



Programma Europeo URBACT II

Rete Tematica CTUR - *Traffico Crocieristico e Rigenerazione Urbana*

Report Finale e Guida alle Buone Pratiche



Naples Alicante Dublin Genoa/Valencia Helsinki Malmö APDL Authority-Port-of-Naples Rhodes Rostock Varna Trieste Istanbul



Connecting cities
Building successes





A cura di:
Unità di Progetto URBACT
Comune di Napoli
CTUR Lead Partner
www.comune.napoli.it
www.comune.napoli/ctur

CTUR
Traffico Crocieristico e Rigenerazione Urbana
Programma URBACT II

CTUR Coordinatore
Comune di Napoli
Gaetano Mollura
tel. +39 081 7958932
mobile +39 3395677396
E-mail : gaetano.mollura@comune.napoli.it

CTUR Lead Expert
Vittorio Alberto Torbianelli
tel. +39 040 5582749
mobile +39 347 1407944
E-mail: Vittoriot@econ.units.it

CTUR Thematic Expert
Pauline Geoghegan
tel. +32 478224733
E-mail: pauline.geoghegan@skynet.be

CTUR Staff
Cristina Fato
Giovanni Hoffmann
Anna Arena
Maria Luna Nobile
Tel +081 7958934-17
E-mail: urbactnapoli@comune.napoli.it

Questa pubblicazione è il risultato di tre anni di lavoro del progetto e riporta le esperienze condivise dai partner della rete CTUR.

Tutte le immagini contenute in questo documento sono state estratte dalle presentazioni dei partner della rete CTUR durante i diversi seminari e sopralluoghi, grafici e ideogrammi sono stati prodotti dall'Unità di Progetto URBACT. Ha curato l'editing Maria Luna Nobile - Unità di Progetto URBACT.

Per maggiori informazioni sulla rete CTUR:
<http://urbact.eu/ctur>

Pubblicato nel mese di Luglio 2011

Il Programma URBACT II

URBACT II 2007-2013 è un Programma europeo di cooperazione territoriale finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) per favorire lo scambio di esperienze tra le città europee e la capitalizzazione/diffusione delle conoscenze acquisite in materia di sviluppo urbano sostenibile e integrato. Lo scambio avviene attraverso la creazione di Reti tematiche e Gruppi di lavoro caratterizzati da specifici requisiti di partenariato, durata e dotazione finanziaria.

URBACT coinvolge 300 città per un totale di 29 paesi e 5000 partecipanti attivi. URBACT II è finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e dagli Stati Membri.

Obiettivi specifici di URBACT II:

- a) agevolare lo scambio di esperienze e le conoscenze acquisite tra decisori politici ed esperti nel campo dello sviluppo urbano sostenibile e tra autorità locali e autorità regionali;
- b) diffondere le esperienze e le buone pratiche sperimentate nelle città europee e assicurare il trasferimento del know-how relativo al settore dello sviluppo urbano sostenibile;
- c) fornire assistenza ai decisori politici e ai professionisti nel definire i piani d'azione attinenti allo sviluppo urbano sostenibile.

Maggiori informazioni sono disponibili consultando la pagina web del Programma URBACT:

<http://urbact.eu>



Connecting cities
Building successes





CTUR Partner a Varna: meeting iniziale



CTUR Partner a Valencia: meeting Alicante/Valencia



Maggiori informazioni sulla rete CTUR e sui risultati alla pagina: <http://urbact.eu/ctur>

La rete

CTUR *Traffico Crocieristico e Rigenerazione Urbana*

Per lo sviluppo dei waterfront, l'attività crocieristica rappresenta un elemento forte delle città portuali che intendono sviluppare e rinforzare l'industria del turismo urbano contribuendo a risolvere le tensioni che esistono tra le funzioni del porto e quelle della città, per rispondere alle aspettative degli abitanti in merito a impiego, qualità della vita, casa e offerta soddisfacente di attrezzature per lo spazio pubblico.

