



ROMÂNIA - JUDEȚUL TULCEA
MUNICIPIUL TULCEA
Biroul Sport, Cultură și Relații Externe



Nr. înreg. 3974/02.02.2021

În atenția doamnei **Andreea PAVEL, Info Sud-Est.**

Ca răspuns la solicitarea dumneavoastră privind renunțarea Municipiului Tulcea la calitatea de membru asociat în cadrul "Asociației de Management al Destinației Turistice Delta Dunării", vă comunicăm punctual următoarele:

1. Confirmați că Primăria Tulcea s-a retras din Asociația de Management al Destinației Turistice Delta Dunării?

Da, această informație este corectă.

2. Dacă da, când a fost luată această decizie și de ce?

Este o hotărâre a Consiliului Local Tulcea din data de 28 ianuarie a.c., în urma unei analize pe care am efectuat-o în ceea ce privește beneficiile pentru municipiul Tulcea aduse de aceasta asociere, altele decât cele pe care le aduc, oricum, aparatul propriu al Primăriei (prin Biroul Sport, Cultură și Relații externe), departamentele de marketing și comunicare ale celorlalte entități publice (vezi Centrul de Informare și Promovare Turistică Tulcea din subordinea Consiliului Județean) sau private cu potențial cultural și turistic de pe raza municipiului Tulcea (de pildă, I.C.E.M. are o foarte bună politică de autopromovare).

Concluzia noastră a fost că parteneriatul a funcționat în beneficiul doar al unei părți, lucru incorect și nesustenabil. Am preferat, așa cum am notificat și Asociația, să colaborăm în continuare, însă punctual, pe evenimente, acțiuni, inițiative de promovare digitale sau fizice, bine susținute, argumentate și cu un beneficiu concret și măsurabil pentru Tulcea. Așa cum le-am și spus, până la urmă contează calitatea servirii turiștilor, informarea exhaustivă a lor și mai puțin câți funcționari stau în spatele lor.

În opinia noastră, astăzi, obiectivele turistice din municipiu și județ, unitățile economice din turism, etc. sunt promovate de o inflație de vectori: asociații, instituții, departamente proprii, site-uri naționale profesioniste, comunitățile locale prin forțe proprii, ș.a.m.d. Probabil e nevoie de mai mulți actori în turism și mai puțini în așa zisa promovare, pe bani publici, a acestuia.

Finalmente, începând cu anul 2020, prin HCL nr. 47/20.02.2020 și având la bază art. 484 din Codul Fiscal, s-a instituit o taxă de promovare a turismului din municipiul Tulcea. Prin colectarea ei Primăria beneficiază, așadar de aproape un an, de resursă proprie pentru această activitate. O facem și o dezvoltăm zi de zi, fie cu forțe proprii, fie în asociere cu inițiative cu adevărat benefice pentru oraș.

Ca un argument al modului în care vedem noi promovarea orașului vă putem spune că am primit recent propunerea de la Asociația „Călător prin România” de a ne face cunoscute obiectivele turistice printr-un proiect național de digitalizare a informației, proiect concret, modern, măsurabil și, înainte de toate, gratuit. Nu ne-au pretins să intrăm ca membri, nu ne-au presat, nu ne-au promis luna de pe cer, ne-au oferit un serviciu pe care l-am apreciat ca fiind util și oportun.

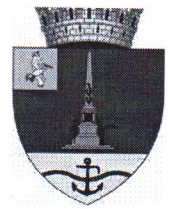
3. Care este valoarea taxei pe care Primăria Tulcea o plătește lunar/anual în schimbul calității de membru al AMDTDD?

Valoarea taxei lunare plătită de Primăria Municipiului Tulcea a fost de 2.000 lei, suma totală fiind de 50.000 lei de la încheierea parteneriatului până în prezent, aproximativ doi ani și jumătate.

4. De asemenea, vă rugăm să ne transmiteți dacă ați primit rapoarte de la AMDTDD privind modul în care au fost cheltuite taxele pe care asociația le-a colectat de la instituțiile publice membre. Dacă da, vă rugăm să ne trimiteți copii ale acestor rapoarte.



