



OSSERVATORIO SUL TRAFFICO DELLE CROCIERE NEL MEDITERRANEO

Report 2010

a cura di

SL&A
turismo e territorio



Il lavoro è stato curato da **SL&A s.r.l.**
Responsabile Michela Valentini

Immagine di copertina: Prua e Onde – Piergiorgio Baroldi

INDICE

Premessa	pag. 2
1. IL TRAFFICO CROCIERISTICO NEL MEDITERRANEO	pag. 6
1.1. L'industria crocieristica	pag. 6
1.2. Un settore che non conosce crisi	pag. 9
1.3. Il primato dell'Italia	pag. 11
1.4. Le Cruise Line	pag. 16
1.5. Chi sono i crocieristi	pag. 17
2. IL TRAFFICO CROCIERISTICO NEI PORTI ITALIANI	pag. 19
2.1. Il movimento nei porti italiani in serie storica	pag. 19
2.2. La classifica dei porti italiani	pag. 20
2.3. Il ruolo dei porti: Home Port e Port of Call	pag. 22
2.4. Evoluzione della stagionalità del traffico: il caso del Porto di Napoli	pag. 27
3. IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DEI PORTI ITALIANI NEL CONTESTO DEL MEDITERRANEO	pag. 29
3.1. Uno standard consolidato di servizi	pag. 30
3.2. L'hub aeroportuale: una precondizione allo sviluppo	pag. 31
3.3. L'offerta alberghiera: una opportunità per il territorio	pag. 32
3.4. L'attrattività dei dintorni: le proposte di escursioni	pag. 33
3.5. La mappa di sintesi	pag. 36
4. L'IMPATTO DELL'INDUSTRIA CROCIERISTICA	pag. 36
4.1. Una metodologia generale di analisi	pag. 36
4.2. Il quadro europeo	pag. 38
4.3. Le ricadute sull'Italia	pag. 40
4.4. I problemi delle stime parziali e locali	pag. 42
4.5. Analisi di impatti locali	pag. 46
4.5.1. Savona	pag. 46
4.5.2. Civitavecchia	pag. 51
4.5.3. Palermo	pag. 54

Premessa

In poco meno di trent'anni la vacanza crocieristica ha subito una profonda trasformazione, passando da prodotto di lusso (riservato a persone facoltose o simbolo di viaggi di nozze), a un prodotto "di massa", forse l'ultimo destinato al successo sul mercato turistico, dopo la crisi –oramai conclamata- delle località massificanti e delle organizzazioni di viaggi spersonalizzanti.

Ma per le crociere questo tempo di passaggio è trascorso in fretta: solo 25 anni fa gli industriali mobiliari italiani dichiaravano di subire la concorrenza di "diamanti, pellicce e crociere" in occasione della tanto agognata liquidazione percepita dai lavoratori dipendenti, che rischiavano di non effettuare il "cambio" di quel mobilio acquistato in occasione delle nozze 30 o 40 anni prima. Oggi invece è sotto gli occhi di tutti come la scelta di una crociera non sia più quella di un "bene di investimento", quanto quella di un "bene di consumo", quando non addirittura "ad acquisto d'impulso".

Tanto per fare un esempio, una recentissima rilevazione¹ mostra come un settimana di vacanza "stanziale" nel Mediterraneo nella settimana di Ferragosto 2010 costa in media 1.283 euro a persona per 8 giorni/7 notti, mentre una crociera –ovviamente itinerante- alle stesse condizioni e nello stesso bacino riporta un prezzo medio di 1.927 euro: come si vede, i due prodotti tendono oramai ad allinearsi in termini di valore oggettivo, mentre nella percezione la crociera rimane più esclusiva, elitaria, lussuosa.

* * *

E non è un caso che il tempo delle crociere sia trascorso così in fretta: forse in nessun caso come questo, infatti, il modello industriale che ha proposto e fatto affermare altri generi e beni è riuscito ad operare nel mercato turistico, o meglio ai margini di questo mercato, ma sfruttandone al meglio le tendenze.

A differenza di molti altri fenomeni, più o meno turistici, non si può certo dire che in questo caso l'offerta si sia adeguata alla domanda. Nel caso delle crociere, infatti, sono le Compagnie che "hanno fatto il mercato", sapendo attuare:

- prima una attenta politica di comunicazione rivolta alla diversificazione di prezzi e destinazioni, anche sulla base di attente analisi di mercato e di campagne pubblicitarie che le divulgavano e le riproponevano al mercato finale²;
- quindi una costante "profilazione" sui vari segmenti del mercato, che ha consentito anche alle famiglie e ai giovani di accedere a questo mercato;
- infine, e viviamo proprio adesso questa fase, una esplosione creativa alla ricerca di sempre nuove destinazioni (come la Cina e gli Emirati arabi), di sempre nuove nicchie (vedi le crociere "islamiche" in piena osservanza coranica), e persino al contatto con alcune tribù di clienti potenziali (come i

¹ Osservatorio Permanente sulle proposte di viaggio formulate dai tour operator, EBNT-Federconsumatori, giugno 2010

² Costa Crociere-Censis, 1988

free-climbers), in modo da garantire una sempre maggiore “provvista” di domanda ad un prodotto che ha ormai ripagato i propri costi di lancio, e che è quindi in grado di produrre profitti consistenti, ed i necessari reinvestimenti.

Un’offerta straordinariamente dinamica e competitiva, quindi, che ha dimostrato – anche molto di recente- di saper affrontare il mercato con tutti i possibili strumenti per far parlare bene di sé, e di questo dinamismo si trova traccia quotidiana in tutti i media, di settore ma anche despecializzati.

Un’offerta che ha fino ad oggi saputo risolvere a proprio favore il rapporto con i canali distributivi, confermando la piena fiducia nell’intermediazione e non affrontando se non in misura marginale il tema dell’e-commerce, come invece hanno fatto (peraltro con successo) i vettori aerei.

Ma anche una offerta che ha saputo coniugare i più importanti riferimenti della Marca delle destinazioni (vedi tra tutti l’Italia e Roma) con un mezzo di fruizione rassicurante quanto solo una grande nave può esserlo (una volta dimenticato l’episodio Achille Lauro), e che quindi riesce a costituire oggi la validissima alternativa per la vacanza mediterranea degli Statunitensi, degli Inglesi e dei Tedeschi. Clienti magari attempati e non molto sicuri delle proprie forze fisiche, ma comunque messi in grado di vedere in tutta sicurezza e comodità alcuni dei posti più belli del Mondo, tornando ogni sera a sorvegliare un drink nella propria bella cabina con terrazzo vista mare, mangiando e bevendo a volontà, giocando al Casino, e sentendosi quindi parte di una esperienza “da sogno”, tanto efficacemente simboleggiata dall’espressione “Re per una notte”.

A fronte di questa proposta, si registra (ancora) una domanda che quantitativamente continua a crescere, di cui si prevede il costante e continuo incremento, e che sembra inoltre presentare un potenziale consistente, visto il tasso di penetrazione ancora basso.

Un potenziale importante nel nostro Paese, come pure in tutto il bacino del Mediterraneo (inteso come mercato di domanda), nel quale, anche grazie alle facilitazioni di trasporto intermodali, sono liberi di affacciarsi sempre nuovi mercati newcomers, non solo e non tanto BRIC³, quanto sempre più anche provenienti dalle aree di nuovo sviluppo, risparmiate dalla crisi finanziaria globale, e quindi forti della propria economia reale.

* * *

L’osservazione appena fatta circa le scelte dei turisti-crocieristi statunitensi, inglesi e tedeschi apre una questione del tutto diversa rispetto ai temi del presente lavoro, eppure estremamente interessante. Se cioè sia in atto un processo di sostituzione che vede:

- da un lato, in qualche modo declinare le tradizionali “vacanze romane” stanziali e vissute a piedi, o in carrozzella o, come nel famoso film, in sella ad una Vespa;

³ Gli ormai famosissimi Brasile, Russia, India e Cina

- dall'altro, il trapasso di clientela verso una modalità di fruizione più strutturata nell'alloggio e varia nelle destinazioni, come quella consentita appunto da un crociera nel Mediterraneo.

In soldoni la questione è molto seria: il boom delle crociere non starà avvenendo a scapito dell'incoming?

E il rischio di un effetto-sostituzione richiama ad una questione più generale: se cioè la crocieristica sia un fenomeno ed un comparto produttivo a stretto senso riconducibile all'industria turistica di un Paese o di un territorio.

La risposta che viene dal presente lavoro non è scontata né confortante. Infatti l'analisi degli impatti economici del comparto che appare più generale ed affidabile, e cioè quella svolta a livello europeo⁴, segnala un dato non del tutto evidente all'opinione pubblica, e cioè che il vero e proprio effetto turistico delle crociere è piuttosto limitato (il 18% dell'impatto economico complessivo generato dall'intero comparto a livello europeo), anche in senso occupazionale e di retribuzioni indotte.

Le crociere, quindi, fanno essenzialmente comparto a sé, poi alimentano in notevole misura l'industria cantieristica, e solo in ultimo quella turistica, come dimostrano i dati raccolti ed illustrati nel capitolo conclusivo del lavoro.

Invece tutte le analisi italiane disponibili, condotte soprattutto a livello locale sotto la spinta di una opinione pubblica che si chiede quale sia il vero vantaggio che rimane sul territorio per effetto del business crocieristico (analisi che trovano il più delle volte uno sponsor nei maggiori Cruise Operator), tentano di dimostrare l'importanza del comparto per le economie locali ma lo fanno in termini piuttosto sommi.

Soprattutto, non approfondiscono mai il vettore dei costi (e cioè quanto costa alle collettività locali sostenere il traffico crocieristico), a fronte di ricavi consistenti, ma largamente riconducibili proprio alle Compagnie crocieristiche stesse.

Non si tratta quindi di analisi "indipendenti" in senso stretto, né disinteressati sono i risultati, pur non eclatanti e comunque sempre incompleti, a cui esse conducono.

* * *

Ma d'altra parte una riflessione critica deve essere sviluppata anche nella valutazione dei numeri che questo comparto genera.

Infatti ogni volta che una nave si accosta ad un molo oggettivamente si crea un flusso economico di cui beneficiano il porto ed, indirettamente, il territorio.

⁴ Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2008, elaborato dal G.P. Wild (international) Limited e Business research & Economic Advisors per The European Cruise Council

Quando i viaggiatori scendono a terra anche solo per escursioni, ed a maggior ragione se pernottano prima o dopo l'imbarco, questo flusso si rafforza e prende oggettivamente le forme di un fenomeno turistico.

Ma si parla di grandi successi anche quando crescono solamente i viaggiatori che "toccano" un porto senza magari neppure scendere a terra, o facendolo per poche ore e con scarsa reciproca soddisfazione. E questo di turistico non ha proprio niente.

Che senso ha, allora, contare e magnificare la crescita del numero di viaggiatori, se non si sa distinguere il loro effettivo coinvolgimento nel sistema turistico locale?

Anche nel turismo, e sempre di più, si è imparato a scindere tra arrivi e presenze da una parte, e fatturati e indotto dall'altra, riconoscendo che le due cose non coincidono matematicamente.

La nuova stagione della crocieristica in Italia, leader quantomeno Mediterraneo e continentale del comparto, dovrà giocoforza portare con sé anche questa nuova capacità di discernimento degli effetti di costi sociali e investimenti pubblici da un lato, ed investimenti privati e spese finali dall'altro, con il loro portato di redditi ed occupazione.

Dovrà quindi saper mettere sui due piatti della bilancia le variabili giuste, contate in modo corretto, e saper prender le distanze dai "rumors" creati ad arte per sostenere la necessità di sempre maggiori spese pubbliche, a fronte di ricavi privati di grandi compagnie, magari multinazionali.

1. IL TRAFFICO CROCIERISTICO NEL MEDITERRANEO

1.1. L'industria crocieristica

Nella costruzione di una proposta crocieristica intervengono numerosi attori uniti da relazioni commerciali. La crocieristica costituisce quindi un sistema completo e abbastanza compiuto in sé, con caratteri di filiera lunga, ed articolazioni territoriali anche molto diverse da quelle più palesi.

Innanzitutto c'è la compagnia crocieristica, in qualità di "produttore" della proposta. Nell'attuale scenario mondiale si contano oltre cento imprese crocieristiche, classificabili in base alla dimensione (numero di navi e fatturato), al tipo di prodotto offerto (lusso, standard, exploration cruises, crociere fluviali, ...), al target di riferimento (tanto per provenienza geografica che per set di esigenze e preferenze espressi), macroaree geografiche di azione, autonomia o appartenenza a gruppi, ecc.. Uno scenario assai articolato che vede convivere "one vessel companies" (titolari di una sola nave) e gruppi proprietari di numerosi marchi.

A monte della filiera troviamo tutto il settore della cantieristica. Storicamente è l'Europa il continente nel quale sono nate ed operano le principali industrie cantieristiche navali in grado di realizzare navi da crociera (tra questi uno dei principali è l'italiana Fincantieri).

E infine l'azienda portuale, l'infrastruttura in grado di dare ricovero ad una imbarcazione e deputata a gestire le operazioni che in esso sono necessarie per garantire i servizi richiesti da chi, appunto, il porto utilizza. L'Italia è uno dei Paesi che presenta il maggior numero di punti di imbarco. Molti porti, taluni da tempo altri solo di recente, hanno deciso di investire in dotazioni strutturali e servizi per entrare nell'arena competitiva delle destinazioni crocieristiche. Queste decisioni sono frutto di calcoli di convenienza legata ai vantaggi materiali ed immateriali (in particolare di immagine, come ad esempio esplicitato dal Sindaco di Savona Federico Berruti) che lo sviluppo di movimento crocieristico garantisce non solo a chi opera direttamente nel porto ma, più genericamente, all'intero territorio del quale il porto rappresenta un possibile accesso⁵.

* * *

Nel corso degli anni le compagnie hanno intrapreso una corsa al gigantismo, arrivando a costruire navi capaci di ospitare fino a 4.000 passeggeri, e che concentrano una serie di servizi in grado di soddisfare tutti i bisogni, di intrattenimento come di svago, della propria clientela (ristoranti, cinema, discoteche, casinò, centri fitness, ma anche circuiti di jogging, pareti di roccia, campi da golf, ecc.).

Al contempo si sta però assistendo ad una riduzione della presenza di piccole navi nei porti italiani, a causa dell'offerta di destinazioni in altre aree a costi decisamente inferiori. Va quindi man mano diminuendo il mercato delle cosiddette crociere

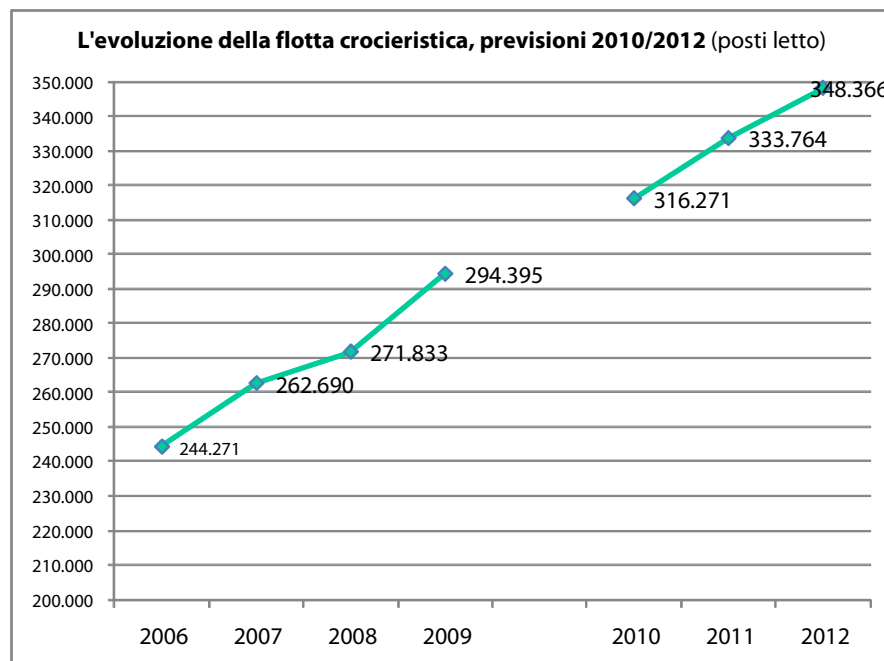
⁵ Francesco di Cesare, L'industria crocieristica, CESVITEC, Napoli

minori, le quali ospitano dai 100 ai 300 passeggeri, spesso nelle categorie più di lusso.

Sul mercato mondiale sono attualmente in servizio 299 navi da crociera con una capacità di 16,9 milioni di passeggeri/anno e una percentuale di utilizzo medio del 91%⁶. Il fatturato del settore è stato pari a 27,7 miliardi di dollari nel 2009, con una crescente espansione.

Nel futuro l'offerta è destinata a crescere ulteriormente sia dal punto di vista del numero di navi sia relativamente alle dimensioni delle stesse.

Secondo i dati CLIA⁷ sono infatti 26 le navi in ordine nel triennio 2010-2012, con una capacità che varierà dai 100 ai 5.400 posti letto, e queste porteranno ad un incremento dell'offerta complessiva pari al 18%. Nel solo 2010 l'investimento previsto sarà pari a 6,5 miliardi che si aggiungono ai 4,7 dell'anno prima⁸.

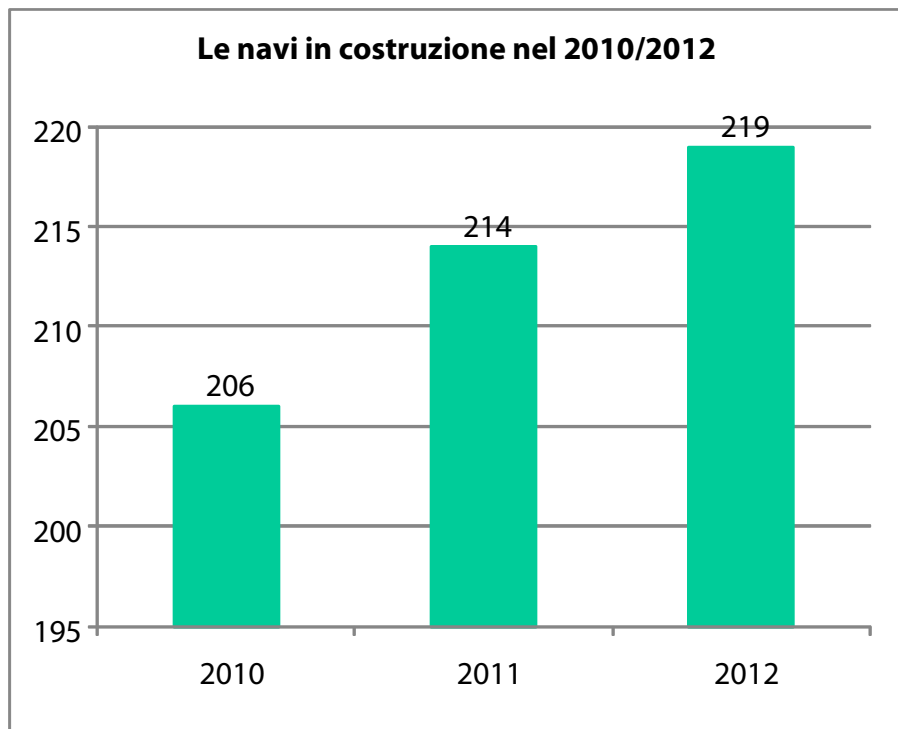


Fonte: CLIA, 2010

⁶ Seatrade 2010

⁷ La CLIA (Cruise Line International Association) raggruppa le 25 principali imprese crocieristiche mondiali. Pur non rappresentando la totalità del mercato, è comunque un soggetto autorevole di riferimento dell'industria crocieristica

⁸ CLIA, 2010 Cruise Industry Media Update



Fonte: CLIA, 2010

Sul versante europeo si contano nel 2008 42 compagnie di crociera attive, per un totale di 129 navi e una capacità di oltre 116 mila posti letto⁹; a queste si sommano altre 63 navi, per ulteriori 71,3 mila posti letto, schierate da 24 compagnie extra-europee (prevalentemente americane).