Il progetto CTUR (Data di inizio progetto: 19 Gennaio 2009, data di chiusura: 19 Luglio 2011) fa riferimento allo sviluppo del turismo crocieristico come opportunità per il recupero del patrimonio architettonico-urbano/portuale e lo sviluppo economico e sociale delle città di mare, in coerenza con una corretta "rigenerazione urbana" nella filosofia dell'approccio integrato. (ambiente fisico, strumenti economici e sociali).

I tre temi generali di CTUR approfonditi nell'ambito dell'approccio integrato sono:

1. Trasformare, rigenerare e adattare le componenti fisiche e ambientali del "sistema città-porto": incrementando l'attrattività delle città portuali.
2. Traffico crocieristico e rigenerazione del patrimonio urbano – portuale come opportunità per lo sviluppo economico, sociale e occupazionale.
3. Pianificare e gestire lo sviluppo delle crociere all'interno di un progetto globale tra porto e città.

Partner CTUR

- Napoli (Italia - LP)
- Alicante (Spagna)
- Dublino (Irlanda)
- Helsinki (Finlandia)
- Matosinhos (Portogallo)
- Rodi (Grecia)
- Rostock (Germania)
- Trieste (Italia)
- Varna (Bulgaria)

Città

- APDL - Autorità Portuale Douro e Leixões, S.A (Portogallo)
- Autorità portuale di Napoli (Italia)

Autorità Portuali

- Regione Valenziana (Spagna)

Regioni

- Istanbul (Turchia)

Partner osservatore



con la collaborazione dell'associazione internazionale AIVP
Association Internationale Villes et Ports (Le Havre, France)

Indice

Editoriale <i>Luigi De Magistris, Sindaco della città di Napoli</i>	8
Prefazione <i>Jean Loup Drubigny, Capo del Segretariato URBACT</i>	10
Introduzione <i>Gaetano Mollura, Coordinatore della rete CTUR</i>	11
1. CONTENUTI DEL REPORT FINALE	13
1.1 BREVE INTRODUZIONE AL PROGETTO CTUR	
1.2 OBIETTIVI E CONTENUTI DEL “REPORT FINALE”	
2. LEZIONI DA APPRENDERE	15
2.1 LE LEZIONI CHIAVE: SFRUTTARE I POTENZIALI BENEFICI ATTRAVERSO UNA POLITICA INTEGRATA	
2.1.1 Riconoscere i benefici del turismo crocieristico evitando le false teorie del “conflitto” tra la città e il “mondo delle crociere”	
2.1.2 La necessità di una “politica città-crociere” ben integrata	
2.1.3 Una destinazione non è solo un terminal: scegliere la giusta strategia	
2.2 PRINCIPI PER UNA POLITICA “CITTÀ-CROCIERE” INNOVATIVA E RAGIONATA	
2.2.1 Le città devono studiare con maggiore professionalità il mercato e le esigenze delle crocierismo per ottimizzarne la ricaduta	
2.2.2 Il mercato del turismo crociere è molto specifico e serve una strategia “ad hoc”	
2.2.3 Creare una comunità esperta di soggetti (e di interessi) sul tema delle crociere: gli aspetti chiave	
2.3 SPUNTI PER LE STRATEGIE CITTÀ-CROCIERE	
2.3.1 Immagine del turismo crociere agli occhi della città	
2.3.2 Informazione per i turisti in collaborazione con le compagnie di crociera	
2.3.3 Concentrarsi sul potenziale delle “visite ripetute”	
2.3.4 Supportare le piattaforme integrate di servizio (“cluster” crocieristico) e il loro coordinamento locale	
2.3.5 E’ necessaria una forte collaborazione tra i singoli soggetti le compagnie	
2.3.6 Formazione, educazione, lavoro	
2.3.7 Lavorare in un’ottica di turismo internazionale	
2.3.8 C’è la possibilità di diventare un “home port”?	
2.3.9 Importanza relativa del terminal	
2.3.10 Pianificare attività multifunzionali nei terminal	

