



## ***Nota sintetica audizione 23 aprile 2024***

### ***“Turismi del mare”***

#### **Premessa:**

In premessa, occorre ricordare il valore economico del comparto crociere che per la portualità rappresenta un segmento di notevole rilevanza. Un settore che va sostenuto per i dati statistici e per l’impatto economico sui territori. L'anno 2023 sul fronte crocieristico si è chiuso con 13,79 milioni di passeggeri e con oltre 4.900 toccate nave in 61 porti italiani, dunque un netto superamento delle già positive previsioni che stimavano una chiusura d'anno intorno a 12,4 milioni di crocieristi accolti in Italia. I dati 2023 hanno superato quelli del 2019 (che aveva già segnato un record) e nella classifica dei primi 20 porti nell’area MED troviamo ben 8 porti italiani.

Secondo la programmazione delle navi da crociera, nel 2024 il nuovo record si attesterà a 13,8 milioni di passeggeri movimentati nei porti della penisola, con 5.187 toccate navi e ben 166 unità che solcheranno le acque italiane in rappresentanza di 53 compagnie di navigazione. I porti italiani coinvolti nel traffico crocieristico saranno 74, confermando che la nostra Nazione gode di una portualità diffusa su quasi tutto il suo territorio. Sul podio al primo posto il nuovo primato di Civitavecchia (con 3,5 milioni di passeggeri), seguita da Genova (1,7 milioni) e Napoli (1,6 milioni). A seguire anche alcune novità: tra i primi 10 ci saranno infatti in ordine Livorno, Palermo, Savona, Messina, La Spezia, Venezia e Trieste.

Su base regionale, grazie all’ottima performance di Civitavecchia il Lazio supererà per la prima volta la Liguria, con 3,5 milioni contro 3,1 milioni di passeggeri. Seguono Campania (1,8 milioni) e Sicilia (1,5 milioni). Ma è in Liguria che si concentra l’83% delle agenzie marittime alle quali è affidata la gestione degli scali delle navi da crociera nei porti italiani.



## Scenario:

La *leadership* dell'Italia all'interno del settore della crocieristica europea è nota, come si evince anche dai dati esposti in premessa. Si tratta di una *leadership* di traffico, di numero di porti, di impianti economici ed occupazionali, di cantieristica, di compagnie che scalano lungo le nostre coste. Viviamo ed operiamo, quindi, in una Nazione che, dal punto di vista del turismo e della produzione crocieristica, ha tratto e continua a trarre significativi vantaggi. Per tale motivo, da qualche anno, Assoportì, in totale collaborazione con i propri associati, organizza la partecipazione collettiva del sistema portuale italiano alle fiere del settore crocieristico, sotto il logo e lo slogan ***CruiseItaly- One country, many destinations (marchio registrato)***. In questo modo, si è avviato un lavoro di specializzazione e integrazione dell'offerta nazionale per accrescere il sistema turistico con l'attività crocieristica, quest'ultima alcune volte relegata come solo elemento di trasporto, dimenticando il suo valore di poderoso marketing territoriale, e, conseguentemente, di vocazione turistica. Occorre che questo segmento sia tenuto nella giusta considerazione con un coordinamento e con l'integrazione, ove ciò sia fattibile, con il concetto di turismo tradizionale.

È inoltre, utile rammentare che alcune destinazioni nuove che si trovano negli itinerari delle compagnie si sono presentate grazie all'avvio di quest'attività che, ricordiamo, costituiscono una vetrina di incontro annuale, che integrano gli incontri bilaterali e commerciali (con gli operatori portuali). Questa portualità diffusa consente l'ampliamento dell'offerta e mette in risalto tutte le bellezze naturali, culturali e storiche della nostra Nazione. L'efficacia di queste attività è confermata anche dalla corposa presenza degli operatori e terminalisti unitamente ai rappresentanti delle AdSP (questi ultimi, nella loro funzione di facilitatore delle attività di tutti gli stakeholder).

È utile ricordare che il grande lavoro già espletato in questo segmento è stato apprezzato da enti nazionali (come ENIT, ICE, Promos Italia) che si sono resi disponibili e collaborano con Assoportì e/o con specifiche AdSP. Queste collaborazioni andrebbero ulteriormente rafforzate e si ritiene che attraverso l'integrazione delle attività svolte dai porti a favore del settore con quelle degli enti preposti all'internazionalizzazione e/o la promozione dell'Italia, si possa giungere ad ancora migliori risultati.

Uno dei segmenti di traffico che rappresenta un veicolo per la diffusione del marchio **Made In Italy**, soprattutto in termini di **marketing diffuso**, è evidentemente quello delle crociere.



Di norma apprezzate, a volte contestate, in generale non comprese in termini della loro complessità strutturale, le crociere, come detto, portano nella nostra Nazione milioni di persone. Queste persone sono alla ricerca di una vacanza in un Paese che offre loro, arte, cultura, storia, design, cucina eccellente, moda rinomata, per cui una delle grandi scommesse è farli ritornare come turisti.

