

## S američkom specijalisticom za luksuzna putovanja Wandom Radetti o poslu, ljudima, Gradu...

Oči, uši, nos i nepce stvaraju osjećaj i uspomenu, a ne mobiteli. Još ako se usput i naježiš, to je to!



**Što Amerikanci vole u Hrvatskoj? Ma sve! Kako i ne bi, pa i ja sam zaljubljena u nju i taj svoj osjećaj, koji je i u poslu i u životu sve, pokušavam i njima dočarati. Želim da se doma vrate s uspomenu koju nikad neće zaboraviti, a da nijednom nisu izvadili mobitel i opalili sliku**



Wanda Radetti, osnivačica i vlasnica agencije za luksuzna putovanja Tasteful Croatian Journeys

PIŠE: LORITA VIERDA  
FOTO: TONČI PLAZIBAT/CROPIX

- Nemaš vizitku, a razgovaraš o biznisu? Da sam ja na tvom mjestu, sama bih sebi dala otkaz! - kroz smijehak jednom od svojih vodiča govori Wanda Radetti, ponajbolja američka agentica za luksuzna putovanja po Hrvatskoj, Croatian Tasteful Journeys. Ova rođena Riječanka, hrvatska Talijanka već je desetljećima najcjenjenija u svom poslu, a sve, kaže, zbog toga što je zaljubljena u Hrvatsku. Iz Rijeke je promjenom granica s roditeljima pobjegla kao dijete, boravila u migrantskim logorima u Italiji, morala lagati da je iz Trsta, dok se nisu dočepali obećane zemlje Amerike. Granice ne podnosi, a kad ih netko i spomene, smatra da su to mjesta koja spajaju ljude, ne crte razdvajanja.

-Mi smo Talijani, a u Rijeci nismo baš govorili hrvatski, malo me je i danas sram što ga ne govorim, mada sve razumijem. Majka mi je govorila hrvatski, ali vrlo rano smo otišli

u Ameriku i tu je s hrvatskim bilo gotovo. Bila su to teška vremena, ona su me očvrstnula, napravila me ovakvom snažnom kakva sam danas" - priča Wanda koja je u Dubrovnik stigla kako bi prije svega provjerila hoće li dobiti kakvu ideju za kreativni dio svog posla-smišljanje savršenog Božića u kakvoj vili za svoju bogatu američku klijentelu, ali i kako bi se susrela sa 'svojim' vodičima, vozačima, organizatorima puta, s timom s kojim već godinama surađuje.

### Granice su mjesta susreta

-Bili smo u jednoj prekrasnoj vili u Cavtatu, i čim sam vidjela pogled, vilu, bazen, već mi se pred očima stvorilo nekoliko ideja o divnom božićnom okupljanju kraj bazena... Tako je to kad sam ovdje u zemlji koju obožavam!" - priča ova energična žena koju ne možete ne zamijetiti u prostoriji. To je upravo njezin ambijent, puno ljudi različitih godina i profila, a ona se među njima nameće kao prirodni vođa. Zna što ho-

će, zna da se sve može napraviti, a ne podnosi 'ne znam', 'to se ne može' i 'nemam vremena'.

-Znam kako sam došla do svoje reputacije, radila sam 24 sata dnevno i da, sve je drugo pomalo patilo, ali to je bio moj izbor. Kad sam prvi put došla ovdje, bila je to 1995. u Istri, nije bilo ničega, kamoli ovakvog turizma. A imali ste sve predispozicije da zablistate. Dubrovnik pogodno, jer svi su na planeti znali za Dubrovnik, nitko za Hrvatsku. S pravom." - ističe i odmah pita:

-Strašno vam je puno turista u Gradu. Životi stanovnika prilično pate zbog toga, dok se zarađuju milijuni, a vama je svakodnevni život nemoguć. Zna li točno gdje vam odlazi novac od turista? Stvar je jednostavna, vi morate drugačije živjeti zbog horda turista, pokažu li vam na kraju godine, evo, zaradili smo od turista toliko i toliko, evo gdje ćemo uložiti te novce, da stanovnicima bude bolje, znamo da ste se napatili kroz sezonu kad vam je nemoguće živjeti?"