Nel solo Mediterraneo nel 2008 sono state attive 159 navi da crociera, per una capacità di 166.742 posti letto (con una media di 1.039 posti letto per nave).

Complessivamente queste navi possono sostenere un potenziale di 3,14 milioni di passeggeri sulle 2.767 linee crocieristiche in programma, per un totale di 25,33 milioni di pernottamenti (una media di 8,1 notti a crociera).

Fincantieri è il primo costruttore mondiale di navi da crociera e principale fornitore del Gruppo Carnival. Secondo gli ultimi dati disponibili, la cantieristica italiana ha una quota del 43% del mercato mondiale delle navi da crociera¹⁰.

⁹ European Cruise Council, 2009

¹⁰ Seatrade 2010

1.2. Un settore che non conosce crisi

Anche se rispetto al totale della domanda turistica rappresenta un mercato di nicchia, il turismo crocieristico sta attraversando una fase di forte espansione, a differenza di altri segmenti. I dati analizzati mostrano un'industria vincente, e vanno a premiare il modello di business e la formula di prodotto proposti.

In tutto il mondo la penetrazione della crociera sul mercato globale delle vacanze rimane ancora entro il 4%¹¹, ma negli ultimi 20 anni i passeggeri sono più che raddoppiati, raggiungendo i 16,24 milioni nel 2008¹².

Un mercato che non presenta segni di saturazione, e per il quale sono previsti ancora punti di crescita per gli anni a seguire: secondo la CLIA quest'anno 2010 andranno in crociera poco meno di 18 milioni di passeggeri (6% in più rispetto ai 16,9 milioni dell'anno scorso). E in più si parla di un ulteriore 4,1% per l'anno prossimo e più 4,4% per il 2012¹³.

Il settore è stato trainato soprattutto dal Nord America, che però, pur continuando ad affermare la propria leadership su questo segmento, ha visto progressivamente diminuire la propria quota di mercato a favore delle destinazioni europee.

La domanda di crociere, confronto 1998/2008

	1998		2008	
	Passeggeri (in mln)	%	Passeggeri (in mln)	%
Nord America	5,4	69,3	10,29	63,4
Europa	1,71	22,0	4,5	27,7
Altri Paesi	0,68	8,7	1,45	8,9
Totale	7,79	100,0	16,24	100,0

Fonte: G.P. Wild (international) Limited from PSA, CLIA, ECC, altre fonti

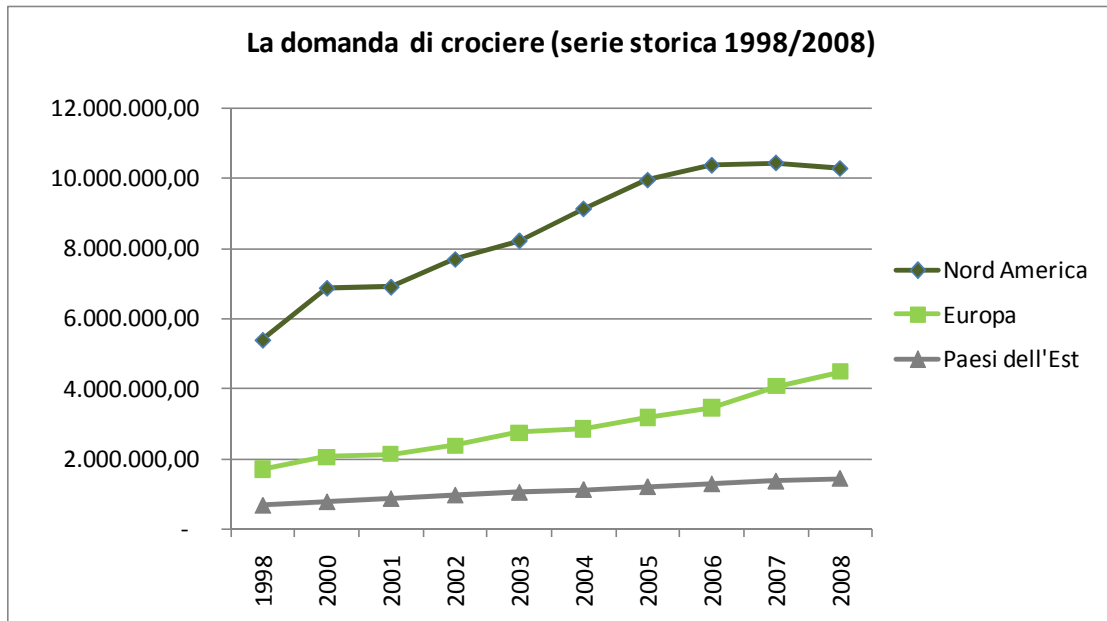
Il fenomeno, esploso tra gli anni '80 e '90, ha vissuto una crescita costante tanto che nel decennio 1998/2008 i crocieristi sono più che raddoppiati. E l'incremento ha riguardato soprattutto l'area del Mediterraneo, dove il numero di crocieristi è passato da 1,71 milioni a quasi 5 milioni nel 2009.

¹¹ Secondo Sergio Senesi, Presidente di CEMAR Genova, nel 2010 i porti italiani vedranno "passare" 8milioni 820 mila crocieristi (+5,27%) e 4.531 navi (+6,8%).

¹² Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2008, European Cruise Council, maggio 2009

¹³ CLIA Agenzia di viaggi maggio 2010

Ma mentre il mercato americano mostra una saturazione della domanda con una battuta di arresto nell'ultimo triennio, il bacino europeo continua a registrare una crescita costante, con tassi di incremento annuo a due cifre: in un confronto tra il 2006 e il 2008 infatti mentre il numero dei crocieristi in Nord America è pressoché stabile, in Europa si rileva un aumento del 30%.



Fonte: elaborazioni SL&A su dati G.P. Wild (International) Limited tratti da PSA, CLIA, ECC e altre fonti

Gli itinerari crocieristici seguono quindi una dislocazione che essenzialmente corre su due binari: Caraibi da una parte, e Mediterraneo dall'altro. Il Mediterraneo si presta infatti bene per questo settore sia per la ricchezza di risorse culturali e naturalistiche, ma anche grazie alle favorevoli condizioni meteorologiche che lo contraddistinguono.

Gli Europei che hanno effettuato una crociera nel 2008 sono 4,5 milioni, il 28% circa del totale dei crocieristi nel mondo. Un mercato che comunque non manifesta segni di stanchezza, e infatti anche i dati relativi al 2009, mostrano un'ulteriore crescita: gli Europei che hanno effettuato una crociera sono 4,95 milioni, il 12% in più rispetto l'anno precedente¹⁴.

Tra le destinazioni preferite degli Europei nel 2009 si confermano il Mediterraneo e le Isole Atlantiche di pertinenza (che raccolgono il 57% dei crocieristi per un totale di 2,8 milioni di persone). Seguono i Caraibi o altre destinazioni extraeuropee (con 1,23 milioni di crocieristi) e infine il Nord Europa (con 884 mila crocieristi).

¹⁴ European Cruise Council

Le destinazioni dei crocieristi europei, 2009

	Totale (x 1.000)	Quota di mercato
Mediterraneo e Isole Atlantiche	2.800	57%
Nord Europa	884	18%
Caraibi e resto del Mondo	1.230	25%
Totale	4.914	100%

Fonte: European Cruise Council, 2010

1.3. Il primato dell'Italia

Il settore crocieristico continua a crescere in modo sostenuto a dimostrazione non solo che il settore tiene ma continua anche a rosicchiare clienti alla concorrenza turistica.

In questo roseo contesto, un ruolo di primo piano lo recitano i Paesi che si affacciano sul Mediterraneo, con l'Italia che fa da protagonista.

L'Europa delle crociere ha continuato a crescere energicamente anche nel 2009, segnando un altro anno record, a dispetto della crisi che sta caratterizzando il nostro continente, persino su mercati che si pensavano già saturi: circa un terzo dei crocieristi provengono dalla Gran Bretagna, che ha superato il milione e mezzo di crocieristi, mentre la Germania ha superato il milione.

E il mercato italiano è al momento il terzo consumatore di crociere, con 790 mila crocieristi, il 15% in più rispetto l'anno precedente.

Il mercato dei crocieristi nell'Europa occidentale (2006/2009)

Principali 4 mercati

	2006		2007		2008		2009	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
UK	1.204.000	35,3	1.335.000	33,3	1.477.000	33,4	1.530.000	31,1
Germania	705.000	20,7	763.000	19,1	907.000	20,5	1.020.000	20,8
Italia	517.000	15,2	640.000	16,0	682.000	15,4	790.000	16,1
Spagna	391.000	11,5	518.000	12,9	497.000	11,2	627.000	12,8

Fonte: European Cruise Council, 2010

I Paesi del Mediterraneo dominano quindi questo mercato con una duplice valenza: non solo bacino di emissione di clienti in continua crescita, ma anche terreno di conquista per gli itinerari delle compagnie.

La crescita è sostenuta in primo luogo dall'aumento del numero di passeggeri in imbarco dai porti europei, che nel 2008 sono stati 4,7 milioni. I porti italiani sono al primo posto con quasi 1,7 milioni di passeggeri. Segue la Spagna, con circa 1 milione di imbarchi, soprattutto dai porti di Barcellona e Palma. Al terzo posto il Regno Unito, con Southampton e Dover.

Passeggeri europei per paese di imbarco – 2008

Paesi di imbarco	Passeggeri	%
Italia	1.682.000	35,9
Spagna	1.038.000	22,1
Regno Unito	724.000	15,4
Grecia	472.000	10,1
Germania	215.000	4,6
Danimarca	157.000	3,3
Francia	110.000	2,3
Cipro	74.000	1,6
Paesi Bassi	72.000	1,5
Portogallo	37.000	0,8
Svezia	20.000	0,4
Malta	12.000	0,3
Altri Paesi dell'UE	59.000	1,3
Altra Europa	15.000	0,3
Totale	4.687.000	100,0

Fonte: European Cruise Council, 2009

Analogo aumento anche per i passeggeri in transito, che nel 2008 sono stati 21,7 milioni (+14%) in tutta Europa. Le prime 10 destinazioni accorpano l'85% delle visite nel 2008.

Anche in questo caso l'Italia si conferma come centro di gravità e destinazione preferita (23% dei transiti complessivi europei, per un totale di circa 5 milione di visite). Seguono la Grecia, la Spagna e la Francia.

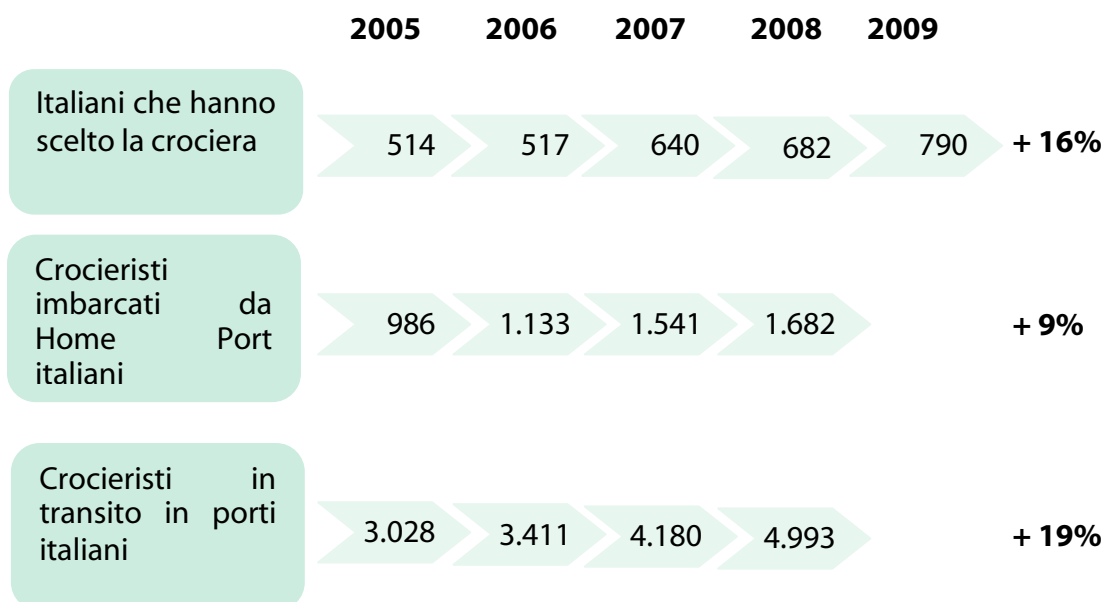
Passeggeri europei per paese di transito - 2008

Paese	Passeggeri	%
Italia	4.993.000	23,0
Grecia	4.269.000	19,6
Spagna	3.600.000	16,6
Francia	1.787.000	8,2
Norvegia	1.460.000	6,7
Portogallo	786.000	3,6
Malta	512.000	,4
Svezia	433.000	2,0
Regno Unito	406.000	1,9
Estonia	377.000	1,7
Danimarca	338.000	1,6
Finlandia	325.000	1,5
Gibilterra	308.000	1,4
Cipro	227.000	1,0
Germania	196.000	0,9
Polonia	137.000	0,6
Irlanda	134.000	0,6
Islanda	112.000	0,5
Paesi Bassi	79.000	0,4
Altri UE	283.000	1,3
Altri Paesi europei	966.000	4,4
Totale	21.728.000	100,0

Fonte: European Cruise Council, 2009

L'Italia si può quindi considerare come uno dei mercati più importanti per l'industria delle crociere, riveste un ruolo particolare rispetto ai partner europei, e risulta essere il principale Paese beneficiario del business generato dal turismo crocieristico.

Il business delle crociere
(valori x 1.000)



Il primato dell'Italia è ancora più evidente se si analizzano i dati relativi al traffico passeggeri nei porti europei.

Come già evidenziato i porti italiani sono molto ben posizionati rispetto agli altri porti del Mediterraneo e, considerando il loro complesso, l'Italia si colloca al primo posto. Ben 5 sono gli scali del Mare Nostrum che figurano fra i primi 10 in Europa: Civitavecchia, Venezia, Napoli, Livorno e Savona.

In vetta troviamo Barcellona e Civitavecchia, entrambi di rilevanza mondiale: Barcellona ha superato nel 2009 i 2 milioni di passeggeri, immediatamente seguita da Civitavecchia (1,8 milioni).

Tra i porti italiani seguono Venezia con 1,4 milioni di passeggeri e Napoli con 1,3 milioni.

Di rilevanza minore per traffico Livorno e Savona, con un traffico passeggeri che si aggira tra i 700/800 mila ospiti.

Tutti i porti, tranne qualche rara eccezione, hanno visto crescere in modo esponenziale in questi anni il traffico crocieristico, il che giustifica gli investimenti infrastrutturali e commerciali che molte autorità portuali hanno sostenuto. Ma la conta dei dati relativi ai viaggiatori non può essere automaticamente un indicatore di successo.

Traffico crocieristico nei principali porti del Mediterraneo (top ten)

	2000		2007		2008		2009	
	passengeri	approdi	passengeri	approdi	passengeri	approdi	passengeri	approdi
Barcellona	573.571	495	1.765.838	817	2.069.651	887	2.151.465	799
Civitavecchia	392.103	466	1.586.101	856	1.818.616	924	1.802.938	793
Venezia	337.475	200	1.003.529	510	1.215.088	535	1.420.500	541
Napoli	405.639	405	1.151.345	643	1.237.075	660	1.300.000	600
Isole Baleari ¹	622.663	675	1.219.886	708	1.314.090	742	1.239.027	642
Dubrovnik	130.869	188	686.000	607	851.961	698	845.603	628
Livorno	228.996	286	713.114	510	848.861	564	795.313	458
Tunisi ²	185.656	195	721.592	459	694.829	433	752.246	375
Porti Francesi ³	300.778	429	559.411	514	762.092	546	744.909	497
Savona	120.071	83	761.002	203	770.801	n.d.	709.861	185

Fonte: elaborazioni SL&A su dati MedCruise, Autorità portuali, altre fonti, 2010

1) Dato aggregato: comprende i porti di Palma, Alcudia, Mahon, Ibiza, La Savina

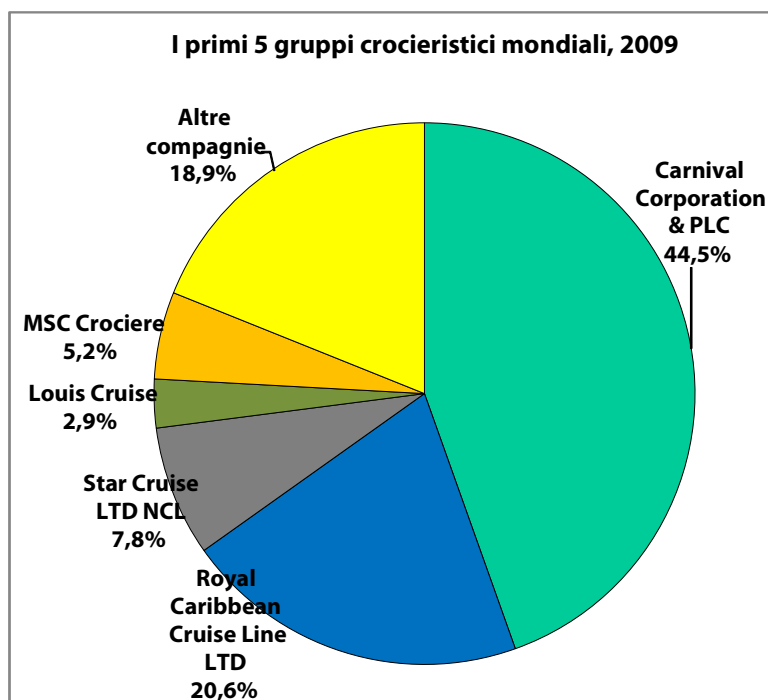
2) Dato aggregato: comprende i porti di La Goulette, Sousse and Bizerte

3) Dato aggregato: comprende i porti di Nizza, Cannes, Villefranche

1.4. Le Cruise Line

A caratterizzare l'offerta nel settore è un'elevata concentrazione in grandi gruppi crocieristici multibrand.