- 2.3.11 Prestare attenzione alle altre infrastrutture logistiche
- 2.3.12 Ridurre la “pressione turistica” e integrare il marketing delle produzioni locali è possibile
- 2.3.13 Alleanze fra città degli itinerari e standard comuni
- 2.3.14 Piccoli porti per crociere di lusso
- 2.3.15 Rigenerazione urbana, crociere e gestione dei quartieri commerciali
- 2.3.16 Strutture temporanee ed eventi
- 2.3.17 “Public Private Partnership”: comprendere e “controllare” lo sviluppatore privato
- 2.3.18 Governance ampia per il turismo: integrazione con progetti di promozione e sviluppo turistico di area vasta
- 2.3.19 Il possibile ruolo delle Università
- 2.3.20 Ragionare per sistemi di “zone obiettivo”
- 2.3.21 Il planning gain: l'integrazione delle crociere nei grandi progetti di trasformazione

3. GUIDA ALLE BUONE PRATICHE DEL PRGETTO CTUR 37

3.1 LE SFIDE DEI PARTNER

3.2 LE BUONE PRATICHE

TABELLE

1. Interventi infrastrutturali sull'ambiente fisico
2. Aspetti funzionali e di governance

4. VALUTAZIONE GENERALE DELLE PROCEDURE 53

4.1 IL VALORE AGGIUNTO DEL PROGETTO CTUR

4.2 ALCUNI SUGGERIMENTI

4.3 L'EFFETTO POSITIVO DELLA CREAZIONE DI RETI E LA CONNESSIONE CON LE AMMINISTRAZIONI REGIONALI

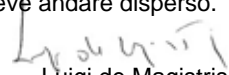
4.4 I FINANZIAMENTI

4.5 IL RUOLO DELLE AUTORITA' DI GESTIONE

5. RISULTATI E PRODOTTI DELLA RETE CTUR 59



Il porto come centro permanente della vita cittadina e come volano per lo sviluppo economico e sociale di Napoli. E' questa una delle priorità dell' amministrazione locale e la rete tematica CTUR del Programma URBACT II collima perfettamente con questo obiettivo. Un'iniziativa promossa dall'Unione europea che contribuisce a mettere in rete il know how e le diverse esperienze delle varie città europee. Un modo per porre in relazione le Amministrazioni che hanno beneficiato di programmi a carattere urbano e consentire loro uno scambio proficuo di esperienze che, raccolte e analizzate, possono dare maggiore impulso allo sviluppo di una città, fornendo, inoltre, un importante contributo alla strutturazione di una conoscenza comune ed al rafforzamento di un'identità europea 'dal basso' grazie alla partecipazione attiva dei cittadini. In particolare il progetto CTUR (Traffico Crocieristico e Rigenerazione del patrimonio urbano e portuale) è un progetto cardine. Un progetto di rete tematica, di cui la città di Napoli è capofila, che nasce con l'intento di ottimizzare l'impatto economico del traffico crocieristico sulle città, e che per Napoli è una opportunità per sviluppare, in particolare, i quartieri della città bassa (da piazza Municipio a Piazza Mercato). Il traffico crocieristico, infatti, è un'attività in continua crescita che fa del porto di Napoli, con la presenza di un milione e trecentomila passeggeri all'anno (dati del 2010), il terzo porto italiano ed uno dei porti più importanti in Europa e nel mondo. Una risorsa per questa amministrazione che deve fungere da impulso per lo sviluppo economico della città. Per questo nasce CTUR: dalla necessità di ottimizzare l'impatto di questa tipologia di turismo sull'economia locale, tenuto conto anche dei margini di ulteriore miglioramento che tale attività potrà avere a Napoli, in Italia ed in Europa nei prossimi anni. Il tema della rete proposto ha visto l'interesse ed il coinvolgimento di città portuali che si affacciano sui diversi mari europei, Alicante (Spagna), Dublino (Irlanda), Helsinki (Finlandia), Istanbul (Turchia), Matosinhos con l'amministrazione comunale e l'Autorità Portuale (Portogallo), Rodi (Grecia), Rostock (Germania), Trieste (Italia), Varna (Bulgaria), Valencia