici hanno concluso ogni attività legata programmata in quel periodo, perché tra aprile e settembre di ogni anno si fa la programmazione tecnica e contrattuale per l'anno successivo.

E proprio per stimolare un' azione dell'amministrazione e dell'assessorato in tal senso che

SI INTERPELLA L'ASSESSORE COMPETENTE

- affinché provveda, al più presto, la pianificazione degli investimenti per un'attività di marketing e commerciale per l'anno 2011/2012, oltre alle linee guida strategiche per una cooperazione tra istituzioni enti e società misto pubblico e privato, tempestiva e programmatica con l'obbiettivo ben preciso di condivisione nell'organizzazione dei grandi eventi, per la riqualificazione dell'offerta turistica in città;

- di creare un tavolo di consultazione pubblico e privato che, tra marzo e giugno di ciascun anno, che programmi anche, il carnevale dell'anno successivo;

- di conoscere nel dettaglio le spese sostenute per la realizzazione del Carnevale 2011, e le iniziative ufficiali organizzate patrocinate e/o realizzate dal Comune di Venezia, attraverso l'Agenzia Marketing Eventi;

- per avere dettagliatamente l'elenco dei treni straordinari richiesti e pagati dal Comune a Trenitalia per l'evento, al fine di individuarne le criticità.

Sebastiano Costalonga

Marta Locatelli