Circa l'80% della capacità ricettiva è in mano ai primi 5 soggetti economici impegnati nel business.



Fonte: Seatrade, 2009

Tra questi si distingue innanzitutto il marchio Carnival Cooperation & PLC, che detiene quasi la metà dell'offerta complessiva e che comprende al suo interno 11 marchi, tra cui anche l'italiana Costa Crociere.

Il 21% è invece in mano all'operatore Royal Caribbean Cruise Line con le compagnie Royal Caribbean International e Celebrity Cruises. Al terzo posto la compagnia asiatica Star Cruises (8%).

Mentre al quarto posto troviamo l'italiana MSC Crociere che detiene il 5% dell'offerta crocieristica complessiva.

Nel Mediterraneo sono attive circa 50 compagnie crocieristiche, sia europee che extraeuropee.

Le compagnie che operano nel Mediterraneo

Arcalia Shipping	P & O Cruises
Celebrity Cruises	Page & Moy Cruises
Classical Cruises	Phoenix Reisen
Clipper Cruise Line	Plantours
Club Med Croisieres	Plien Cap Croisieres
Compagnie Des Iles Du Ponant	Princess Cruises
Costa Crociere	Pullmantur
Crystal Cruises	Radisson Seven Seas Cruises
Cunard Line	Royal Caribbean International
Peter Deilmann Reederei	Royal Olympic Cruises
Delphin Seereisen	Saga Cruises
Festival Cruises	Sea Cloud Cruises
Fred Olsen Cruise Lines	Seabourn Cruise Line
Golden Sun Cruises	Seadream Yacht Club
Hapag Lloyd Kreuzfahrten	Seetours
Hebridean Island Cruises	Silversea Cruises
Holland America Line-Westours	Spanish Cruiseline
Island Cruises	Star Clippers
Kristina Cruises	Sun Bay Cruises
Lindblad Expeditions	Swan Hellenic Cruises
Louis Cruise Lines	The World Residensea
Mediterranean Shipping Cruises	Thomson Cruises
Mytravel Cruises	Transocean Tours
Norwegian Cruise Lines	Travelscope
Orient Lines	Travelsphere

Fonte: MedCruise

Si tratta comunque di un settore in continua evoluzione; tutti gli armatori stanno investendo imponenti risorse per il rinnovo della flotta, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo. L'obiettivo principale è infatti quello di allargare il proprio target di riferimento; a tale fine le compagnie hanno attuato specifiche azioni di marketing e un'attenta politica rivolta alla diversificazione di prezzi e destinazioni, che ha consentito anche alle famiglie e ai giovani di accedere a questo mercato.

1.5. Chi sono i crocieristi

Alcune indagini qualitative relative ai crocieristi permettono di tracciare dei caratteri comuni per questa tipologia di target.

Il profilo del crocierista si è evoluto nel tempo: da turista facoltoso e con molto tempo a disposizione, a quello più giovane e più dinamico di oggi.

Attualmente il target principale sono diventate le famiglie e i giovani, cui tutte le compagnie si rivolgono con tariffe specifiche. Molto importanti restano gli sposi novelli: in Italia una coppia su due sceglie la crociera come soluzione ideale per la propria luna di miele¹⁵.

I crocieristi sono per la maggior parte “first timers”, preferiscono vacanze brevi (circa una settimana) hanno un’età media di circa cinquant’anni, per quanto questo valore sia ultimamente in diminuzione¹⁶.

La principale ragione che spinge i consumatori - americani ed europei - a scegliere una crociera risiede nel fatto che viene percepita ancora come un prodotto nuovo che concentra molte persone in un unico luogo e favorisce la socializzazione.

La vacanza viene prenotata con largo anticipo, almeno 5 mesi prima; solo il 30% prenota con meno di 4 mesi di anticipo¹⁷.

Tra i servizi più richiesti troviamo i centri benessere, l’offerta gastronomica, le escursioni di tipo storico/culturale.

In una vacanza in crociera si apprezza soprattutto il fatto che sia itinerante, coinvolgendo più destinazioni, oltre alla comodità e l’organizzazione¹⁸.

Tra i fattori che incidono nella scelta della crociera si trovano:

- i servizi legati allo svago e il relax (shopping, fitness, intrattenimento);
- la qualità e personalizzazione, intendendo con ciò la qualità e varietà dei servizi offerti;
- le caratteristiche funzionali del prodotto, valutabili attraverso la “vita a bordo e ... fuori bordo”;
- il rapporto qualità/prezzo;
- la socializzazione, facilitata da un ambiente non troppo formale.

¹⁵ MSC Crociere, Convegno “Impatto del Turismo sul sistema economico italiano” giugno 2010

¹⁶ In Dies, 10 giugno 2010

¹⁷ CLIA, 2010 Cruise Industry Media Update

¹⁸ Donata Vianelli, IL comportamento di scelta del prodotto crocieristico: un’analisi empirica, gennaio 2007

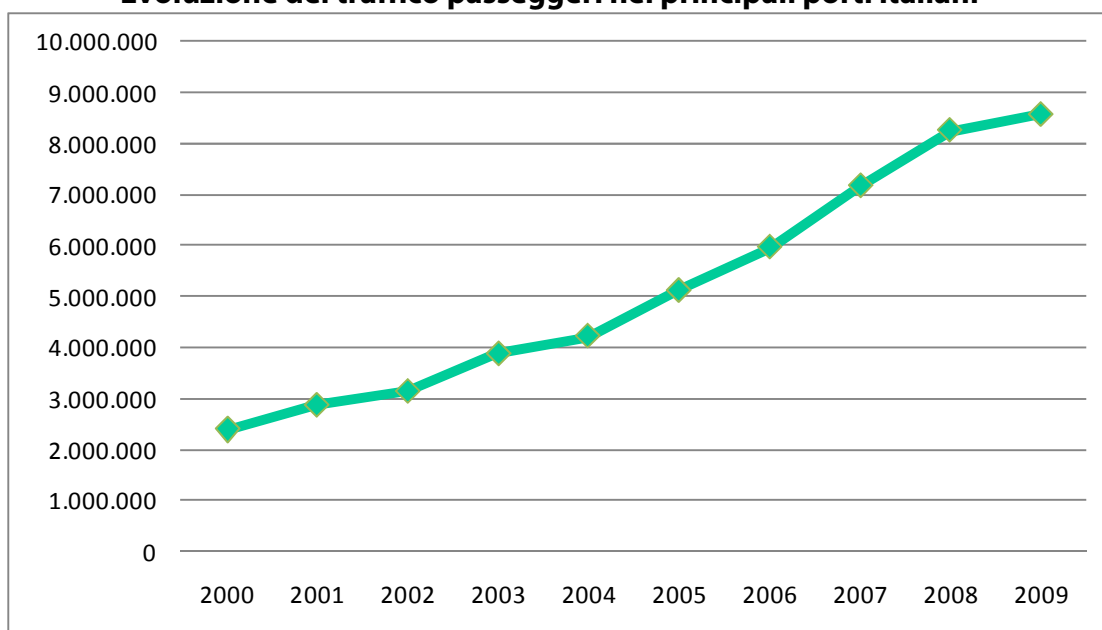
2. IL TRAFFICO CROCIERISTICO NEI PORTI ITALIANI

2.1 Il movimento nei porti italiani in serie storica

Lo sviluppo di questo comparto nei nostri porti ha vissuto la sua eclatante affermazione nell'ultimo decennio.

Considerando un campione di 15 importanti porti italiani, nei quali si concentra circa il 95% del traffico totale, si è passati dai 2,3 milioni di passeggeri del 2000 agli 8,5 milioni di passeggeri del 2009.

Evoluzione del traffico passeggeri nei principali porti italiani¹⁹

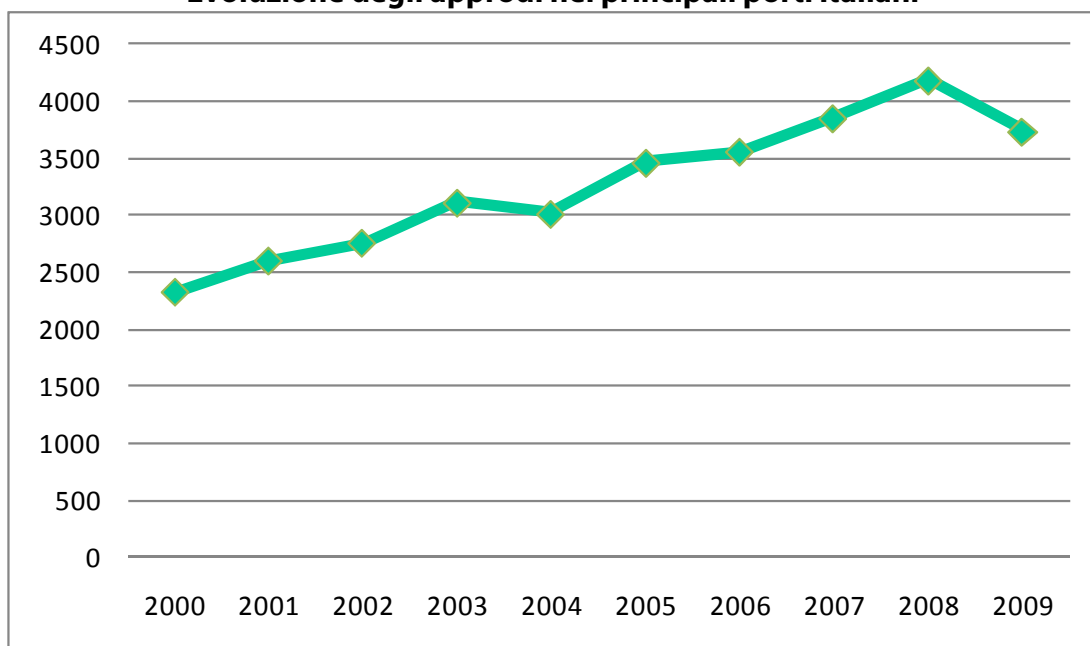


Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise, Autorità Portuali, altre fonti, 2010

Negli anni 2006 e 2007 si sono registrati i risultati migliori, con incrementi superiori al milione di passeggeri, mentre i dati del 2009 presentano un rallentamento della crescita.

¹⁹ Sono stati presi in considerazione i primi 15 porti italiani (Civitavecchia, Venezia, Napoli, Livorno, Savona, Genova, Bari, Palermo, Messina, Catania, Cagliari, Olbia, La Spezia, Portoferraio, Trieste)

Evoluzione degli approdi nei principali porti italiani²⁰



Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise, Autorità Portuali, altre fonti, 2010

Anche in termini di approdi i porti italiani hanno registrato una crescita durante il periodo 2000-2009. Gli incrementi non risultano però proporzionati a quelli del numero di passeggeri. Questo dato si spiega con la crescente concentrazione del mercato che ha messo in crisi le flotte dotate di piccole-medie imbarcazioni, e con la tendenza del comparto all'utilizzo di navi da crociera sempre più grandi, con la capacità di trasportare migliaia di passeggeri e realizzare dunque maggiori economie di scala.

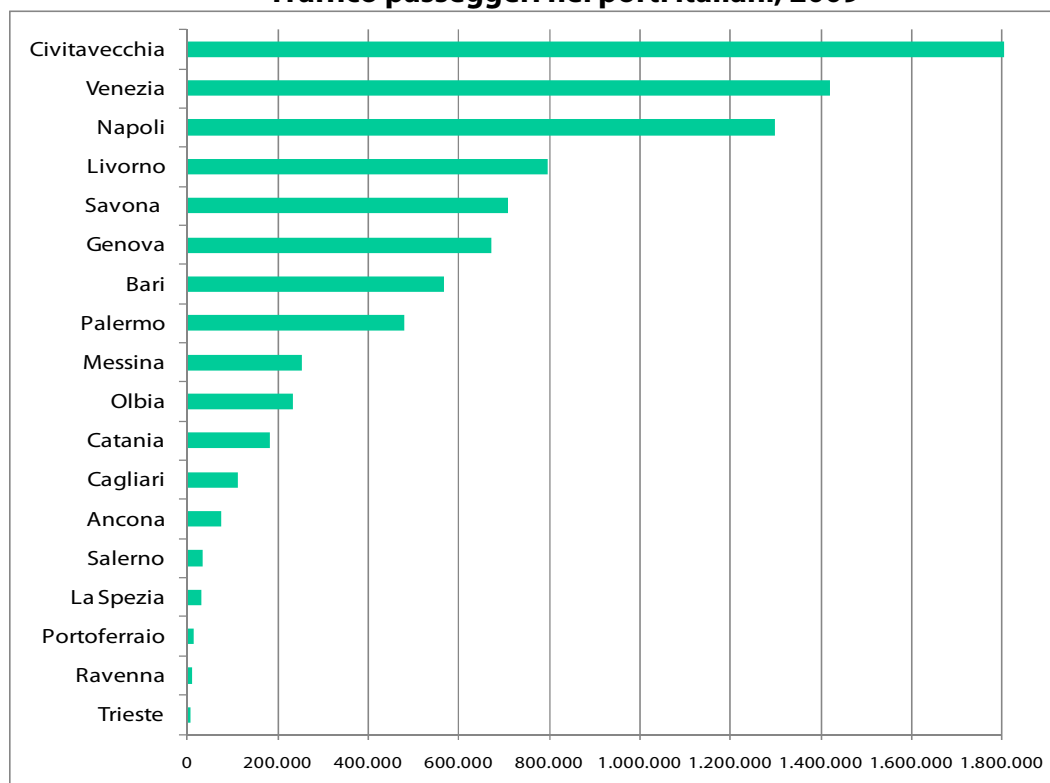
2.2 La classifica dei porti italiani

Con 1,8 milioni di passeggeri nel 2009, Civitavecchia è il primo porto italiano per traffico crocieristico. Seguono Venezia e Napoli rispettivamente con 1,4 e 1,3 milioni di passeggeri.

A distanza, tra 700.000 e 800.000 passeggeri, Livorno, Savona e Genova, mentre Bari e Palermo si assestano intorno ai 500.000.

²⁰ Sono stati presi in considerazione i primi 15 porti italiani (Civitavecchia, Venezia, Napoli, Livorno, Savona, Genova, Bari, Palermo, Messina, Catania, Cagliari, Olbia, La Spezia, Portoferraio, Trieste)

Traffico passeggeri nei porti italiani, 2009



Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

Evoluzione del traffico passeggeri nei principali porti italiani

	2000	2007	2008	2009	Var.% 2007/2009	Var.% 2008/2009	Var. % 2007/2008
Civitavecchia	392.103	1.586.101	1.818.616	1.802.938	13,67	-0,86	14,66
Venezia	337.475	1.003.529	1.215.088	1.420.500	41,55	16,91	21,08
Napoli	405.639	1.151.345	1.237.075	1.300.000	12,91	5,09	7,45
Livorno	228.996	713.114	848.861	795.313	11,53	-6,31	19,04
Savona	120.071	761.002	770.801	709.861	-6,72	-7,91	1,29
Genova	407.974	520.197	547.905	671.468	29,08	22,55	5,33
Bari	106.789	351.897	465.739	567.885	61,38	21,93	32,35
Palermo	157.092	471.395	538.721	478.900	1,59	-11,10	14,28
Messina	126.023	293.296	337.117	253.199	-13,67	-24,89	14,94
Olbia	43.376	101.882	209.536	234.923	130,58	12,12	105,67
Catania	42.616	n.d.	n.d.	181.578	n.d.	n.d.	n.d.
Cagliari	39.491	63.638	89.871	112.419	76,65	25,09	41,22
Ancona	69*	48.652	61.423	75.445	55,07	22,83	26,25
Salerno	n.d.	18.634	32.548	35.453	90,26	8,93	74,67
La Spezia	46.780**	79.335	49.656	31.021	-60,90	-37,53	-37,41
Portoferraio	27.684	25.976	21.502	14.509	-44,14	-32,52	-17,22
Ravenna	1.027	6.607	8.867	10.328	56,32	16,48	34,21
Trieste	13.370**	54.755	87.740	6.433	-88,25	-92,67	60,24

Fonte: Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

*dato 2001

**dato 2002

Nel periodo 2000-2009 i volumi di tutti i grandi porti sono almeno triplicati, ad eccezione del porto di Genova, la cui capacità era già ampiamente sviluppata nel 2000, e che comunque ha visto un incremento del 65%.

I casi più virtuosi sono stati Savona, Bari e Olbia, porti nei quali il traffico si è più che quintuplicato.

Tra i porti più piccoli presi in esame si evidenzia quello di Ancona, che ha iniziato a rivolgersi al mercato delle crociere solo negli ultimi anni ed è arrivato a raggiungere più di 75.000 passeggeri nel 2009.

Considerando gli ultimi due anni, gli incrementi da rilevare sono in particolare quelli del porto di Venezia con un aumento del traffico di più del 40%, quello del porto di Bari con un aumento del traffico di più del 60% e quello del porto di Olbia con un aumento del traffico di più del 100%.

I porti di Trieste, La Spezia e Portoferraio, vivono invece un momento negativo con il volume dei passeggeri che si riduce rispettivamente del 88%, del 60% e del 44%.

La crisi del porto di Trieste, come dichiarato anche dalle autorità competenti²¹, è attribuibile in parte alla crescente concorrenza del porto sloveno di Capodistria ma anche all'impatto che la difficile congiuntura economica ha avuto sul suo tradizionale bacino di domanda, l'Est Europa. Per il 2010 si è già registrato un incremento delle prenotazioni che ha indotto le compagnie di crociera a riportare le navi nel porto giuliano.