con la Regione Valenciana (Spagna), Napoli con l'amministrazione locale capofila e l'Autorità Portuale: contesti diversificati che hanno reso più ricca l'attività di scambio di esperienze e conoscenze nell'ambito della rete. Il rapporto finale che presentiamo vuole essere una sintesi del lavoro frutto della collaborazione tra le varie realtà e dei concreti risultati raggiunti nel corso dei 30 mesi dedicati al progetto. Un documento al quale si affiancano inoltre i contributi "scientifici sul tema" e le "buone pratiche" che sono contenute nei tre quaderni tematici già pubblicati, "Physical and environmental component", "Economic and Social Benefits" e "Governance". Il Rapporto Finale è uno strumento utile per le città, gli amministratori locali, i tecnici ma anche per le autorità portuali e gli armatori delle navi da crociera, al fine di ottimizzare il rapporto crociera/città, ottenendo benefici per i vari soggetti coinvolti, compresi ovviamente i protagonisti di questo nuovo turismo urbano che sono i "crocieristi". Tra le novità richieste dal Programma URBACT II sono i "piani di azione locale": una serie di proposte e progetti da realizzare proprio a livello locale da cui è nata la mostra itinerante CTUR, che è stata ospitata nelle varie città partner, con tutti i piani elaborati nella rete. L'iniziativa ha visto la partecipazione dal basso dei cittadini e ha ottimizzato la disseminazione dei risultati rendendo effettivamente protagonisti gli abitanti nella costruzione della rinascita urbana. Un risultato molto positivo ottenuto dalla rete CTUR grazie all'attiva cooperazione di tutti i partner ai quali auguro di proseguire con successo, nei vari contesti locali, l'implementazione dei piani di azione URBACT al fine di pervenire alla loro realizzazione. L'amministrazione di Napoli, a sua volta, attraverso anche la fattiva collaborazione dell'Autorità Portuale di Napoli, cercherà di finalizzare la implementazione del piano di azione locale URBACT II "Città bassa Porto" che, grazie al progetto CTUR, è stato caratterizzato dall'attivo coinvolgimento di attori pubblici e privati, e costituisce pertanto un patrimonio di lavoro condiviso che non deve andare disperso.


Luigi de Magistris
Sindaco di Napoli



Il tema “Traffico crocieristico e rigenerazione urbana”, trattato dalla rete tematica CTUR guidata dal Comune di Napoli nell’ambito di URBACT, appare appassionante: appassionante per le persone che vivono nelle città portuali, quelle città che hanno solo tre lati, poiché il quarto dà su un oceano o su un mare. Il progetto CTUR è dedicato a quelle città che ricevono gruppi di 2 o 3mila turisti che sbarcano dalle loro navi crociera. I turisti desiderano scoprire il più possibile della città portuale in poco tempo e gli abitanti desidererebbero condividere la passione per la propria città.

Dove sta l’anima di una città? Nei monumenti, nei musei, nel suo paesaggio? O nel piccolo mercato di fronte ad una chiesa, nella strada nella quale si beve un caffè in un bar, nel colore dei taxi e nella agilità dei loro guidatori? Sarebbero necessari giorni e notti per scoprire ed essere pronti ad apprezzare una città, specialmente le città portuali con i loro “lati aperti”. Ma non c’è questo tempo, per i turisti in crociera. E così, come offrire, se non l’anima, almeno il profumo di Helsinki, Rostock, Varna...

Non c’è il culto della nave da crociera, come era frequente per le navi da carico nell’Oceano Pacifico durante gli anni Quaranta o Cinquanta. Qui si tratta di turismo di massa e di città; si tratta di economia in un processo che dovrebbe avere ambedue vincitori.