Wanda Radetti s dubrovačkim suradnicima

Teško mi je odgovoriti. Wanda klima, s neodobra- vanjem tvrdi da su održivost, eco i zeleno tri izmišljene riječi koje političari rado koriste u nastupima, kao da ne znaju da smo mi to sve živjeli davno prije. Kad nismo bili ugušeni plastikom, turistima koji svrate i odu i sve je počivalo na doživljaju. Upravo taj doživljaj je ono što ona nudi svojim klijentima. Odmah na početku zahtijevala je da popričamo svemu samo ne o poslu i turizmu u kojemu se, kaže, već odavno ne otkriva topla voda.

### Povratak na starije i bolje

-Nema veze što je daleko, skupo, value for money je uvijek imperativ, ali ja radim na tome da je apsolutno sve personalizirano. I svaku destinaciju prvo odradim sama, odem, vidim, iskusim, upoznam se, isprobam, smislim što ćemo raditi i kako i onda izložim klijentima. Tada kreće pravi posao. I nema tu praznog hoda, ne šljivim to što je ovdje sve pomalo, što sam puno puta čula 'ne može se to' i tako, znam da je to hrvatska priča. Svejedno mi je, ako ne možeš ti, pronaći ću nekoga tko može. Zato poznajem svakog vozača kombija, autobusa, kajaka, znam svakog vodiča, znam prodavača, znam kuhara, znam svakog sudionika moje ture. I imam nevjerojatno dugu listu detalja o svakom putniku i itinereru, svaki je minut isplaniran. Sad su mi se vodiči žalili da ne mogu baš sve te detalje pitati ni znati. Rekla sam im, ako ne možete, zauvijek ćete ostati na toj razini, nikad nećete postati nešto više od ovoga sad, a ja ću naći nekoga tko sve to može. Jer moj gost očekuje da ga svi znaju po imenu i prezimenu, imali neko zdravstveno stanje na koje treba paziti, što je radio jučer i što će i gdje raditi sutra. Jer tako se on osjeća mažen i pažen, osjeća da je sve dobro organizirano, osjeća da je dobrodošao i opušten je, a po to je i došao. I tek tad on može upijati, skupljati dojmove, iskusiti onu pravu Hrvatsku. Eto, to ja hoću i to moji gosti dobiju- pojašnjava

### Od praznog do prepunog i natrag

'95. je Hrvatska bila tek u povojima u turizmu iza rata, ali onda se nakon pet do deset godina pretjeralo, nije bilo ni mjere ni granice. Uvijek pitam ljude koji ovdje žive – kako je vama? Što vam je najteže, na koji način pati vaš život, privatni, poslovni, kako vam je trpjeti sve to? I uvijek dobijem odgovore koji mi jasno ocrtavaju ima li neki grad uopće strategiju turizma ili ne. Sad svi ovdje pričaju o održivosti, ne znam bih li to komentirala. Još uvijek imate veliki broj, preveliki broj turista u gradu u istom trenu, znam da je jedino smanjen broj kruzera, ali to nije održivost. Neku večer smo išli predvečer u Grad i uživali smo, kao da je bio samo naš. Odmah sam promislila, sigurno se ovako osjećaju stanovnici kad svi turisti odu, lutaju tihim gradom i uživaju u malo tišine... Nedavno sam u New Yorku jedva prošla ulicom, išla sam u zubara, gledala svoja posla i zapljusnuo me val galame talijanskih turista koji ne gledaju kamo idu nego bulje u nebudere i svaka druga im je 'mamma mia!' i 'ma vidi ovo'... A ja sam se morala laktati da prođem. U gradu od toliko milijuna ljudi, i još toliko turista, dobro znam kako vam je...