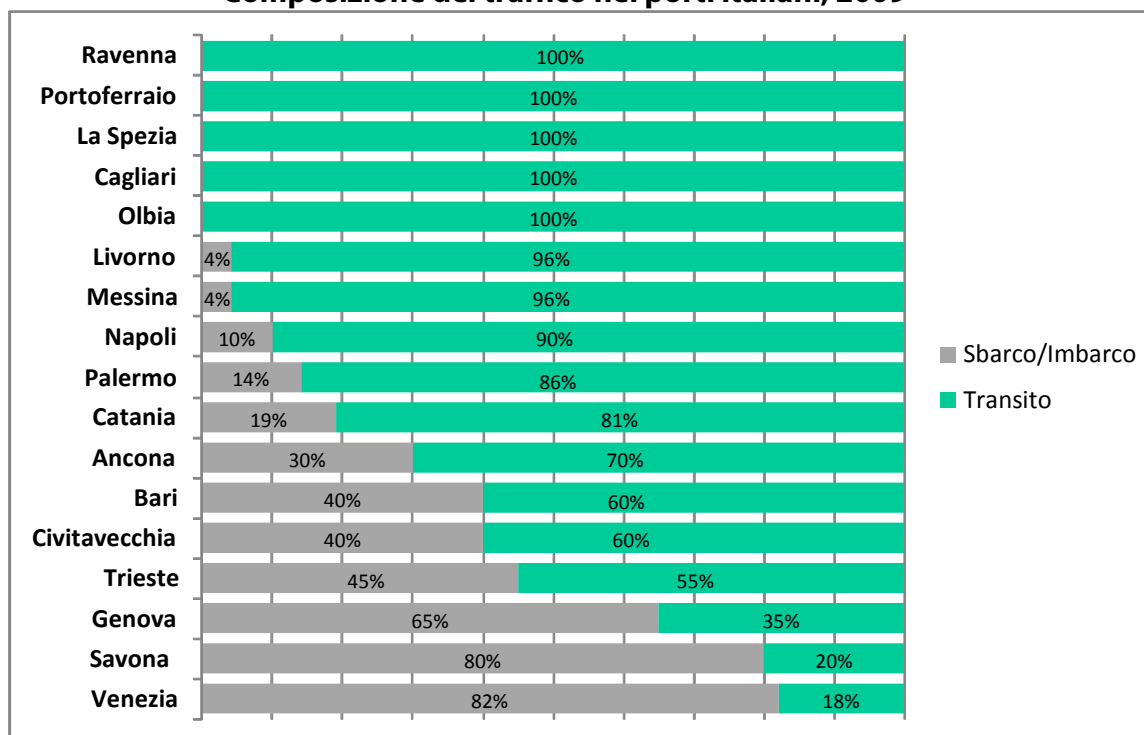
2.3 Il ruolo dei porti: *Home Port* e *Port of Call*

Nell'analizzare i dati del traffico passeggeri si è ritenuto opportuno distinguere tra il numero di passeggeri in imbarco/sbarco ed il numero di passeggeri in transito nei principali porti italiani. Il rapporto tra questi volumi permette infatti di far emergere la vocazione del porto ed in particolare se viene utilizzato più come *Home Port*, ovvero come punto di partenza o arrivo della crociera, oppure come *Port of Call*, ovvero come tappa intermedia del viaggio.

Sebbene questa distinzione si stia attenuando perché sempre più operatori consentono l'imbarco ai clienti anche dai porti di transito, resta comunque importante distinguere tra queste due categorie perché influiscono sull'impatto che il turismo crocieristico genera sul territorio.

²¹ *Il Piccolo*, 4 Dicembre 2010, "Turismo, raddoppiano le navi in arrivo"

Composizione del traffico nei porti italiani, 2009



Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

I principali Home Port italiani sono Venezia, Savona e Genova, non a caso tutti localizzati vicino al maggior bacino di domanda turistica, il Nord Italia, e lungo importanti vie di comunicazione.

I principali porti di transito, i Port of Call, si trovano invece in posizione strategica rispetto ad alcune delle principali destinazioni turistiche della penisola, come Livorno, base delle escursioni verso Firenze e la Toscana, Napoli e Palermo.

I porti di Civitavecchia e Bari risultano i più equilibrati, offrendosi come punto di partenza o arrivo delle crociere oltre che di appoggio per le escursioni rispettivamente verso Roma e le località turistiche pugliesi.

Quote di mercato dei primi 8 porti italiani, 2009

	Traffico Totale	% Quota di mercato	Sbarco/Imbarco	%Quota di mercato Sbarco/Imbarco	Transito	%Quota di mercato Transito
Civitavecchia	1.802.938	23,3	720.451	21,5	1.082.487	24,7
Venezia	1.420.500	18,3	1.169.214	34,8	251.286	5,7
Napoli	1.300.000	16,8	130.000	3,9	1.170.000	26,7
Livorno	795.313	10,3	34.473	1,0	760.840	17,3
Savona	709.861	9,2	571.746	17,0	138.115	3,1
Genova	671.468	8,7	436.385	13,0	235.083	5,4
Bari	567.885	7,3	228.259	6,8	339.626	7,7
Palermo	478.900	6,2	66.449	2,0	412.451	9,4
Totale	7.746.865	100,0	3.356.977	100,0	4.389.888	100,0

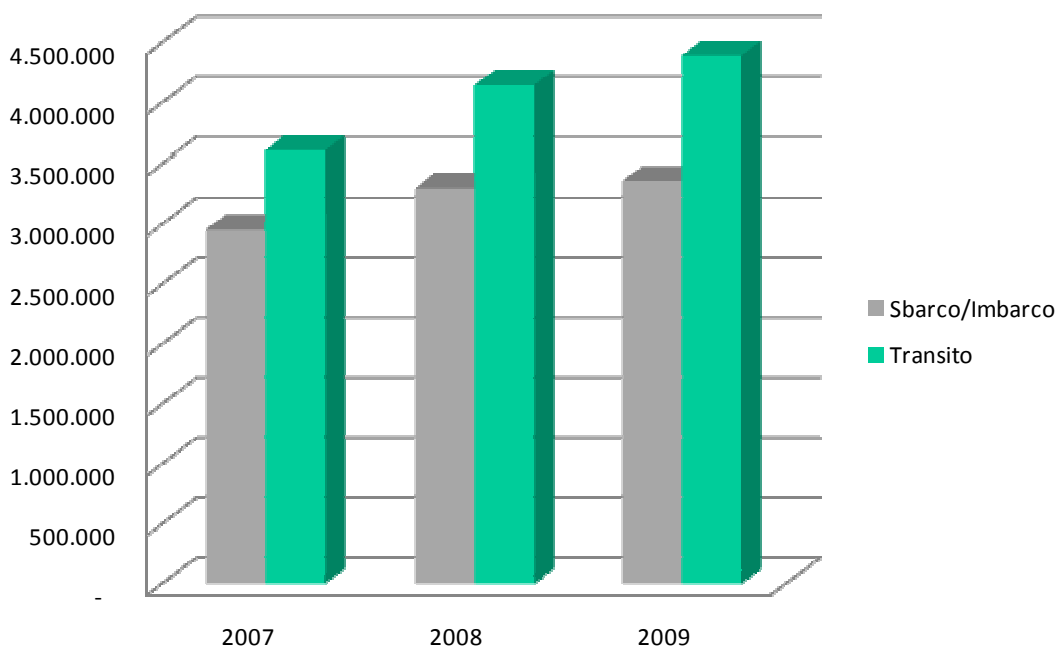
Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

I primi 8 porti italiani raccolgono circa il 90% del traffico crocieristico totale del nostro paese. La distinzione tra traffico in sbarco/imbarco ed in transito permette di approfondire le precedenti considerazioni.

Venezia si conferma il primo porto italiano per passeggeri in sbarco/imbarco, seguito da Civitavecchia, Savona e Genova.

Il porto di Napoli concentra invece il maggior numero di passeggeri in transito, seguito da Civitavecchia, che conferma la sua doppia vocazione, e Livorno.

Evoluzione dei passeggeri per tipo di traffico nei primi 8 porti italiani



Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

Considerando l'insieme dei dati vediamo come nel contesto italiano la componente di transito sia prevalente e viva un periodo di incremento più accentuato. Questo risultato acquista maggior peso se si considera che emerge anche avendo escluso i porti italiani medi/piccoli, caratterizzati da un traffico di passeggeri quasi esclusivamente in transito.

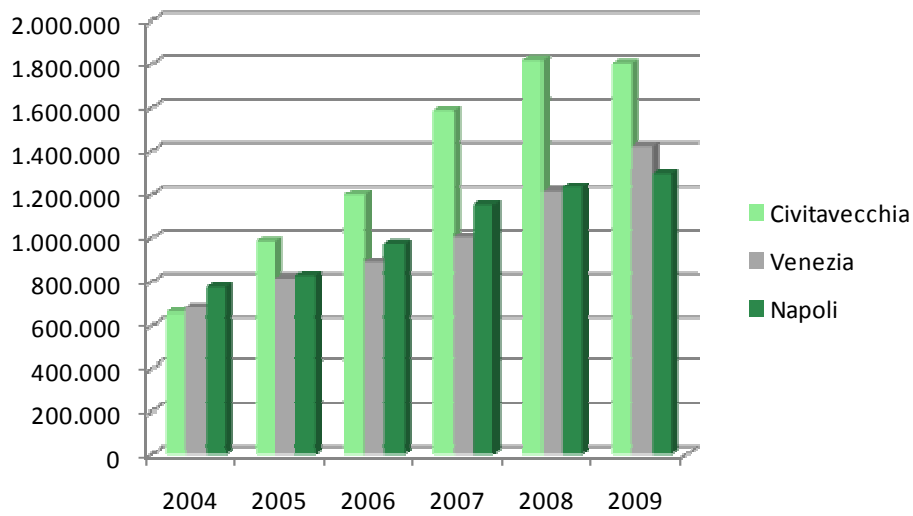
Come si evince dalla precedenti tabelle Civitavecchia, Venezia e Napoli sono i più importanti porti italiani che da soli concentrano più del 50% del traffico nazionale.

Tra questi il porto di Civitavecchia è quello che ha vissuto lo sviluppo più ampio ed equilibrato, anche se nell'ultimo triennio i suoi risultati sono dovuti principalmente all'aumento dei passeggeri in transito.

Il porto di Venezia nel 2009 ha superato il traffico dello scalo napoletano facendo leva sul suo ruolo di Home Port, dunque incrementando sbarchi e imbarchi.

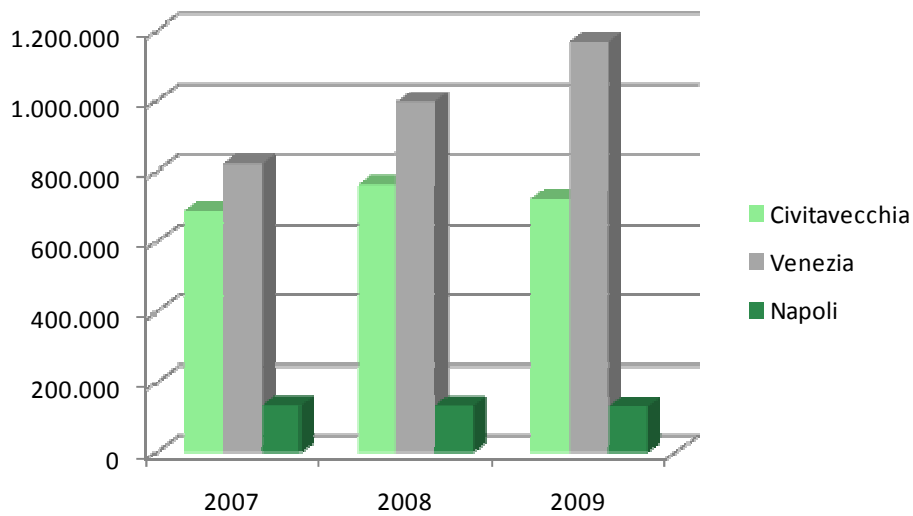
In direzione opposta l'evoluzione dei dati del porto di Napoli che si consolida come Port of Call vivendo un aumento dei passeggeri in transito.

Traffico totale dei primi tre porti italiani



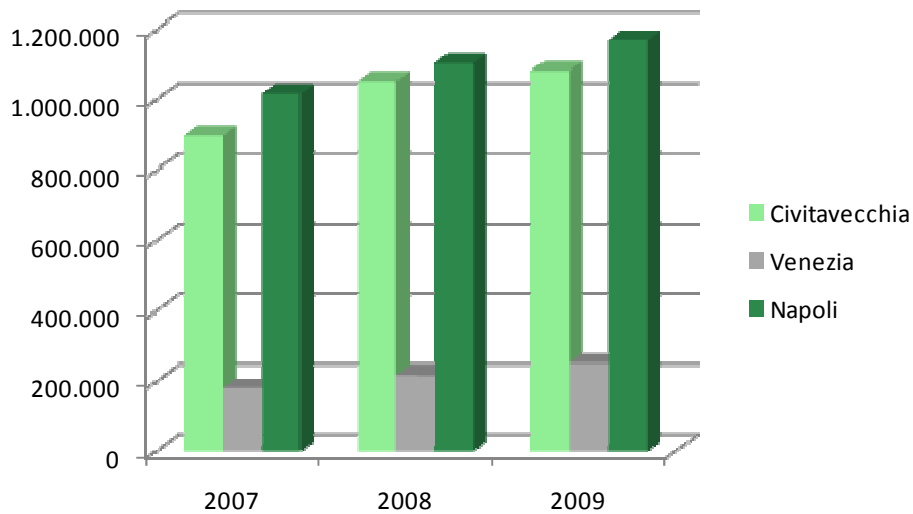
Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

Traffico in sbarco/imbarco dei primi 3 porti italiani



Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

Traffico in transito nei primi 3 porti italiani



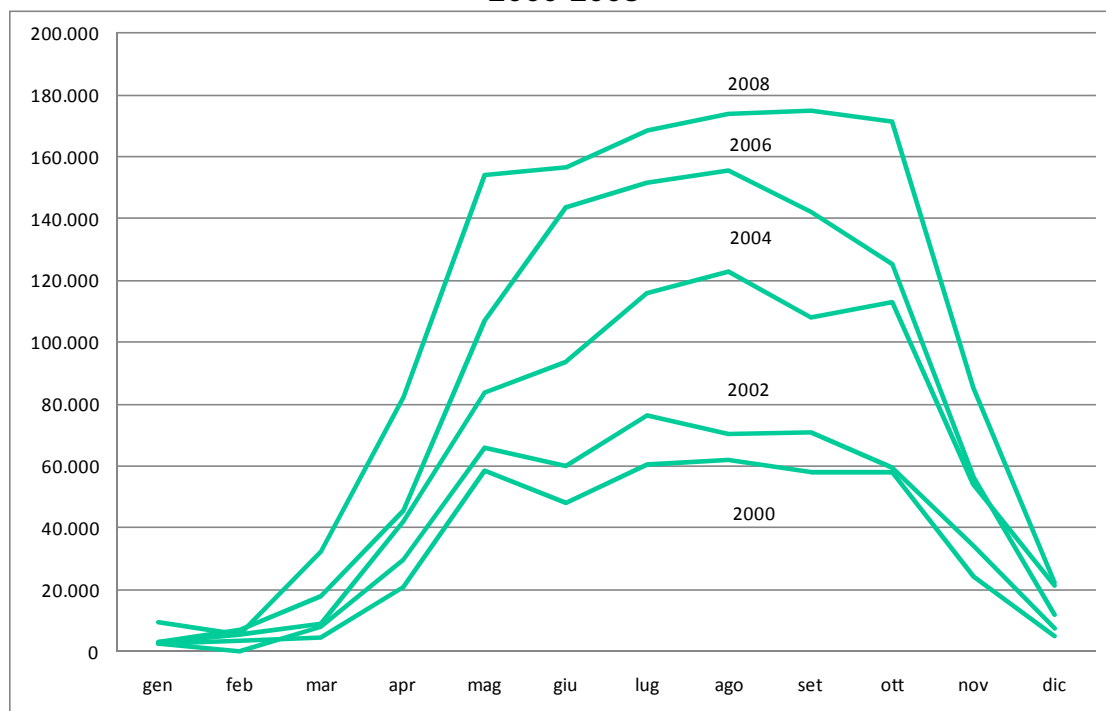
Fonte: elaborazione SL&A su dati Medcruise e Autorità Portuali, 2010

2.4 Evoluzione della stagionalità del traffico: il caso del Porto di Napoli

Per osservare l'evoluzione della stagionalità della movimentazione crocieristica si è ritenuto utile considerare il caso del porto di Napoli il cui traffico, essendo principalmente costituito da passeggeri in transito, risulta meno influenzato dalle scelte tecniche delle compagnie di crociera e più strettamente legato agli input della domanda.

Nell'ultimo decennio all'aumento del traffico è corrisposto un graduale allungamento dell'alta stagione per il turismo crocieristico che ormai comprende anche i mesi primaverili di Aprile e Maggio e quelli autunnali di Ottobre e Novembre.

Stagionalità del traffico nel porto di Napoli 2000-2008



Fonte: elaborazione SL&A su dati Autorità Portuale di Napoli, 2010

Andando ad osservare gli incrementi mese per mese si nota come i più alti non si concentrino nei mesi centrali di Luglio e Agosto ma riguardino periodi da sempre considerati “fuori stagione” come Marzo, mese durante il quale il traffico è aumentato di sette volte, Gennaio e Dicembre.

Distribuzione mensile del traffico nel porto di Napoli

	2000	2002	2004	2006	2008	2008/2000
Gennaio	2.495	2.416	3.109	2.927	9.624	3,9
Febbraio	3.403	0	5.628	7.237	5.310	1,6
Marzo	4.662	8.231	9.006	17.923	32.427	7,0
Aprile	21.018	29.856	42.086	45.677	82.281	3,9
Maggio	58.699	65.772	83.967	107.299	154.218	2,6
Giugno	48.178	59.867	93.593	143.703	156.728	3,3
Luglio	60.281	76.166	115.730	151.539	168.565	2,8
Agosto	61.936	70.250	122.982	155.743	174.150	2,8
Settembre	57.853	70.914	108.216	142.246	174.875	3,0
Ottobre	57.849	59.742	113.061	125.570	171.248	3,0
Novembre	24.283	34.485	54.222	56.664	85.106	3,5
Dicembre	4.982	7.373	21.623	11.931	22.546	4,5

Fonte: elaborazione SL&A su dati Autorità Portuale di Napoli, 2010

3. IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DEI PORTI ITALIANI NEL CONTESTO DEL MEDITERRANEO

Un punto di vista differente per quanto riguarda le crociere, rispetto a quello fin qui analizzato relativo al “traffico”, è quello concernente le caratteristiche dell’offerta portuale e delle località che ospitano i porti e i servizi ad esse collegate.

Un aspetto importante, che si vedrà successivamente, è strettamente collegato all’impatto economico che la crocieristica è in grado di generare.

Sulla scorta degli studi e delle analisi ricorrenti nel settore è stato possibile individuare quei fattori che diventano determinanti nella competizione e che possono influenzare le scelte delle compagnie (dettate certo da interessi più macroscopici, ma non solo) e dei croceristi.

I principali porti italiani e del Mediterraneo sono stati allora analizzati in relazione a:

- le caratteristiche e le dotazioni dei porti in termini di riparazione, rifornimento, dimensioni massime consentite alle navi, numero di banchine;
- i servizi presenti nell’area portuale tra cui il terminal passeggeri, il parcheggio custodito, i servizi bancari;
- i collegamenti, ovvero le distanze dal centro di riferimento, dall’aeroporto, dalla stazione ferroviaria;
- la disponibilità dell’offerta alberghiera, in termini di posti letto, nella destinazione portuale;
- l’attrattività dei dintorni.