Si può, quindi, concludere che la crociera è una formula di vacanza di successo. Ma il suo successo non sta tanto nella crescita spesso registrata nel traffico, nella capacità a bordo delle navi, o, ancora, nel numero di clienti mondiali. La chiave del successo sta nel suo essere, ormai da tempo, un prodotto con una sua stabilità nella presenza nel mercato e nelle vendite. Un prodotto che si è saputo rinnovare e che si traduce in sempre più numerose alternative a disposizione del turista, ma di fatto un prodotto che entra stabilmente tra le opzioni di vacanza più ricercate. Un prodotto che in Italia si è rilanciato per la prima volta dopo le fasi acute della pandemia proprio dal Porto di Civitavecchia (noto come Porti di Roma).

### **Le sfide:**

Rimangono delle sfide per il comparto che dovrebbero essere portate avanti unitamente al proseguo delle attività di promozione di sistema già avviato. Certamente tra questi, la sostenibilità e la digitalizzazione, argomenti che vanno affrontati insieme a tutti i portatori d'interesse, poiché investire in asset sostenibili vuol dire anche spingere verso sistemi di controllo del traffico e delle merci partendo dal dematerializzare documenti e sburocratizzare tutto il sistema, velocizzando i processi economici.

Nel segmento delle crociere assistiamo ad un'innovazione continua da parte delle compagnie in termini di modalità per ridurre le emissioni ma anche un adeguamento delle navi su tutti i fronti della sostenibilità ambientale. Queste innovazioni tecnologiche potrebbero anche servire come traino per altre attività.

Come già illustrato, in questi anni il settore delle crociere vive un vero e proprio periodo di sviluppo, dove vengono registrati tassi di crescita significativi, sia sul lato dell'offerta che sul lato della domanda, nascono nuove compagnie e, nel tempo, aumentano anche le dimensioni delle navi.



Di conseguenza aumentano i posti letto a bordo, creando anche impatti sulle popolazioni che vivono intorno ai porti, soprattutto nell'area del Mediterraneo dove i porti sono prevalentemente nelle città antiche. Il caso Venezia, che ha avuto ripercussioni naturali su tutto l'Adriatico, dovrà trovare una soluzione anche attraverso la valorizzazione degli altri porti del sistema portuale che possa comunque consentire e confermare la visita nella città che è tanto ambita dai turisti.

Parlando dei flussi turistici delle città della penisola occorrerà, inoltre, razionalizzarli anche con offerte fuori stagione (la c.d. destagionalizzazione) ma anche facendoli visitare i luoghi meno conosciuti ma altrettanto interessante per il turista.

Un'altra sfida, e non meno importante, è quella dell'intermodalità; cercare quindi di far sì che i nostri porti siano sempre più connessi verso l'hinterland e quindi verso le aree circostanti.

Per assicurare questi elementi necessari rammentiamo l'importanza di **una semplificazione delle norme e delle procedure**. Ciò non significa evitare i giusti controlli ma operare in un quadro normativo con processi e tempi certi e in linea con le necessità e le richieste del mercato. Un mercato che, a sua volta, opera in un mondo in profonda trasformazione. Si ritiene sia necessario in questo contesto avere anche interlocutori certi senza sovrapposizioni di funzioni. Sarà necessario, ad esempio, affrontare temi come il c.d. sistema "Entry-Exit" (che non può essere un ostacolo per il transito dei passeggeri). Sarà necessario attivare sistemi digitali che possano affrontare tutte le problematiche connesse alla circolazione delle persone anche nell'ottica di una interoperabilità dei sistemi presenti nelle pubbliche amministrazioni.

#### **Elemento culturale/comunicazione, formazione e dialogo:**

Il segmento dei passeggeri connesso al valore dei nostri territori è molto rilevante e richiede anche una doverosa attività di dialogo con i territori circostanti. Queste attività andrebbero sostenute ed implementate con una strategia unitaria della nostra Nazione. In un'ottica complessiva di semplificazione razionale occorre inserire anche una rinnovata strategia comunicativa, informativa e formativa.



In ambito di formazione dei giovani, sarebbe auspicabile attivare corsi mirati anche all'interno degli Istituti Tecnici Statali, oltre che nelle Università dove vediamo molti corsi post-laurea connessi alla logistica delle merci. Ciò consentirebbe, tra l'altro, anche l'inclusione di nuove persone per affrontare nuove professioni, aprendo anche alla tanto auspicata parità di genere.

In definitiva, l'obiettivo rimane la modernizzazione dei porti italiani e questo va elaborato anche in termini di dialogo e valorizzazione del patrimonio connesso agli aspetti turistici del traffico crociere. Seppur vero che la crocieristica costituisce un elemento commerciale quando vista come attività di attracco, banchina e piazzale, la stessa, come detto, ha un valore molto importante anche come valore di turismo.

È anche questo un nuovo ruolo dei porti: generatori di movimento immediato (crocieristi) e di ritorno delle persone, come turisti, (poderoso marketing territoriale). Dopo tutto il marchio "**Made In Italy**" è uno dei più noti al mondo e nel caso delle destinazioni da crociera abbiamo un'opportunità importante che va valorizzata.