ROMÂNIA - JUDEȚUL TULCEA
MUNICIPIUL TULCEA
Biroul Sport, Cultură și Relații Externe



Vom face mai întâi o introducere. Analiza noastră s-a bazat pornind de la site-ul de prezentare al Asociației, pe obligațiile acesteia față de Primărie, și pe bilanțurile de activitate aferente anilor 2019 și 2020. Obligațiile Asociației prevedeau promovarea principalelor atracții turistice din zona administrativ teritorială aflată în gestionarea Primăriei, prin intermediul website-ului organizației.

În calitate de Partener, obligațiile privind publicarea prin intermediul website-ului nu au fost niciodată respectate; website-ul nu mai este actualizat din iunie 2019, este sărac, neprofesionist construit și irelevant. În plus nu promovează absolut nimic din ce înseamnă atracțiile turistice ale municipiului. Nu promovează nici măcar obiectivele care aparțin Consiliului Județean (muzeele: de artă, istorie și arheologie, științe naturale etc.). Doar referiri statistice, câteva evenimente de prin județ și cam atât.

La fel se întâmplă și cu referirile la promovarea prin presă. A trimite comunicate cu cifre statistice luate de la I.N.S., nu e tocmai promovare și în niciun caz nu ai de ce să plătești pentru așa ceva din bani publici.

În plus, bilanțurile respective arată doar un număr de acțiuni (41 în 2019, an în care turismul a funcționat din plin, dar niciuna detaliată și pe website) din care beneficiul concret, măsurabil pentru Municipiul Tulcea este, în opinia noastră, zero; toate aceste acțiuni s-au desfășurat în Delta Dunării sau în alte localități din județ, cu impact, desigur, asupra turismului local și deltaic, dar nu al orașului.

Argumente că, datorită Asociației, turiștii trec prin Tulcea, „poarta de intrare în Delta Dunării”, plătesc parking, cazări etc., nu pot fi considerate serioase. Turismul în Delta Dunării este și se dezvoltă de ani de zile, operatorii economici se promovează, instituțiile se promovează prin direcții și birouri proprii, așadar se plăteau aceste taxe și înainte de înființarea Asociației.

Acum revenim la întrebarea dumneavoastră și vă răspundem simplu: nu, niciodată. Bilanțurile prezentate sunt doar documente narrative, în care se povestește foarte mult, se aduc date cu caracter relativ sau general (multe dintre acțiunile prezentate sunt evenimente tradiționale care se întâmplau oricum) dar din care lipsește esența: bilanțul financiar.

Din avalanșa de adrese către Primărie primite în ultima vreme de la Asociație, lipsește una care să ne lămurească, până la urmă, pe puncte, până la ultimul leu, pe ce s-au cheltuit 50.000 lei din banii populației orașului în doi ani și jumătate de parteneriat. Desigur, în afara salariilor celor angajați acolo, pentru că scopul parteneriatului nu este să plătim niște salariați (fie ei de la ONG) din banii locuitorilor orașului ca să se plimbe prin Delta Dunării.

Finalmente, ne surprinde „asaltul” online, prin mass-media și subteran al Asociației, pre și post Hotărârea Consiliului Local. De multe ori nepoliticos, pe alocuri chiar belicos. Ca să nu mai vorbim despre postările pe Facebook cu declarații jignitoare la adresa consilierilor locali și ai angajaților Primăriei, făcute chiar de angajați ai Asociației. Nu este elegant și nu emană tocmai profesionalism și bună credință. Credem că politica de resurse umane a organizației trebuie imediat revizuită, ne îndoim că tipul acesta de abordări poate veni de la oameni competenți în ceva, în general, și în promovarea turismului, în special. Dâșii trebuie să știe că asocierile sunt un drept și nu o obligație, și că înainte de a cere socoteală, trebuie foarte bine să o dai, mai ales când vine vorba de bani publici. Lucru pe care, în opinia noastră argumentată, nu l-au făcut niciodată.

Ștefan CARAMAN
Consilier