Questo ha permesso in prima battuta una classificazione e un confronto tra porti in relazione ai singoli fattori, così da avere un primo raffronto fra le diverse offerte portuali; e successivamente di posizionare in una mappa di sintesi i porti in relazione a tre parametri principali:

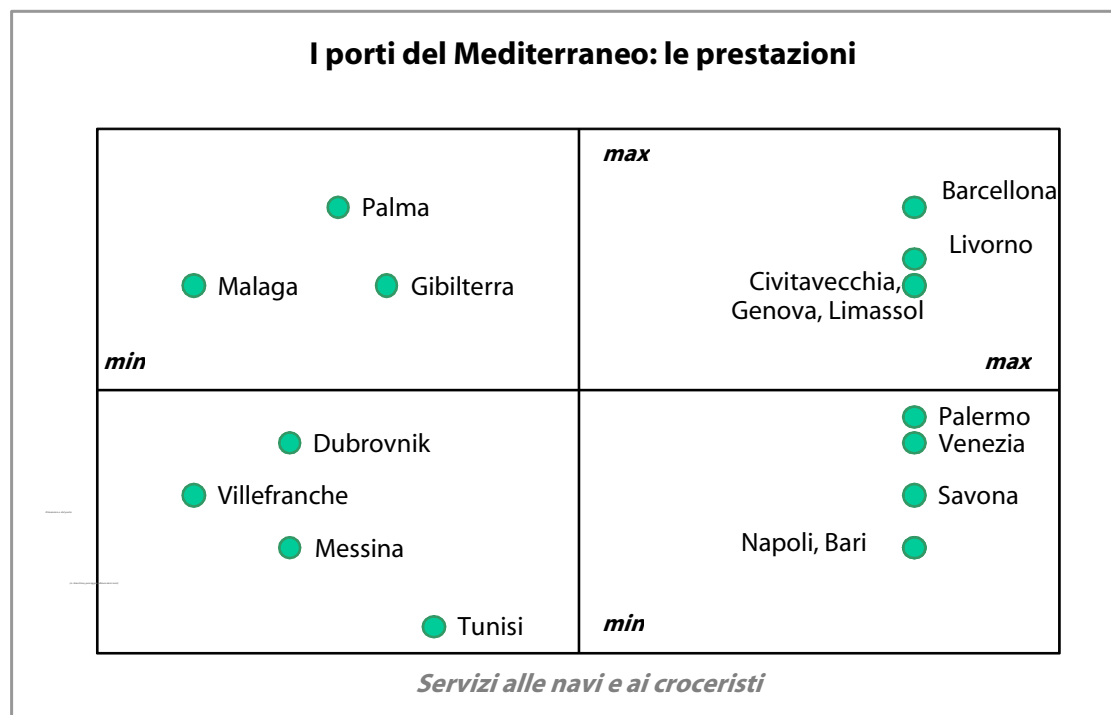
- dotazione di servizi alle navi e ai croceristi;
- turisticità della destinazione;
- traffico crocieristico (totale di passeggeri delle navi da crociera)

3.1 Uno standard consolidato di servizi

Al di là delle dimensioni, tutti i principali porti italiani e stranieri hanno raggiunto un livello di servizi “standard” elevato.

La competizione sulle funzioni sembra quindi aver giocato fino a qui un ruolo fondamentale, sia per quanto riguarda i servizi alle compagnie di crociera che ai passeggeri:

- il rifornimento e le riparazioni sono garantite pressoché ovunque, fatta eccezione per Dubrovnik, sebbene talvolta limitati come accade ad esempio per le riparazioni nel porto di Palma di Maiorca;
- del resto in tutti i porti, fatta eccezione per quello di Messina, è presente un terminal passeggeri (sarebbe interessante in futuro anche una analisi qualitativa di questo come degli altri servizi), così come nella maggior parte dei casi sono presenti il parcheggio auto custodito o servizi bancari (almeno il bancomat).

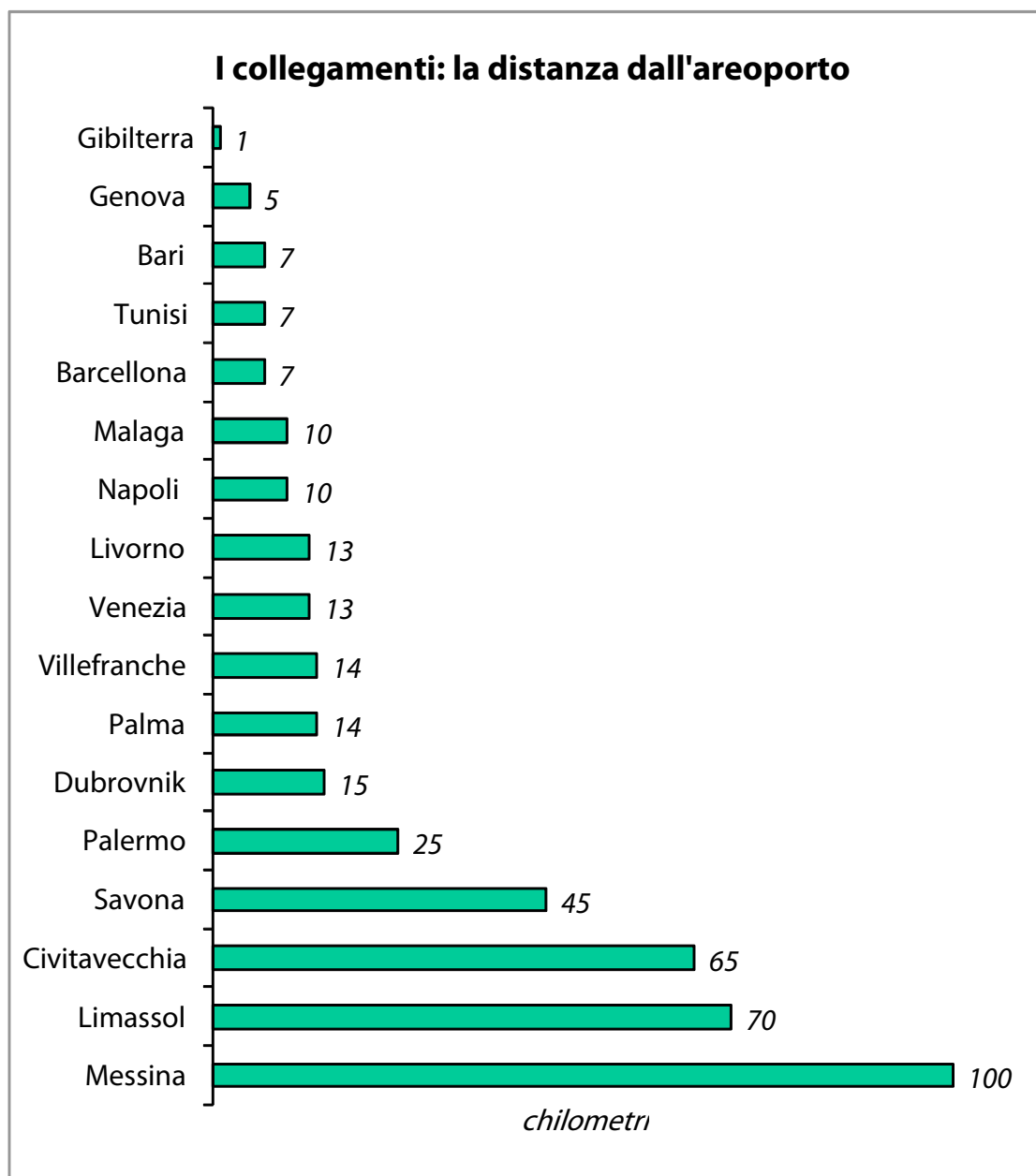


Fonte: elaborazioni SL&A su dati vari, 2010

In questo contesto quindi tre porti italiani, Livorno, Civitavecchia e Genova si posizionano ai vertici (nel quadrante in alto a destra del grafico) dell’offerta in termini prestazionali, “rincorsi” dagli altri porti italiani che potrebbero crescere ancora in termini di dimensione.

3.2 L’hub aeroportuale: una preconditione allo sviluppo

La maggior parte dei porti analizzati ha l’aeroporto nelle immediate vicinanze (entro i 20 km). Da questo punto di vista risultano maggiormente penalizzate Messina e Civitavecchia (che tuttavia dispone di un collegamento autostradale diretto con il più importante hub italiano, l’aeroporto di Fiumicino) per quanto riguarda le destinazioni italiane, e Limassol (Cipro) per quelle estere.

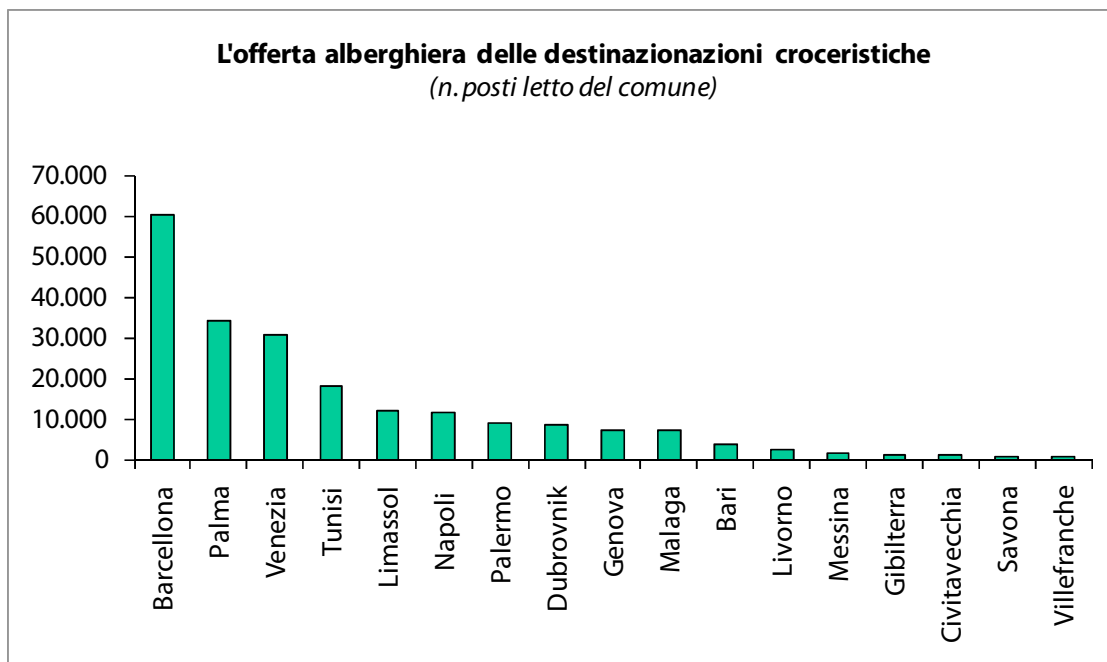


Fonte: elaborazioni SL&A su dati vari, 2010

3.3 L'offerta alberghiera : una opportunità per il territorio

Restringendo il campo di analisi al territorio amministrativo del porto²², la classifica per numero di posti letto alberghieri vede svettare la città di Barcellona, che gode di una dotazione alberghiera significativa, seguita a una certa distanza da Palma e Venezia, tutte località turistiche di eccellenza nel panorama europeo.

In fondo alla classifica compaiono Villefranche, all'ultimo posto, preceduta da Savona e Civitavecchia. C'è però da dire che quest'ultima, così come la località francese, gode di un bacino di offerta nelle immediate vicinanze.



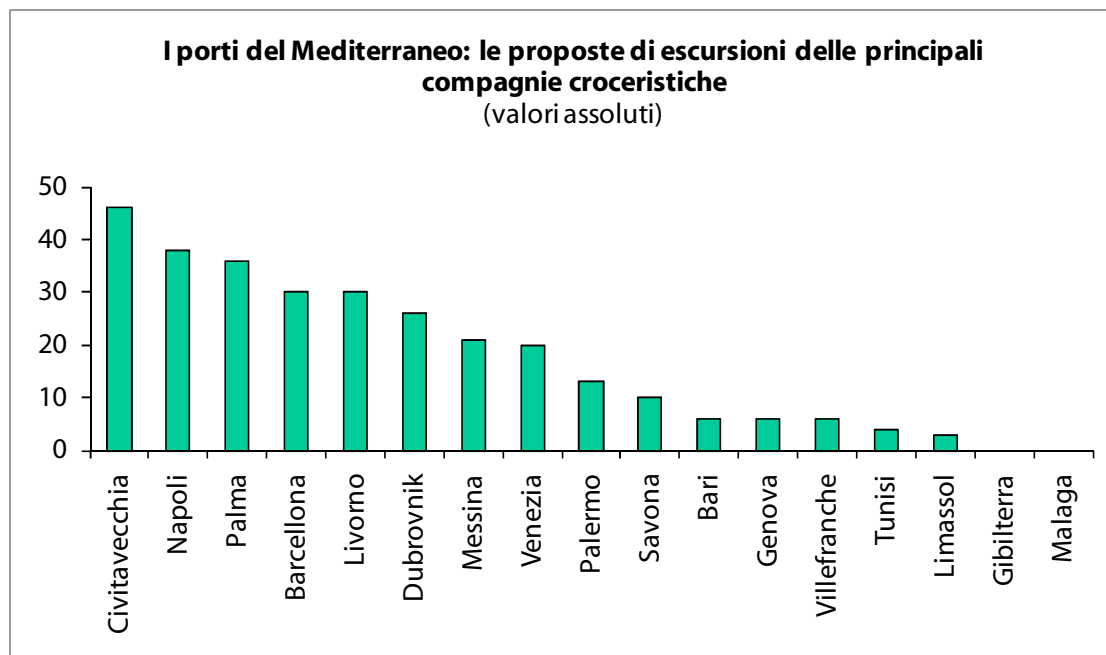
Fonte: elaborazioni SL&A su dati vari, 2010

D'altro canto le possibilità di prolungare il soggiorno nei territori limitrofi ai porti crocieristici sembra più legato ad un discorso di organizzazione e predisposizione della proposta turistica correlata alla crociera, che non alla sola disponibilità di posti letto, che di per sé non rappresenta una motivazione di vacanza.

²² L'analisi è stata realizzata prendendo in considerazione il territorio del comune su cui insiste il porto, ma l'analisi potrebbe essere allargata su scala delle distanze (ad esempio considerando i posti letto degli alberghi nel raggio di 50 km), oppure provinciale o regionale, o ancora di sistemi turistici locali a connotazione crocieristica.

3.4 L'attrattività dei dintorni: le proposte di escursioni

I porti italiani guidano anche la graduatoria relativa alle proposte di escursioni²³. Si tratta di un indicatore utilizzato per verificare quanto i dintorni di una località risultino attrattivi per i crocieristi che possono usufruire della possibilità di effettuare escursioni.



Fonte: elaborazioni SL&A su dati vari, 2010

Civitavecchia e Napoli sveltano tra tutti e sopravanzano quelli spagnoli di Palma e Barcellona e quello croato di Dubrovnik.

L'offerta varia a seconda delle destinazioni e delle compagnie, ma è possibile evidenziare alcune ricorrenze:

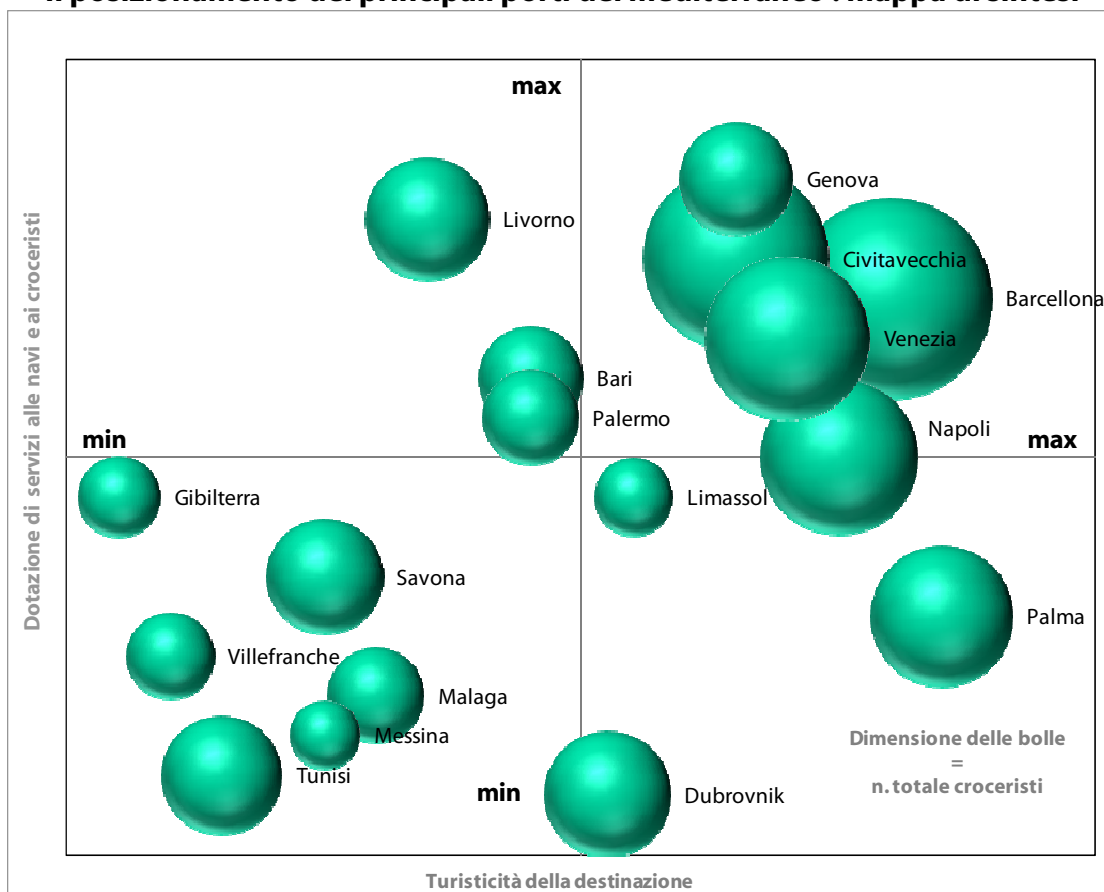
- la maggioranza delle escursioni è legata al prodotto culturale (nelle varie declinazioni, dalla generica visita alla città agli itinerari tematici, ad esempio la Barcellona di Gaudì, o la Roma dei Papi), ma i prodotti proposti sono vari e spaziano dalla natura allo shopping allo sport;
- solo i porti di Barcellona, Venezia, Tunisi sono la base di escursioni in casa: l'attrattività della destinazione è più forte di quella dei suoi dintorni;
- gli altri porti rappresentano la piattaforma verso altre destinazioni: i casi più evidenti sono quello di Civitavecchia per Roma e Livorno per Pisa e Firenze, ma anche Messina per Taormina e l'Etna o Napoli per Ercolano, Pompei, il Vesuvio, Bari per Alberobello, Matera, le grotte di Castellana, ecc.

²³ Sono state analizzate le proposte delle principali compagnie di navigazione (Costa Crociere, MSC Crociere, Royal Caribbean, Carnival Cruises), in relazione al numero, alle destinazioni, alla durata, ai prodotti turistici offerti (natura, arte, ecc.) e al prezzo.

3.5 La mappa di sintesi²⁴

I risultati dell'analisi sono sintetizzati nella mappa che segue dove i porti sono stati posizionati in base alla dimensione dei servizi offerti, alla turisticità delle destinazioni e nella quale viene evidenziata anche la differenza in termini di traffico.