I partner di CTUR hanno deciso, ciascuno nel proprio contesto, ma con una metodologia comune proposta da URBACT, di mettere una di fronte all’altra logiche che appaiono, a prima vista, contraddittorie: la logica delle navi crociera che portano migliaia di persone nella città e la logica degli altri attori, quali le autorità portuali, le municipalità, i negozianti, chi opera nei trasporti e gli abitanti.

Anello dopo anello, i partner CTUR hanno smontato la catena degli attori interessati e provato a capire le motivazioni e il ruolo di ciascuno di essi. Hanno provato a trovare alternative che potrebbero essere utili per tutti. Il rapporto finale di CTUR descrive questo processo comune, i suoi successi e le sue debolezze. Esso presenta le principali caratteristiche dei Piani di Azione Locale, costruiti da ciascun partner con l’aiuto del proprio Gruppo di Supporto Locale. Non c’è alcuna formula magica per il successo, ma idee su come far progredire e sviluppare nuova complementarità e migliore comprensione fra gli attori del turismo crocieristico e quelli che visitano le città portuali. Questo si armonizza bene con la “raison d’être” del Programma URBACT: un approccio integrato, supportato dal coinvolgimento dei portatori di interesse per migliorare la gestione delle città e la qualità della vita per i cittadini. In questa prospettiva, la mutua collaborazione fra le città partner è stata decisiva. Fra l’altro, i partner del progetto CTUR hanno prodotto molto. C’è ancora molto da fare, ma ora sembrano essere sul binario giusto.

Jean-Loup DRUBIGNY
Direttore del Segretariato URBACT



La città di Napoli, capofila del progetto di rete tematica **CTUR - Cruise traffic and Urban Reneneration of City Port Heritage as a key for sustainable economic, social and urban development** - attivato nell'ambito del Programma di **Cooperazione Territoriale Europeo URBACT II**, ha già partecipato attivamente in questi anni a varie iniziative e Programmi dell'Unione Europea lanciati con lo scopo di migliorare le politiche di sviluppo urbano nelle città europee. Si fa riferimento al Programma **URBAN I**, al programma d'Iniziativa comunitaria **URBACT I** e alla rete tematica **HerO -Heritage as Opportunity** del Programma **URBACT II**.

Il tema del traffico crocieristico è una delle grandi nuove opportunità che le città devono sfruttare meglio in termini di impatto e crescita economica. E' questa la grande scommessa per la quale si è proposta nell'ambito del Programma URBACT II, la rete tematica CTUR. Il lavoro svolto nella prima fase di CTUR, per sei mesi, ha permesso di definire e condividere con i partner il tema, la metodologia di lavoro e gli obiettivi, ed ha consentito di lavorare nei successivi 30 mesi per l'ottenimento di risultati in termini di conoscenza ed approfondimento tematico che si sono affiancati all'implementazione di **10 piani di azione locale**, uno per ogni città partner.

Tutta l'attività svolta è stata capitalizzata e disseminata attraverso varie pubblicazioni tutte scaricabili dal website all'indirizzo www.urbact.eu/ctur: nove **Rapporti Intermedi** relativi ai vari seminari svolti, dieci **CTUR Citynews** ognuna focalizzata su una città partner, dieci Piani di Azione Locale, uno per ogni partner, tre **Quaderni Tematici** che declinano, attraverso l' "approccio integrato", il tema dell' "Traffico Crocieristico e Rigenerazione Urbana" ed, infine, il **Report Finale - Guida alle Buone Pratiche**.

I tre **Quaderni Tematici** danno conto dei risultati dell'attività di scambio di esperienze, buone pratiche attraverso una rassegna sistematica ed approfondita, con vari contributi scientifici di esperti, di quanto si sta facendo nelle varie città portuali europee per affrontare il tema della riqualificazione dei waterfront con particolare riferimento al ruolo che può avere in tale processo l'impatto del traffico crocieristico nei vari contesti.