### Sve je u osjećaju

"Razlog zbog kojeg sve baziram na tom osjećaju usadila mi je moja majka, mada sam izgleda i prirodno takva, impulzivna i sve polažem na dojam. Kad čujem klijenta, najviše pažnje obraćam na ton glasa, na jačinu, na zastajkivanje, na način na koji mi priča, tako mi se otkrije točno što hoće ili što mu je bilo po volji, što ne. Majka mi je stotinu puta pričala o romantici Opatije i riječkog područja, kako su se ona i tata tamo upoznali, o njihovim sastancima u Opatiji, o plesu i muzici koja je svirala, i taj njezin uvid u to zašto je toliko obožavala Hrvatsku potpuno mi je jasan, doživjela je na najromantičniji mogući način. Kao što vas neki miris kao vremeplov baci u jedno vrijeme, događaj, uspomenu, tako je i dojam kojemu ja težim u putovanjima zapravo najveći luksuz, neprocjenjiv je i to je ono za čime svi teže."

### Nemoj me rođaka!

Naljutim se kad lokalni suradnici u Hrvatskoj na primjer krše itinerer i plan, ne idu gdje bi trebali s gostima jer 'ma bolje da pođemo tamo, tu moj rođak drži restoran ili suvenirnicu, tamo će vam sigurno biti bolje...' Ne podnosim te gluposti. Gostima to smeta, jer se ne poštuje plan i nisu sigurni gdje idu, a takve se stvari ne smiju događati. Znam da je i to 'hrvatska priča', ali to je nešto što se jednostavno ne radi. Jednom kad to otpuste iz mentalnog sklopa, sve će biti kvalitetnije. A dotad, pusti me rođaka...

agentica koja je prošla, kaže, sito i rešeto da bi bila tu gdje sad jest. Dok pričamo tisuću nas je puta prekinuo neki od vodiča i vozača. Sa svima se zove imenom, zna ih sve, dogovara sutrašnji dan i usput hvale osoblje Excelsiora koje je, kao i uvijek, tiho, neprijetno, a ništa vam ne fali. -Hrana je božanska, a sad ću se malo posvađati s Obadom (Petar Obad, executive chef Excelsiora, op.a.) da mi da neku juhu iako je kasno, trebami juha" - smislila se Wanda koja bez svoje desne ruke Tie Lovise Moreira niti ne trepne.

-Bile smo neki dan u Gradu i na Stradunu je sreća toliko ljudi koji je znaju da sam se šokirala, a znam je jako dugo!" - priča Tia. Kad je riječ o poslu nema gdje njih dvije nisu dirnule hrvatsko tlo i napravile turo zbog kojih je Wandina agencija u vrhu specijalista luksuznih putovanja proglašena od Conde Nast Travelera, još 2006. Ne zamara se time tko će je više proglasiti čime.

-To sam davno apsolvirala, znam zašto sam radila, mada ja sama nisam odabrala ovaj posao, on je odabrao mene. Proputo-

vala sam svijet, goni me ta strašna radoznalost kojoj ne mogu odoljeti, i kad sam s mojim Amerikankama prvi put došla u Hrvatsku da vidim 'svoju' zemlju i proučim porijeklo, shvatila sam da sam krenula raditi, jer su moje gošće bile oduševljene kao i ja. I tako je sve krenulo."

### Sinonim za najslađe

Drvena žlica zamedkoja je simbol njezine agencije zapravo je hommage obitelji njezine majke koji su bili pčelari i proizvođači meda, najveći na svom području u Novom vinodolskom. Na pitanje što Amerikanci toliko vole oko Hrvatske, Wanda spremno odgovara:

-Ma sve! Od hrane, ljudi, klime, ljepote prirode i arhitekture, činjenice da u njima to izaziva jedan osjećaj kao da su na drugoj planeti... jer njima je Hrvatska čista egzotika. Vožnja brodicom za njih zna biti nezaboravno iskustvo, to je teško shvatiti nekome tko se stalno vozi brodom do Lokruma i svaki put uživa, a oni to naprave možda nekoliko puta u životu. Neću govoriti što dožive u zidinama, to ne trebamo ni opisivati, ta ljepota, ta arhitektura, povijest, kultura, opuštenost... Kad odemo na vinske ture ta nevjerojatna vina i hrana, domaćini koji su toliko otvoreni i iskreni da to gost osjeti, i to je ono što se pamti. Ne suvenir iz Kine, ne nesnosne gužve, ne velike vrućine i gužve u prometu. Taj jedan osjećaj kao da si došao doma jer si popio domaću travaricu za koju je moja majka uvijek govorila da je lijek za sve, jer si nazdravio s domaćinom, jer te naučio neku hrvatsku riječ, jer si zapjevao, i cijelo je vrijeme taj domaćin znao svoje ime, što voliš, što smiješ, što ti teško pada... To se zove osobni doživljaj i to je ono što moji gosti traže, a ja im omogućujem. Dubrovačkih nekoliko dana za Wandu nisu dovoljni, ništa ne planira ali priželjkuje svašta. Što će dalje – iskreno odgovara:

-Nemam pojma. Sad sam u Dubrovniku, da budem iskrena ne znam kad ću opet jersam zauzeta, ali u Hrvatskoj sam stalno. To je dijelom i moja zemlja, ali definitivno je jedno, nakon dvije pandemijske godine i drugačijeg rada, sigurno se ne vraćam na staro, na 24-satni rad. Bile su loše godine za biznis, ali dobre za naše glave. Vrijeme je da polako prosljedim posao drugima, ali nisam još isplanirala kad ni kako. U svakom slučaju, Hrvatska ima sve ono što bi svatko poželio, a toga se ne namjeravam odreći."

## DUBROVNIK NA VODEĆEM SVJETSKOM TURISTIČKOM SAJMU

# S Otoka stižu dobre vijesti za sezonu 2023.



Na londonskom sajmu pali su čvrsti dogovori na sezonu 2023.

Na vodećem svjetskom turističkom sajmu World Travel Market u Londonu, Turistička zajednica grada Dubrovnika, kao jedan od suizlagača na štandu Hrvatske turističke zajednice, predstavila je turističku ponudu grada u čijim je turističkim ostvarenjima britansko tržište tradicionalno na prvom mjestu.

Odraden je niz sastanaka s britanskim organizatorima putovanja, avio kompanijama i predstavnicima značajnih medija.

Iz Turističke zajednice grada Dubrovnika podsjećaju kako tijekom cijele zime intenzivno provode marketinšku kampanju s British Airways-om na UK tržištu s posebnim naglaskom na događanja tijekom cijele zime i promociju zimskih direktnih letova iz Londona za Dubrovnik.

- Tržište Ujedinjenog Kraljevstva tradicionalno je najznačajnije turističko tržište u Dubrovniku te stoga posebnu pozornost damo održavanju i unapređenju poslovnih od-

nosa sa svim dionicima na tržištu, od touroperatora u svim segmentima preko organizatora kongresa i MICE do avio prijevoznika. Uz strateške projekte HTZ-a, TZ grada Dubrovnika je ove godine, a tako će nastaviti i ubuduće, financirala čitav niz kampanji, od kojih izdvajamo promotivnu kampanju za listopad s Jet2com, koja je pomogla boljem punjenju zrakoplova krajem sezone i zimsku kampanju koju upravo za cijeli zimski period provodimo s British Airwaysom, rekao je direktor Turističke zajednice grada Dubrovnika, Miro Drašković.

Tijekom prvih deset mjeseci 2022. godine, zabilježeno je 168 420 gostiju iz Ujedinjenog Kraljevstva, što je ostvarenih 86 posto turističkog prometa s tog tržišta u usporedbi s rekordnom 2019. godinom u istom razdoblju. Turisti iz Ujedinjenog Kraljevstva od početka 2022. godine ostvarili su 794 021 noćenja, odnosno 87 posto turističkog prometa s tog tržišta u usporedbi s rekordnom 2019. godinom za isto razdoblje.