Il posizionamento dei principali porti del mediterraneo : mappa di sintesi



Fonte: elaborazioni SL&A su dati vari, 2010

²⁴ La mappa di posizionamento è stata realizzata attraverso la costruzione di tre graduatorie, basate a loro volta su specifici indicatori realizzati ad hoc:

I. Le dotazioni di servizi, a partire da tre sotto-indicatori:

1. Servizi specifici : rifornimento, riparazioni, numero di banchine, dimensioni consentite
2. Servizi generali : presenza del terminal passeggeri, di servizi bancari, di parcheggio
3. Distanze: dall'aeroporto, dalla stazione, dal centro cittadino

II. La turisticità della destinazione, a partire da tre sotto-indicatori:

1. dimensione dell'offerta alberghiera locale : in termini di posti letto
2. attrattività dei dintorni: sulla base delle proposte di escursione delle principali compagnie di crociera
3. tipologia del porto (differenza tra traffici home e transiti)

III. Il traffico crocieristico (numero totale dei croceristi, 2009)

Dalla mappa è possibile trarre alcune interessanti considerazioni.

Tra i “**big**” dei porti crocieristici analizzati quattro su cinque sono italiani. Si tratta di strutture ampiamente consolidate tra cui Civitavecchia, Genova, Venezia e Napoli, con caratteristiche diverse, ma comunque attrezzati da un punto di vista dei servizi e significativamente interessanti da un punto di vista turistico.

Fatta eccezione per Genova, sono tutte realtà molto significative anche per quanto riguarda il traffico passeggeri. In questi casi l’opportunità di crescita sembra legata soprattutto alla componente “soft” dei servizi che possono ancora essere sviluppati per migliorare la qualità dell’accoglienza. E questo sia per quanto riguarda la funzione home che quella di transito.

All’opposto il gruppo dei “**piccoli**” si caratterizza sia per una minore dotazione di servizi che per attrattività turistica, con una ripercussione diretta sulla dimensione dei flussi di crocieristi. Tra questi si inseriscono i porti italiani di Messina e Savona. In questi casi per diventare grandi sembra necessario crescere in entrambe le direzioni, ovvero dal punto di vista delle infrastrutture che dei servizi.

In una posizione intermedia sia per quanto riguarda la componente prestazionale che quella turistica si trovano i porti di Bari, Palermo, e Limassol.

Equilibrio che invece non si ritrova per Livorno, in grado di soddisfare le esigenze da un punto di vista delle dotazioni, mentre è meno apprezzabile per la turisticità che lo contraddistingue; e per Palma di Maiorca, in cui le due componenti risultano di segno opposto rispetto a Livorno.

* * *

Dalla mappa di posizionamento è possibile infine avere una prima interessante indicazione per la scelta dei porti crocieristici sui quali effettuare un approfondimento per quanto riguarda gli impatti economici e occupazionali delle crociere. In particolare appare interessante selezionare le esperienze lungo la “retta ideale” che unisce i quadranti più “affollati” (in basso a sinistra e in alto a destra).

4. L'IMPATTO DELL'INDUSTRIA CROCIERISTICA

4.1. Un metodo generale di analisi

Le metodologie correnti di analisi di impatto applicabili al comparto crocieristico sono riferibili a diversi filoni, corrispondenti ai vari aspetti del sistema, ed alle varie "maglie" della filiera produttiva specifica:

- la cantieristica per la produzione e la manutenzione delle unità da crociera;
- la gestione armatoriale delle attività stesse, nei vari aspetti aziendali di rilievo, dall'amministrazione all'operatività al marketing, fino alla vendita del prodotto;
- gli acquisti e le varie spese che i cruise operators sostengono in relazione alle attività portuali ed ai rifornimenti necessari sia per le navi che per i loro equipaggi, oltre che evidentemente per i passeggeri;
- il turn-around degli equipaggi stessi;
- la vendita vera e propria del prodotto crocieristico, nel momento in cui viene affidata ad apposite strutture professionali specifiche (AdV e TO);
- le spese dirette dei crocieristi che rientrano nel pacchetto acquistato, che variano ovviamente a seconda che esse comprendano o meno attività a terra (normalmente opzionali) come visite, escursioni, ecc.;
- le spese extra dei crocieristi, sia in relazione al raggiungimento del porto di imbarco (home port) ed all'eventuale pernottamento in loco pre o post-crociera, che relative alle escursioni a terra (ristorazione, shopping, ecc.);
- e così via.

Si tratta, a ben vedere, di una molteplicità di "capitoli" di spesa, la cui precisa ricostruzione non può che avvenire, analiticamente, rilevando tutti i vettori di spesa dei vari soggetti (dai cruise operators ai crocieristi), e quindi procedendo alla loro somma, fino a raggiungere l'universo.

Questo tipo di analisi –peraltro molto complessa, laboriosa e costosa- è essenziale a calcolare la **spesa diretta**, e cioè la fotografia dei flussi economici che in un determinato periodo si attivano in relazione al fenomeno crocieristico.

E d'altra parte questa quantificazione è necessaria per arrivare alla valutazione di un'altra grandezza economica, **l'effetto indiretto**, che rappresenta il "secondo livello", e cioè le variabili e le grandezze economiche che si attivano per produrre beni e servizi direttamente acquistati dal comparto crocieristico. Questo secondo insieme di grandezze può essere ricavato con diversi metodi, il più frequente e consolidato dei quali è rappresentato dall'analisi input-output, che si effettua applicando il vettore generale della spesa crocieristica diretta alla matrice delle interdipendenze settoriali.

Esiste però anche un terzo livello, denominato **effetto indotto**, che con lo stesso metodo calcola l'insieme delle transazioni economiche generate dal comparto, considerando anche gli effetti (chiamati moltiplicatori) che si generano in relazione alla redistribuzione di redditi da lavoro percepiti dagli addetti all'industria crocieristica ed alle altre industrie coinvolte.

La somma delle tre stime (spesa diretta, effetto indiretto ed indotto) viene denominato **impatto globale dell'industria crocieristica**. Per quanto riguarda l'Unione Europea, questo "Contributo del turismo Crocieristico" è stato calcolato con riferimento all'anno 2008 in uno studio pubblicato a maggio 2009, che al momento risulta l'ultimo disponibile²⁵. I suoi risultati più interessanti verranno analizzati tra breve, nell'ambito delle ricadute del fenomeno crocieristico per il nostro Paese.

* * *

Se l'analisi generale è normalmente basata sulla spesa, un suo approfondimento molto utile è d'altra parte quello che considera gli effetti occupazionali dei fenomeni. In questo caso, a partire da rilevazioni sia specifiche che generali, si punta a stimare il contributo del comparto all'occupazione (diretta, indiretta ed indotta).

Questo contributo si misura in primo luogo in termini di massa salariale (compensi onnicomprensivi), che viene articolata tra le diverse branche di attività, e, anche in considerazione dei salari medi delle diverse attività, porta ad una stima delle unità di lavoro coinvolte, intese come unità standard, e quindi annuali a tempo pieno.

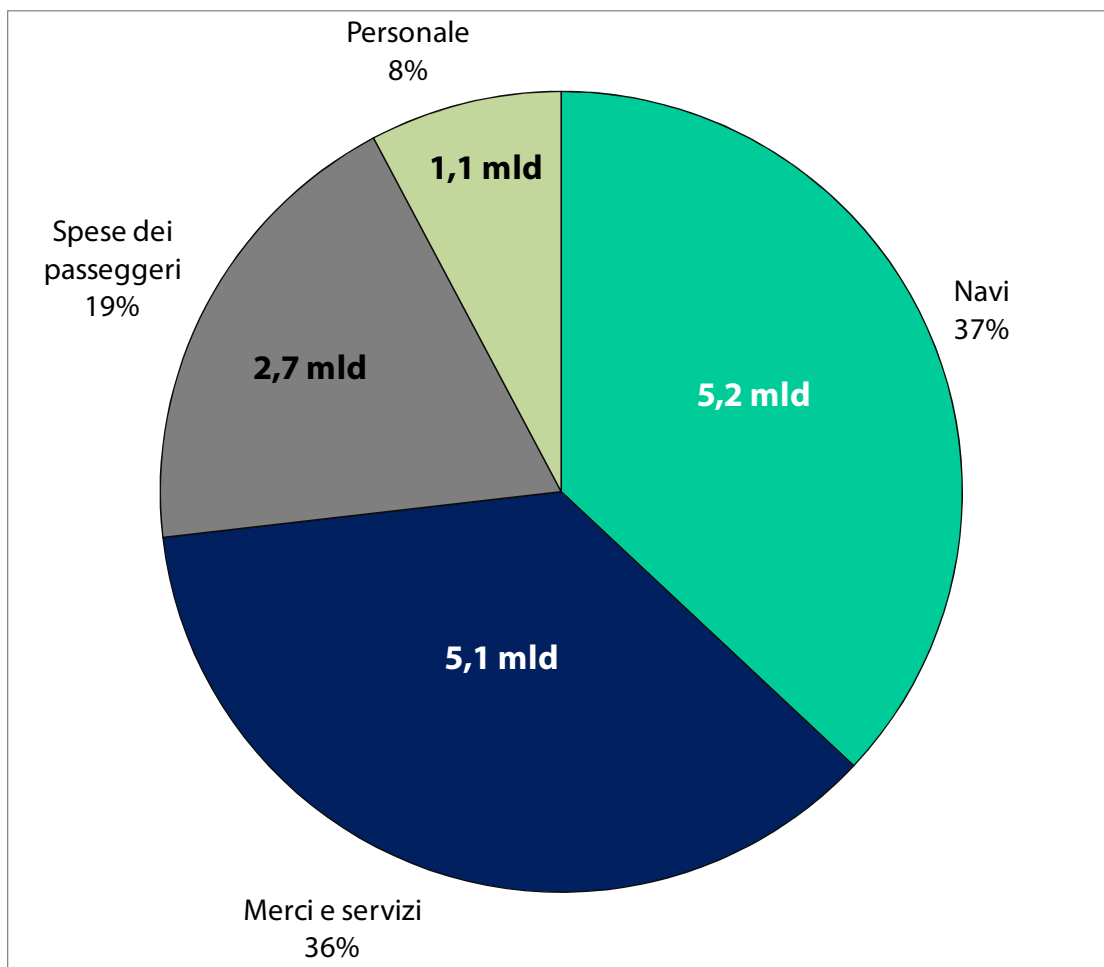
Anche in questo caso si tratta di una approssimazione, evidentemente per difetto, delle persone effettivamente coinvolte e remunerate, che, per effetto della stagionalità e del lavoro a tempo ridotto (part time), sono nei fatti ben di più di quanto stimato. Ma ciò non toglie che una valutazione di questo tipo ha il merito di rendere confrontabili i dati nel tempo e tra diversi comparti, settori, luoghi, Paesi.

Questa premessa di metodo, forzatamente sintetica, appare utile a comprendere l'approccio generale delle analisi di impatto che è stato possibile raccogliere e valutare, e contemporaneamente a collocarle all'interno dello schema generale, in quanto queste molto spesso appaiono parziali, anche se talvolta lasciano intendere un respiro maggiore di quanto effettivamente non abbiano.

²⁵ "Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2008", elaborato da G.P. Wild (international) Limited e Business research & Economic Advisors per The European Cruise Council

4.2. Il quadro europeo

A livello di Unione ²⁶, l'industria crocieristica nel 2008 ha fatto registrare una spesa diretta di 14 miliardi di euro, ed un contributo totale all'economia (diretto+indiretto+indotto) di 32 miliardi, attivando oltre 311 mila "posti di lavoro" e distribuendo 10 miliardi annui in retribuzioni.



Fonte: European Cruise Council, 2009

Molto interessanti, in prima battuta, le dinamiche interne di tali impatti dal 2007 al 2008:

- mentre infatti la spesa per l'acquisto di beni e servizi da parte del comparto è cresciuta del 15% (commissioni agli Agenti di Viaggi per 757 milioni, servizi finanziari, assicurativi professionali, food & beverage per 460 milioni, ecc.);

²⁶ Tutti i 27 paesi membri, più Svizzera, Norvegia ed Islanda

- le spese dei crocieristi (escursioni, soggiorni alberghieri pre e post crociera, transfer, ecc.) crescono dell'8%;
- gli investimenti in cantieristica (costruzione, manutenzioni, rifacimenti) sempre dell'8% (e si pensi che solo nel 2008 erano in cantiere 20 nuove navi, e altre 36 erano già state ordinate);
- ma nello stesso periodo la massa di stipendi e salari, 1.100 milioni erogati a circa 5.000 lavoratori a terra e 50.000 imbarcati (con riferimento ai soli cittadini europei), è rimasta pressoché invariata. Pur in un evidente momento di crescita, quindi, il fattore "costo del lavoro" viene nei fatti compresso.

Quanto agli impatti sui sistemi locali, nella media europea si stima che ogni crocierista abbia speso in media 90 euro nella città del suo porto di imbarco, e altri 60 euro in ogni porto di toccata visitato.

L'analisi disaggregata di questi dati generali, resa possibile dalla citata metodologia delle matrici input-output, mostra d'altra parte un quadro molto stimolante e per certi versi anche inedito, con riferimento sia ai flussi di spesa, che soprattutto alle componenti del lavoro e delle retribuzioni.

Infatti se si considera il dato più allargato del comparto crocieristico (diretto+indiretto+indotto):

- la parte del leone viene svolta dall'industria manifatturiera, con il 30% dei posti di lavoro e il 36% delle retribuzioni (che quindi sono più remunerative rispetto ad altri settori); in questo ambito si colloca ovviamente la cantieristica, ma complessivamente è tutta l'industria dei mezzi di trasporto ad essere fortemente coinvolta, così come la metallurgia ;
- solo al secondo posto si piazzano i Cruise Operators, con il 17,5% di addetti, ma solo l'11,5% delle retribuzioni, evidentemente molto inferiori in media rispetto a quelle di altre industrie;
- vengono quindi i servizi assicurativi, finanziari e business-oriented, con il 16% degli addetti e il 20% della "massa salariale" (anche in questo caso più "pesante");
- trasporti e "utilities" occupano il 12% dei lavoratori coinvolti, e distribuiscono il 15 delle retribuzioni;
- tra i comparti più interessanti, si collocano quindi il commercio, soprattutto all'ingrosso (7% di addetti, ma solo il 2% al dettaglio) e l'ospitalità (5%, di cui i due terzi in hotel, ma con solo il 3% della massa retributiva).

La particolarità di questo quadro è piuttosto evidente, anche se non molto conosciuta: la crocieristica, infatti, fa lavorare soprattutto altri settori, diversi e “lontani” dal turismo, e li remunera relativamente bene. Mentre gli addetti del settore sono non solo pochi, ma anche relativamente “sottopagati”.

Ma le indicazioni generali sono già nette e precise. Intorno alle crociere si guadagna tanto più quanto si è in grado di mettere in campo un sistema produttivo diversificato, fatto di cantieri, basi di armamento, home ports.

E da questo punto di vista, come sottolineato in altre parti del lavoro citato, i fattori competitivi determinanti sono dati dalle attrattive del porto, della sua città e del suo territorio (“must see”, o almeno “marquee”); dalla presenza nelle vicinanze di un hub aeroportuale; dalla disponibilità di un certo stock di camere alberghiere adeguate.

4.3. Le ricadute sull'Italia

Per vari motivi, l'Italia è il paese europeo che beneficia maggiormente della spesa diretta e dell'indotto crocieristico, e questo già testimonia l'importanza del settore per l'intera economia nazionale. Insieme a Germania e Regno Unito, infatti, il nostro Paese partecipa adeguatamente a tutti i segmenti dell'industria delle crociere:

- è sia un importante mercato di domanda che un grande bacino di destinazione/offerta;
- ha basi di armamento dei cruise operators e offre personale sia a terra che imbarcato;
- ha una importante industria cantieristica per la costruzione nonché le riparazioni e manutenzioni, e garantisce ogni tipo di approvvigionamenti, a partire dal carburante.

Le ricadute economiche sui paesi europei

Paese	Spesa diretta (€ in mln)	Tasso di crescita (cfr 2007)	Posti di lavoro	Retribuzioni (€ in mln)
Italia	4.318,00	+9%	97.152	2.975,00
Germania	2.351,00	+15%	41.560	1.568,00
Regno Unito	2.263,00	+13%	49.015	1.947,00
Francia	1.399,00	+21%	18.265	818,00
Spagna	1.042,00	+10%	22.397	595,00
Finlandia	902,00	+12%	14.268	533,00
Totale	12.275,00	+12%	242.657	8.436,00
Altri	1.941,00	+1%	68.855	1.558,00
Totale	14.216,00	+11%	311.512	9.994,00

Fonte: European Cruise Council, 2009

Di più, l'Italia genera 682 mila crocieristi (15,4% del totale europeo), mentre ne "imbarca" un milione in più (35,9% del continente), mostrando una evidente attrattiva dei propri territori, porti, coste. Ed infatti siamo leader anche quanto a paese di destinazione, con quasi 5 milioni di passeggeri, il 23% del totale europeo. Tra l'altro, la stessa posizione di preminenza si ritrova anche considerando nel complesso le spese per la costruzione di nuove navi (primato nel 2008) ed i riallestimenti (secondi solo alla Germania).

C'è quindi un traffico turistico molto rilevante che si attiva intorno alla nostra funzione di home port (home country a livello continentale, verrebbe da dire), distribuita su diverse realtà tra cui spiccano Venezia, Savona, Genova.

Mentre molti altri porti come Livorno, Napoli, Palermo, Cagliari e Bari svolgono essenzialmente una funzione "call", rappresentando eccellenti basi per escursioni, diverso ed intermedio si presenta il ruolo di Civitavecchia, che svolge a quanto pare egregiamente le due funzioni.

Tornando agli impatti di sistema, il nostro Paese mostra altri importantissimi punti di leadership:

- la spesa diretta, con il 30,4% del totale europeo;
- l'occupazione, con il 31,4%;
- le retribuzioni totali, con il 29,8% (tre miliardi in valore assoluto);
- ma anche il 37% degli specifici salari e stipendi nella cantieristica e il 26% di quelle nei trasporti e nell'ospitalità.

E' quindi il nostro Paese ad abbassare il baricentro della cantieristica europea verso il bacino del Mediterraneo, anche se il ruolo degli altri Paesi rivieraschi è oggettivamente più debole. In totale la sponda nord²⁷ del Mare Nostrum supera per la spesa diretta il 50% del totale europeo.

Ma, anche e proprio per il peso della cantieristica nordica, le retribuzioni "scendono" al 47%, e l'occupazione totale non supera il 43%.

4.4. I problemi delle stime parziali e locali

Con la crescita quantitativa del fenomeno crocieristico diversi soggetti si sono attivati per analizzarne le conseguenze, molto spesso con finalità conoscitive e di programmazione, ma certo anche per i risvolti di marketing e comunicazione che questo comporta. Per non dire delle tante dispute locali, connesse con le attività portuali e le ricadute sui territori, che hanno portato a ricerche anche interessanti pur nella loro parzialità e, spesso, evidente finalizzazione.

In particolare sul primo fronte sono molto attivi i cruise operator, che appaiono impegnati tra di loro in una fortissima competizione, che si avverte quotidianamente sul mercato italiano, sia finale che dell'intermediazione. E di questa competizione sono testimonianza gli articoli che quasi quotidianamente affollano i media di settore (B2B), ma anche i supplementi economici e di costume delle principali testate "despecializzate".

E in questo senso la competizione è diventata quasi un duetto tra Costa Crociere (glorioso brand nazionale ora confluito nel leader mondiale Carnival) e MSC, branca crocieristica del gruppo armatoriale Aponte.

Proprio in questo contesto si deve segnalare la continua produzione di dati e risultati di fonte aziendale: dati e risultati di indubbio valore, ma anche non disinteressati, se si considera, oltre alla componente concorrenziale, anche l'influsso atteso riguardo agli andamenti borsistici.

Il più delle volte questi "lanci" affrontano le commesse all'industria cantieristica, il varo di nuove unità, il lancio di prodotti diversi e/o su mercati diversi, i programmi

²⁷ Considerando per intero la Francia, ed escludendo il Portogallo

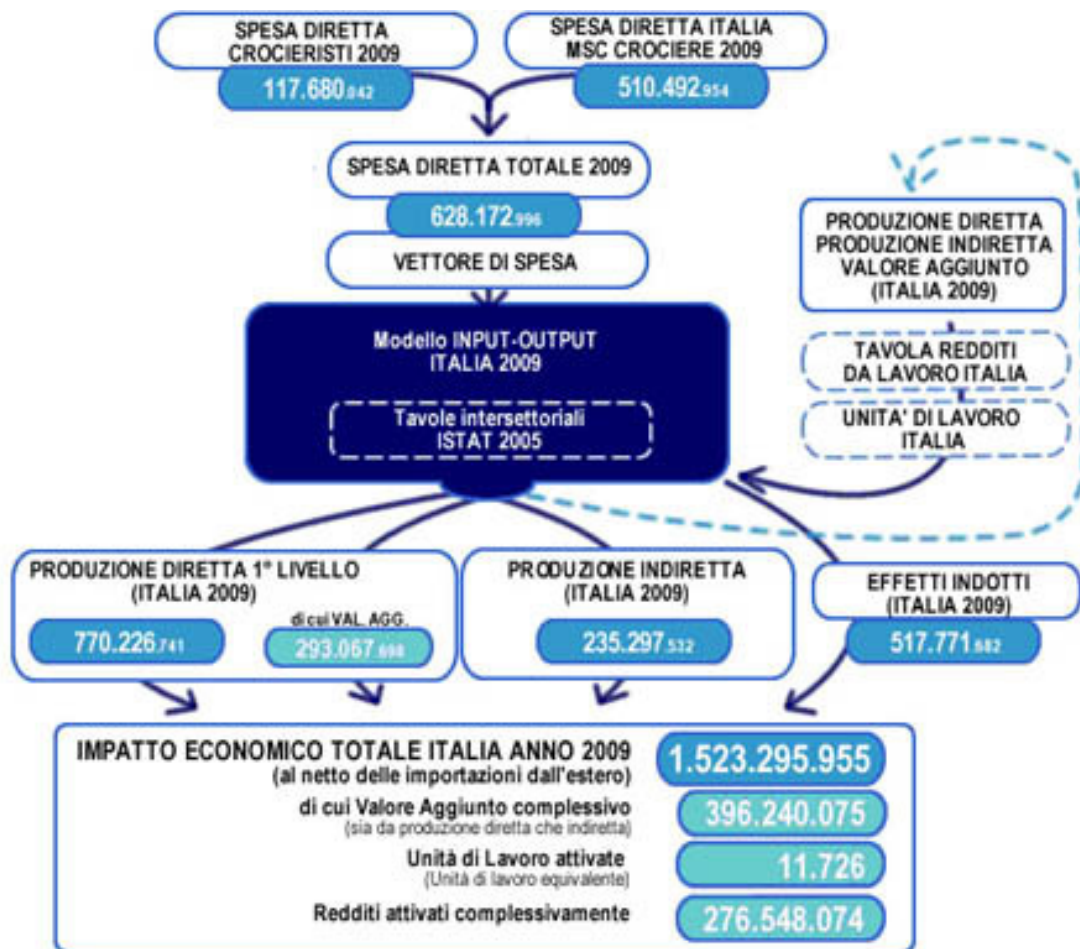
di espansione nelle realtà portuali toccate, l'apertura di basi di armamento (come accaduto di recente per Costa Crociere in Cina).

Di grande impatto anche mediatico è quindi risultata la presentazione, da parte di MSC Crociere, di uno studio "aziendale" mirante a dimostrare, nell'ambito della rivendicata italianità del gruppo, anche la sua importanza economica, sostenuta per il 2009²⁸ da cifre di quest'ordine:

- 1 milione di passeggeri imbarcati (e altrettanti sbarcati, ovviamente), "avvicinati" alle navi soprattutto mediante 100 mila passaggi bus;
- 1.500 milioni di euro di impatto totale (diretto+indiretto+indotto);
- 1.770 fornitori coinvolti (di cui 300 imprese della cantieristica);
- 2.370 dipendenti diretti, ma 12.000 unità lavorative attivate, con 277 milioni di reddito;
- una rete di 9 mila agenzie di viaggi coinvolte nella vendita di crociere MSC, che ha fruttato loro 50 milioni di commissioni.

I dati sono utili ed interessanti in generale, anche e soprattutto nei loro risvolti economici ed occupazionali "di sistema". A valutarli con riferimento alle stime europee per il 2008, colpisce soprattutto il peso della funzione "armamento" rispetto alle altre, forse derivante dalla difficoltà di distinguere il comparto crocieristico all'interno di un gruppo ben più vasto, in cui la "fase-nave" (628 milioni di euro di spese effettuate direttamente da MSC) appare del tutto preminente sulla "fase-uomo" (118 milioni).

²⁸ Ca' Foscari Formazione e Ricerca – Risposte Turismo, 2010



Fonte: L'impatto economico (ed occupazionale) complessivo generato da MSC Crociere in Italia, Cà Foscari, 2010

* * *

Ma alle notizie aziendali si affiancano anche quelle locali, nell'ambito di un ulteriore livello di competizione tra autorità portuali e territori che, se non sembra ancora aver raggiunto i livelli e le modalità di quanto accade per gli aeroporti nei confronti dei vettori low-cost, pure conosce esempi di forte tensione e "strappi" anche all'interno di aree potenzialmente unitarie (e si ricorda quanto accaduto tra Genova e Savona).

Sul piano locale, quindi (come vedremo meglio nel corso dell'analisi dei casi) le questioni dell'impatto economico ed occupazionale vengono il più delle volte trattate sul filo dell'analisi costi-benefici, ma ad un livello tecnico molto inferiore di quanto sia possibile per l'Europa o per un singolo Paese.

Va aggiunto infatti che:

- i dati di riferimento delle economie locali sono molto meno attendibili di quelli nazionali; non esistono matrici input-output a livello locale a cui rapportare il vettore di spesa crocieristica, e anche quelle regionali non brillano per aggiornamento ed attendibilità. Non è quindi quasi mai possibile stabilire gli effetti indiretti ed indotti, e neppure relativizzare i dati del comparto crocieristico ad un Prodotto Lordo di riferimento, per stabilirne il contributo, l'importanza, la dinamica relativa;
- lo stesso bacino di impatto del fenomeno è ben difficile da circoscrivere. Le crociere infatti possono limitare il loro impatto all'area portuale, espanderlo al comune, o alla provincia, o a un Sistema Turistico Locale. Ma in molti casi arrivano a travalicare i confini regionali, sia per l'effetto degli acquisti, che per le escursioni, che ancora per riferimento ad un hub aeroportuale tanto indispensabile, quanto sempre collocato ad una certa distanza.

Ma tornando al livello del dibattito e della programmazione locale, la questione ricorrente è sempre oscillante tra il "quanto costa?" e il "quanto rende?", con fautori dell'una e dell'altra posizione variamente distribuiti. Tra il giudizio di turismo "mordi e fuggi" e quello di "turismo di qualità" si colloca tutta la tematica non solo dell'impatto economico del crocierismo sul territorio, ma anche quella, strettamente correlata, dell'opinione pubblica e della governance del comparto.

Ci sono al riguardo casi emblematici come Cagliari (100% port of call), in cui da una parte le Autorità portuali fanno di tutto per attrarre traffico, organizzare accoglienza, aprire una strada nuova ad una città che è turistica solo nominalmente. Dall'altro un sistema urbano che, pur vivendo a pochi metri dalle banchine, è fortemente autocentrato, e tarato sui tempi e sulle esigenze dei residenti e dei pendolari. In mezzo i crocieristi, fino a 4.000 al giorno, che i sondaggi danno come (prevalentemente) anziani anglosassoni, che si fermano 4 ore, non riescono neppure a trovare musei e negozi aperti, fanno poco o niente di quello che potrebbero, e sostanzialmente sono portati a considerare la sosta come una occasione persa.

Dall'altro lato di un estremo logico ed effettivo sta Venezia (città turistica e home port per eccellenza, con circa l'80% di share), che analizza i suoi ospiti con sistematicità e soddisfazione, verificando che spendono da un minimo di 20 euro ciascuno in caso di sola passeggiata, oltre 80 euro se pernottano, e multipli se prolungano. E che quindi, lungi dal contrapporre navi ed alberghi, integra nella propria vocazione ospitale stanzialità a passaggio, permanenza e "toccata".

4.5. Analisi di impatti locali

I dati generali del comparto, insieme alle considerazioni relative ai fattori di competitività tra porti e territori, hanno reso possibile la costruzione di una mappa di posizionamento, riportata e commentata nel precedente capitolo 3.

Su tale base, ed in considerazione delle informazioni disponibili e dell'esigenza di offrire una certa rappresentatività territoriale, sono stati effettuati tre approfondimenti di campo, relativi ad altrettanti porti particolarmente significativi nel contesto crocieristico sia per dimensioni che per caratteristiche (Savona, Civitavecchia, Palermo) ed al contempo importanti nella loro differente relazione con i territori circostanti.

4.5.1. Savona

La denominazione completa, per effetto delle competenze dell'Autorità portuale, è "porto di Savona Vado". Il porto fa parte del sistema regionale "Ligurian ports" insieme a Genova e La Spezia, anche se almeno in passato gli elementi di competizione hanno certamente avuto il sopravvento su quelli di cooperazione.

È un importante scalo multifunzionale, che ha accolto 2.000 navi nel 2009, movimentando 14,5 milioni di tonnellate di merci, 200.000 TEU di container, un milione di passeggeri di cui 710 mila crocieristi con 185 approdi di navi specializzate, con una certa contrazione rispetto ai 770 mila passeggeri del 2008.

Rappresenta in Italia il paradigma dell'home port, superando il livello dell'80% di imbarchi e sbarchi sul totale passeggeri. E rappresenta anche il paradigma dell'orientamento all'industria crocieristica, avendo realizzato e poi inaugurato nel 2003 il primo terminal specializzato, il Palacrociera gestito da Costa mediante una concessione di 22 anni.

* * *

L'inserimento all'interno degli itinerari crocieristici, se da un lato rappresenta una grossa opportunità per una destinazione, allo stesso tempo è una difficile sfida che solo in alcuni casi viene affrontata con successo, e questo è certamente il caso di Savona²⁹.

Sebbene la tendenza recente veda appunto le compagnie realizzare, in partecipazione con le autorità portuali, le stazioni marittime per lo sbarco dei passeggeri (ma questo avviene solo nel caso dei grossi home port), generalmente

²⁹ Federica Caccialino, La competizione tra porti crocieristici: i casi di Savona e Barcellona, 2007

le compagnie di crociere non sono legate al territorio per particolari investimenti infrastrutturali in ambito portuale: il pescaggio delle navi, che solo in alcuni casi supera gli otto metri, non richiede onerosi interventi di dragaggio, ma tutt'al più l'adeguamento delle banchine per accogliere le navi più lunghe (vicine ai 300 metri).

Se si aggiunge il fatto che l'esigenza di fidelizzare la clientela spinge le compagnie a variare gli itinerari con una certa frequenza e a richiedere sempre il massimo agli operatori di terra (non bisogna dimenticare che il successo di un'escursione di terra si gioca nel giro di poche ore, questo il tempo medio di permanenza di una nave in porto) appare evidente come porti e destinazioni possano e debbano dare un contributo determinante al fine di attrarre nuovi e maggiori traffici.

Nell'esperienza di Savona i fattori determinanti per la competitività di una destinazione sono quattro: uno di tipo strutturale (l'infrastruttura portuale) e tre di contesto:

- la dotazione infrastrutturale del porto – in termini di lunghezza delle banchine, profondità dei fondali, strutture per lo sbarco e l'imbarco dei passeggeri e collegamenti rapidi con l'entroterra – è la problematica centrale e più difficile da affrontare, sia per la necessità di reperire ingenti quantità di risorse, sia per i lunghi tempi di realizzazione delle opere. Ciò che emerge a livello italiano è l'incapacità di molti porti di gestire efficacemente, dal punto di vista logistico e strutturale, l'aumento di passeggeri previsto nei prossimi anni. Il finanziamento degli investimenti non potrà prescindere dall'adozione di strumenti innovativi di finanziamento che sappiano ripartire equamente sul territorio costi e benefici derivanti dall'industria crocieristica;
- a livello portuale è necessario che l'autorità preposta alla gestione dell'infrastruttura sia in grado di garantire un'offerta portuale di elevata qualità che minimizzi i tempi e gli oneri derivanti dall'attracco in porto delle navi. L'offerta portuale deve poter garantire elevati standard di sicurezza, una gestione rapida ed efficiente della mobilità di passeggeri e bagagli (aspetto fondamentale per gli home port), ottimali operazioni di bunkeraggio, rifornimento e assistenza delle navi;
- l'offerta turistica. Nell'ottica di valorizzazione degli aspetti peculiari di una destinazione, avendo cura di rispondere alle esigenze di tutti i segmenti di domanda, appare indispensabile proporre in modo coordinato alle compagnie un insieme diversificato e ben studiato di escursioni turistiche a terra. Sebbene infatti la prassi veda le compagnie richiedere direttamente specifiche tipologie di escursioni per i propri clienti, è pur vero che una proposta formulata in loco gode di un vantaggio informativo consistente e può indirizzare i flussi turistici là dove le ricadute economiche positive sul territorio si prospettano superiori;

- marketing territoriale. Occorre progettare le strategie di diffusione a livello nazionale e internazionale delle informazioni turistiche riguardo a una destinazione che ambisca a essere inclusa all'interno degli itinerari delle crociere. La maturità raggiunta dal settore crocieristico obbliga infatti la comunicazione relativa all'offerta turistica a prendere in considerazione tutti gli aspetti peculiari della destinazione e valorizzarli, avendo cura di rispondere alle esigenze di tutti i segmenti di domanda. A tal proposito risulta indispensabile, ai fini di una diversificazione dell'offerta, l'alleanza e la formulazione di strategie comuni di promozione e marketing con destinazioni contigue, e un tempo concorrenti. L'obiettivo deve essere quello di incrementare il potere contrattuale della singola destinazione, in quanto parte di un gruppo di più destinazioni e pertanto maggiormente visibile, sottolineando allo stesso tempo la varietà insita in questa offerta turistica congiunta e, quindi, l'appetibilità per una clientela quanto più vasta e varia.

* * *

A livello normativo è evidente come l'esperienza savonese sia stata resa possibile da un mutato contesto: la riforma del sistema portuale avviata dalla legge 84/1994 ha introdotto infatti sostanziali innovazioni nel modello istituzionale di gestione dei porti. È avvenuta cioè una separazione tra indirizzo, programmazione e controllo delle operazioni portuali e svolgimento delle stesse in forma di attività imprenditoriale; sono state istituite le Autorità portuali nei porti di maggior rilevanza a livello nazionale; è stato introdotto un regime di concorrenza nella fornitura delle operazioni portuali, fatto salvo il vincolo della pubblicità.

Le Autorità portuali sono divenute l'organo della Pubblica Amministrazione delegato ad amministrare i porti. L'art. 5 della legge 84/1994 assegna al Comitato portuale, organo delle Autorità portuali, il compito di adottare il cosiddetto "piano regolatore portuale" previa intesa con il Comune o i Comuni interessati, con l'obiettivo di delimitare e disegnare l'ambito e l'assetto complessivo del porto.

L'art. 6 della legge 84/1994 invece, assegna alle Autorità portuali i seguenti compiti: indirizzo, programmazione, coordinamento, promozione e controllo delle operazioni portuali; manutenzione ordinaria e straordinaria delle parti comuni dell'ambito portuale; affidamento e controllo delle attività dirette alla fornitura a titolo oneroso degli utenti portuali di servizi di interesse generale, non coincidenti né strettamente connessi alle operazioni portuali.

La riforma dei porti ha attribuito a soggetti privati la facoltà di effettuare le operazioni portuali, previa autorizzazione da parte delle Autorità portuali. Parallelamente, gli operatori privati hanno potuto e possono chiedere in concessione le aree demaniali e le banchine comprese nell'ambito portuale, qualora l'attività esercitata richieda impianti e macchinari specifici da collocare in

tali aree e banchine. Ed è questo proprio quanto è potuto realizzarsi a Savona con la crocieristica.

Le Autorità portuali regolano e controllano l'espletamento delle operazioni portuali e l'applicazione dei relativi prezzi. Hanno inoltre il compito di verificare che gli operatori richiedenti autorizzazioni e/o concessioni presentino programmi in grado di garantire soddisfacenti incrementi dei traffici e della produttività del porto; periodicamente viene verificato il livello di raggiungimento degli obiettivi prefissati, dalla quale verifica dipende la continuazione o meno dell'autorizzazione e/o della concessione.

Le Autorità portuali godono di autonomia di bilancio e finanziaria, nel rispetto dell'obbligo di pareggio del bilancio. A fronte delle spese sostenute (per opere portuali parzialmente o interamente finanziate, per manutenzioni e servizi di interesse generale indivisibili, per il personale e per il funzionamento della struttura organizzativa, nonché per eventuali attività di promozione), ogni Autorità portuale conta sulle seguenti risorse finanziarie previste dalla normativa (art. 13 della legge 84/1994):

- canoni di concessione delle aree demaniali e delle banchine, e proventi di autorizzazioni per l'esercizio delle operazioni e dei servizi portuali;
- eventuali proventi derivanti dalle cessioni di impianti a soggetti concessionari delle banchine;
- tasse portuali sulle merci sbarcate e imbarcate;
- contributi delle regioni, degli enti locali e di altri enti e organismi pubblici;
- entrate diverse.

La competitività di prezzo (e quindi l'attrattività di un porto per un Cruise Operator) è definita, tra l'altro, dai canoni di concessione e i proventi di autorizzazioni: le operazioni portuali sono esercitate da soggetti privati previa autorizzazione da parte delle Autorità portuali, e qualora l'attività richieda impianti e macchinari specifici da collocare nelle aree e nelle banchine, tali soggetti possono chiedere in concessione le aree demaniali e le banchine stesse.

Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato all'indicazione delle tariffe, per filoni merceologici o per singoli servizi, nonché al versamento di canone annuo e di una cauzione, che sono collegati al fatturato dell'impresa richiedente, ai programmi operativi presentati, all'eventuale spazio in uso per l'espletamento delle operazioni e al grado di pericolosità delle merci trattate.

Il rilascio della concessione è subordinata al pagamento di un canone, determinato autonomamente dalle Autorità portuali nel rispetto dei limiti imposti dalle disposizioni di legge. Generalmente, le Autorità portuali fissano i canoni sulla base della concessione, del valore di mercato delle aree degli impianti utilizzati, del

volume dei traffici svolti, nonché dagli investimenti previsti e dal loro potenziale contribuito allo sviluppo del porto.

* * *

Nel caso del Palacrociere di Savona, Costa Crociere, che già operava sullo scalo dal 1996, ha quindi potuto fruire di una concessione, sulla base di un piano di sviluppo condiviso dall’Autorità Portuale, e realizzare tra il 2002 e il 2003 una nuova struttura specializzata, progettata dall’architetto spagnolo Ricardo Bofill.

La struttura è particolarmente funzionale all’imbarco e allo sbarco, articolata su diversi piani che consentono l’accosto agevole anche di due navi, e strutturata come un lussuoso terminal passeggeri, minimizzando le distanze e consentendo una agevole movimentazione dei bagagli. All’interno molti sono i servizi, i negozi ed i pubblici esercizi che rendono piacevole il transito e l’eventuale attesa.

Ma certamente l’efficienza di una simile struttura - per certi versi d’avanguardia, e molto gradita dai viaggiatori per la sua efficienza - può venire vista come una limitazione del rapporto tra i crocieristi e la città ed il suo territorio.

E infatti (anche) a Savona molte voci si sono levate in tal senso tanto che la Costa ha ritenuto di far svolgere al MIP (School of Management del Politecnico di Milano) uno studio per valutare appunto l’impatto economico dell’attività crocieristica su porto e città³⁰.

La stima a cui si è giunti, relativa al 2008, è di un indotto complessivo di 13 milioni di euro, con una incidenza dell’1% sul PIL della città. Nel dettaglio le cifre parlano di 613.863 passeggeri in imbarco, con 5,6 milioni di euro di spese dirette sul porto (sostenute da Costa), e 5,2 in città (da parte dei crocieristi), ed un totale ulteriore di 22 milioni di spese di trasporto per raggiungere l’imbarco; mentre i 156.947 passeggeri in transito avrebbero speso per escursioni ed altro 2,1 milioni di euro.

Sinteticamente, ogni crocierista crea in media un indotto di 37 euro, mentre il porto dà lavoro direttamente a 200 persone.

³⁰ Autorità portuale di Savona Vado, Piano Operativo Triennale 2010/2012

4.5.2. Civitavecchia

Con una previsione 2010 di oltre due milioni di viaggiatori in transito con le sole navi da crociera, il porto di Civitavecchia è oramai nella posizione di insidiare il primato mediterraneo storicamente detenuto da Barcellona.

E questo sarebbe il degno coronamento di una rincorsa decennale, che ha visto concretizzarsi ed attuarsi una imponente mole di investimenti, ed una attività di gestione lungimirante e coerente, pur in un periodo contraddistinto da rivolgimenti politico-amministrativi e ricambi di vertice.

Anche in questo caso il soggetto protagonista è l’Autorità portuale, che però nel caso del Lazio si configura come un network comprendente anche Gaeta e soprattutto Fiumicino, fatto che, sia per la connotazione intermodale, che per la posizione rispetto a Roma sull’asta del Tevere, si presenta come una potenzialità di sviluppo di ampio rilievo sia quantitativo che simbolico.

* * *

Civitavecchia, “primo” porto di Roma, grazie alla sua posizione geografica al centro della Penisola, è una delle fondamentali strutture strategiche e logistiche a livello nazionale ed europeo per la movimentazione di tutti i tipi di merci e passeggeri³¹, in grado di ospitare le più grandi navi da crociera del mondo e di consentire le “turn around operations” grazie a moderne e sicure strutture di ricevimento turistico.

Il network dei porti laziali, di cui Civitavecchia è capofila, punta alla redistribuzione delle risorse nei singoli scali per favorire il trasporto marittimo e la crescita dei traffici grazie all’ampliamento dell’offerta e della specializzazione di ciascun porto. Una logica di sistema che permette di offrire ai clienti nazionali ed internazionali una pluralità di opportunità per diversi settori merceologici oltre a molteplici soluzioni di trasporto integrato.

Al cuore del Mediterraneo, servito da un veloce ed efficiente sistema stradale, autostradale e ferroviario che collega alla capitale ed agli aeroporti internazionali di Fiumicino e Ciampino, il sistema dei porti laziali è il punto di riferimento strategico per i più importanti traffici commerciali, quali container, Ro – Ro ed auto nuove, oltre ad essere scalo per l’accesso alle più importanti zone turistiche italiane ed alle grandi rotte crocieristiche del Mediterraneo.

Negli anni 2001 – 2003 sono stati pianificati interventi finalizzati al raggiungimento degli obiettivi strategici. In particolare nel 2002 la Legge 166 nota come Legge Obiettivo³², ha individuato opere di rilevanza strategica nazionale secondo quanto riportato al Piano Nazionale dei Trasporti.

³¹ Civitavecchia, Fiumicino, Gaeta: commercial trades.

³² Annual Report 2004

Il Governo ha riconosciuto Civitavecchia quale hub fondamentale del centro Italia ed ha individuato una serie opere strategiche con una disponibilità immediata di 118 milioni di euro. Le opere in oggetto sono state:

- La Darsena traghetti presso la Mattonaia
- La Darsena servizi
- Il prolungamento della banchina 13
- Nuovo accesso al bacino storico
- Nuove banchine per le aree crocieristiche e commerciali
- Ponte mobile di collegamento con la Diga Foranea
- Viabilità principale
- Riqualificazione delle banchine nel porto storico
- Molo di sottoflusso della Darsena Grandi Masse

Il porto di Civitavecchia è attualmente dotato di infrastrutture quale le banchine 10-11-12-13 e di un terminal crocieristico (“Il Bramante”) al cui interno vi sono aree di accoglienza, dotazioni di sicurezza, apparati di telecomunicazioni che consentono alle Compagnie di Navigazione di effettuare le “turn around operations” in sicurezza e comfort per i passeggeri.

Tuttavia, la strategia dell’Autorità Portuale nel prossimo triennio è finalizzata a promuovere non più il Porto di Roma, bensì il network laziale nell’ambito del Coordinamento del medio Tirreno offrendo nel mercato una valida alternativa sia al mercato Mediterraneo occidentale, sia al mercato orientale.

Il porto di Civitavecchia è uno scalo di primaria importanza non solo grazie alla posizione logistica estremamente favorevole al servizio di uno dei bacini di consumo e commerciali più importanti d’Italia, nonché primo scalo in Italia di attrazione per il turismo nazionale ed internazionale³³.

Civitavecchia ha puntato con forza sul traffico crocieristico siglando lo storico accordo con la RCT Roma Cruise Terminal (la società che riunisce le due più grandi compagnie di navigazione del mondo, Carnival e Royal Caribbean, e la Msc Crociere). I big delle crociere faranno infatti di Civitavecchia il loro home port del Mediterraneo, realizzando un investimento di 17 milioni di euro, e gestendo il nuovo terminal crociere.

Tutto questo in uno scalo che, con il completamento del piano regolatore, ha ormai 3 Km di accosti dedicati alle crociere, e può quindi ospitare fino a 10 navi della classe maggiore, grazie ai finanziamenti pubblici che si sono riusciti ad attrarre.

Ma il tema dei finanziamenti è anche la nota dolente dello sviluppo futuro: dal 2011, infatti, anno in cui si prevede di attrarre 2,2 milioni di passeggeri, il porto di Civitavecchia è virtualmente overbooked, nonostante il maggior sviluppo di questi ultimi anni sia stato nelle stagioni minori, “di spalla”, con una copertura delle

³³ Civitavecchia, Fiumicino, Gaeta: a cruise through history and nature

disponibilità che va da febbraio a novembre e si concentra soprattutto su settembre ed ottobre.

Al riguardo le prospettive (e le richieste) dell’Autorità portuale vanno in due direzioni:

- nuovi investimenti per 150 milioni di euro per potenziare la capacità di Civitavecchia specializzandola sulle unità di grandi dimensioni;
- il finanziamento con 250 milioni del Piano Regolatore Portuale di Fiumicino, a configurare il “secondo porto di Roma”, particolarmente adatto per navi di medio-piccole dimensioni per le quali viene ipotizzata anche una inedita (ma evidentemente molto affascinante) risalita del Tevere con soste ad Ostia Antica e all’Isola Tiberina.

* * *

Anche nel caso di Civitavecchia, però (come in molti altri), il rapporto tra la realtà portuale ed il territorio circostante non è compiutamente analizzato, ma rimane in qualche modo ad uno stadio intuitivo.

Così, ad esempio, mentre è consolidato un ruolo di home port per circa il 40-42%, si stima che il 75% dei viaggiatori facciano escursioni su Roma, con un traffico di 200-250 pullman al giorno. Minore presa hanno gli altri mezzi di trasporto come il treno, anche per le difficoltà nelle rotture di carico, e la distanza tra le stazioni ed i luoghi di interesse, difficilmente colmabili a piedi per un pubblico di crocieristi molte volte attempato e poco incline a sforzi, magari con un clima non favorevole.

L’obiettivo dell’Autorità portuale rimane quindi ancora quello di enfatizzare il “turnaround” di passeggeri ed equipaggi fino a portarlo al 50% del traffico, superando l’attuale valutazione che vede circa 250.000 passeggeri trattenersi a Roma o nel Lazio per almeno due giorni/una notte, pre o post cruise. Ma d’altra parte anche di diversificare gli interessi dei crocieristi “repeaters” (già stati a Roma) in direzione ad esempio delle Terre Etrusche, o dei grandi laghi dell’Alto Lazio.

L’impatto, comunque, non è stato calcolato specificamente, nonostante le iniziative dell’Ente Bilaterale per il Turismo del Lazio³⁴, e viene stimato sulla base di dati generali forniti da Costa Crociere in 43 milioni di euro annui di reddito diretto+indiretto+indotto, con 500 lavoratori direttamente impegnati, ed altrettanti nelle attività indirette (ristoro e ristorazione, negozi, trasporti, hotel, agenti di viaggio, ecc.)³⁵.

³⁴ Intervista diretta a Giancarlo Mulas, Direttore EBTL

³⁵ “Civitavecchia e Fiumicino: i porti di Roma al centro del Mediterraneo”, intervento di Giancarlo Ciani, Presidente Autorità Portuale, al convegno “Roma si apre ad un nuovo sistema di offerta turistica”, 6 maggio 2010

4.5.3. Palermo

Il caso di Palermo è se vogliamo un po' atipico rispetto agli altri due analizzati, anche perché la realtà siciliana si pone decisamente all'opposto di quella Savonese (e veneziana, e genovese), e molto più in linea con altri porti meridionali (ma non solo: si pensi a Livorno) in quanto a rapporto tra imbarchi/sbarchi e transiti.

Palermo è infatti il classico "port of call", in cui le navi da crociera, almeno allo stato attuale, stazionano per poco tempo (al limite: poche ore), ed i crocieristi, quando scendono a terra, lo fanno solo per brevi escursioni nelle località più prossime, mentre il sistema ospitale della città risulta tutto sommato trascurato dai traffici turistici generati dal fenomeno.

È questa la situazione, e per certi versi anche il cruccio, che si trova a fronteggiare l'Autorità portuale di Palermo e Termini Imerese, nuova configurazione di governance di una realtà multiforme e complessa, che comprende da un lato il waterfront di una città in fase di recupero e rilancio proprio nella sua dimensione turistica ed ospitale, dall'altro un polo industriale in profonda crisi, tanto da essere diventato un po' l'emblema del declino di quelle che una volta erano chiamate "cattedrali nel deserto".

* * *

Il processo di riqualificazione del porto di Palermo è solo un elemento di una azione strategica più ampia, che altrove in Europa ed anche in Italia ha conosciuto esempi illustri, da Marsiglia a Genova, e sul quale sono oramai incamminate molte città rivierasche, con maggiori o minori successi e problemi.

Un processo che parte proprio dal cuore della questione, e cioè il rapporto tra le rive e la città: un rapporto storicamente critico, se è vero che il perimetro delle aree portuali è il più delle volte recintato e guardato a vista, che vigono divieti di circolazione e anche di accesso, che quella frazione di città è spesso una sorta di retrobottega della città stessa, luogo "disarica" di funzioni, contenitori, attrezzature dismesse.

Da questa constatazione negativa, ancora molto evidente ad esempio a Napoli, è partita la realtà palermitana, per cercare coraggiosamente una riqualificazione che ha dovuto passare per la bonifica, il ridisegno di funzioni urbane anche ludiche, la ricucitura della cerniera interrotta tra rive ed acqua, la proposta di questo "nuovo" spazio urbano come spazio vivibile per i residenti, ma non solo.

* * *

Lo strumento principe di questa nuova fase progettuale non poteva che essere il Piano Regolatore Portuale, varato nel 2008, e affiancato dal Piano Operativo Triennale, di cui sono edite revisioni annuali ³⁶.

Fondamentale nel Piano è la scelta “civile” del porto di Palermo, una realtà talmente intrecciata alla città da sembrare, in alcune immagini, senza soluzione di continuità. I tratti salienti di questa scelta si possono così riassumere:

- soluzioni per fronteggiare l’incremento del traffico crocieristico e potenziamento dei servizi di qualità
- miglioramento della qualità delle attività della nautica da diporto
- creazione di una area di interfaccia con attività ad uso misto porto-città
- forte integrazione degli spazi urbano-portuali
- innovazione del layout portuale trasferendo edifici lungo le banchine e quindi recuperando la visibilità del mare dal centro della città,

pur senza trascurare definitivamente le funzioni commerciali ed industriali, di cui è peraltro prevista la rilocalizzazione nelle aree meno centrali del porto stesso, come anche nel polo di Termini Imerese, deputato ad accogliere anche la funzione di terminale delle “autostrade del mare”, che attualmente spiega circa i tre quarti del traffico passeggeri.

Ma indubbiamente il cuore della riconversione del porto di Palermo non può che essere la sua stazione marittima, monumentale nelle sue forme e nei suoi marmi ma che, costruita nel 1950, necessita di un intervento radicale di ristrutturazione e modernizzazione, per attualizzarne la funzione arricchendola in sicurezza e sistemi di controllo, come pure in componenti ludiche, di ristorazione, di shopping.

Si tratta di un intervento valutato in 25 milioni di euro, secondo il progetto affidato al designer Italo Rota, in fase di start-up nell’estate 2010. A regime, nel 2012, si prevede siano operativi anche una serie di ponti mobili in grado di facilitare le operazioni di sbarco-imbarco, l’handling, il check-in ed i controlli di sicurezza.

* * *

Ma a fronte di dati di traffico ancora fortemente crescenti (sono previste nel 2010 171 navi con 444.000 passeggeri), e di un Piano Regolatore che prevede investimenti consistenti, il problema ancora irrisolto è proprio quello delle ricadute sul tessuto turistico urbano e regionale³⁷.

Si rileva infatti in primo luogo uno scollamento tra le dinamiche (di crescita) dell’attività crocieristica, a fronte invece di una stagnazione (quando non

³⁶ L’ultima versione disponibile è la Revisione del giugno 2009

³⁷ Intervista diretta a Antonella Filippi, Consulente per la Comunicazione, Autorità Portuale di Palermo.

addirittura crisi aperta) per le presenze alberghiere e le attività turistiche “a terra” in generale.

Il motivo viene spesso indicato in un declino della qualità dell’offerta locale, a cui non sono certo estranee anche prolungate crisi gestionali dell’assetto urbano, come ad esempio quella della raccolta e dello smaltimento dei rifiuti solidi, che mina la vivibilità e l’immagine di Palermo anche agli occhi dei potenziali visitatori.

D’altra parte, anche senza andare molto lontano, è sufficiente osservare le previsioni³⁸ per constatare che da un lato la “toccata” più frequente è quella limitata alla fascia oraria 8-17, e che d’altra parte sono ancora marginali le crociere che riguardano l’intorno siciliano del porto (Cefalù, Lipari, Taormina).

Palermo, anche nel 2010, si conferma quindi il tipico porto di transito, soprattutto nella tratta Nord-Sud (Olbia o Napoli-Tunisi) o viceversa (La Valletta-Napoli).

Le escursioni prevalenti sono quelle di brevissimo o breve raggio (Centro Città, Mondello, Monreale). Più rare, anche se evidentemente di eccezionale appeal, quelle verso Marsala, Segesta, Selinunte, Agrigento.

E , quindi, ancora molto limitato si presenta l’impatto economico sulla città e il suo Sistema Turistico locale. Un impatto che è stato di recente valutato in una ricerca³⁹ condotta anche sulla scorta di dati della Camera di Commercio, ma che evidentemente non rende onore alle eccezionali potenzialità dell’area.

Ma d’altra parte le difficoltà nella trasformazione, magari anche solo parziale, del porto di Palermo in home-port (attualmente questo vale solo per il 10-12% del traffico), stanno soprattutto nel sistema ospitale della città e dell’area. Un sistema che non sembra al momento attuale in grado di cogliere la nuova opportunità, che resta quindi in larga misura confinata nei recinti portuali, di cui si prevede l’abbattimento fisico, ma dei quali è forse ancora prematuro il superamento logico e funzionale.

³⁸ Previsioni approdi navi da crociera, Autorità portuale di Palermo, 2010

³⁹ Ricerca i cui risultati non sono ancora disponibili

L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT), è un organismo paritetico costituito nel 1991 dalle organizzazioni sindacali nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative nel settore Turismo: Federalberghi, Fipe, Fiavet, Faita, Federreti, Filcams - CGIL, Fisascat - CISL, Uiltucs - UIL.

EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico- scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e ne definisce le linee operative di indirizzo.

EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di EBNT, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.

EBNT ha investito sul valore della bilateralità, interpretando le relazioni tra l'impresa e il sindacato come una risorsa.

**Ente Bilaterale Nazionale del Turismo**

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

E- mail: info@ebnt.it

www.ebnt.it

SL&A opera da 22 anni sui temi di ospitalità e turismo, ambiente, imprese ed economie locali.

Gli interventi di SL&A nell'ambito dell'innovazione, adeguamento o qualificazione di luoghi, imprese e più in generale di sistemi turistici ospitali, trovano il loro fondamento:

- *nell'effettuazione di ricerche di mercato tese a cogliere le tendenze della domanda turistica, in ragione dei cambiamenti di gusti, stili di vita, comportamenti di consumo;*
- *nella consulenza nel campo della promozione turistica, specie per ciò che riguarda la costruzione di nuovi prodotti, la loro immissione sui mercati di riferimento e le relative leve della comunicazione;*
- *nella consulenza per lo sviluppo (anche urbanistico) delle destinazioni turistiche (STL, regioni, province e città, parchi, ecc.), in cui il turismo diventa uno strumento per l'organizzazione fisica delle destinazioni, in rapporto alla loro attitudine ad accogliere turisti.*

SL&A
turismo e territorio

SL&A s.r.l.

Via Iside 8/10, 00184 Roma

Tel. +39 06 4741245

Fax. +39 06 47823753

E- mail: slea@slea.it

www.slea.it