Il presente **Report Finale** contiene "riflessioni", "insegnamenti" e "raccomandazioni" che vengono fuori da tutta l'attività svolta, in termini di scambi di "casi di studio" e conoscenze, nonché dalle esperienze "sul campo" delle implementazioni dei piani di azione locale che sono stati l'elemento di novità, molto positivo, di URBACT II. Per facilitare la consultazione del materiale prodotto da CTUR, è stata inclusa una presentazione schematica dei casi di studio esaminati (contenuti in maniera approfondita nei quaderni tematici) correlati ai vari temi da essi sviluppati. Il documento si conclude con alcune osservazioni e consigli per il Segretariato di URBACT e la Commissione Europea, che potranno essere utili ad una migliore predisposizione delle prossime "call" di URBACT II.

La grande sinergia che si è creata tra tutti i partner di CTUR, ha permesso di ottenere i risultati sopra elencati. Un particolare ringraziamento va a tutti i partner per la partecipazione attiva che hanno avuto nella rete ed in particolare modo nell'impegno profuso nell'implementazione dei rispettivi piani di azione locale.

Fondamentale è stato il supporto del "Lead Expert" Vittorio Torbianelli che ha coordinato l'attività scientifica attraverso la collaborazione del "Thematic Expert" Pauline Geoghegan. Un grazie al "guest expert" Luis de Carvalho of CEO Consult dc Copenhagen, che ha consentito l'approfondimento dei temi di CTUR. Un ringraziamento al "Lead Expert" Joseph Tomatis ed al "Thematic Expert" Carine Guidali per il contributo dato, nel breve periodo iniziale della seconda fase del progetto, in termini di metodo di lavoro e di apporto scientifico e di esperienze.

Un pensiero di gratitudine al "Lead Expert" Rachel Rodriguez Malta per il lavoro espletato nella prima

fase dell'attività della rete tematica che ha costituito l'ossatura portante tematica dell'intera durata del progetto.

Per l'implementazione del piano di azione locale di Napoli, è doveroso ringraziare tutti gli "stakeholder" pubblici (assessorati, dipartimenti, direzioni e servizi del Comune di Napoli, Regione Campania, Soprintendenza, L'Università di Napoli "Federico II" – Facoltà di Architettura con i dipartimenti DPUU e DIPROA, Ente Provinciale per il Turismo etc), pubblico-privati (Società S.I.Re.Na, Terminal Napoli ecc) e privati (Consorzio Borgo Orefici e Consorzio Antiche Botteghe Tessili, agenti marittimi, armatori navi crociere, investitori del quartiere, abitanti, ecc) che hanno dedicato parte del loro tempo con grande impegno e voglia di sperimentare un nuovo percorso per la rinascita "dal basso" di un quartiere storico della città. Ovviamente fondamentale è stato l'apporto dell' Autorità Portuale, che in doppia veste, di partner CTUR e membro del gruppo di supporto locale, ha contribuito ai risultati sia della rete che del piano di azione locale.

Per l'individuazione di opportunità e di risorse per la finalizzazione del piano di azione locale di Napoli, è stata molto apprezzata la disponibilità ed il supporto del dott. Gennaro Ramazio della Banca Europea degli Investimenti (BEI), della dott.ssa Liliana Baculo, esperta in Economia dello Sviluppo e della prof. ssa Valentina Della Corte, dell' Università di Napoli "Federico II".

Per l'espletamento delle attività di CTUR, è stata fondamentale la collaborazione tecnico - amministrativa dell'arch. Giancarlo Ferulano - dirigente- e della sig.ra Monica Vito – funzionario – del servizio Valorizzazione della Città Storica che tra l'altro hanno contribuito, in qualità di membri del gruppo di supporto locale, all'implementazione del piano URBACT/CTUR.

I risultati raggiunti sono stati resi possibili dal contributo fattivo e continuativo, di tutto lo staff dell'Unità di Progetto URBACT Napoli, arch. Giovanni Hoffmann e dott.ssa Cristina Fato, attraverso la complessiva assistenza tecnica dell'IDIS Città della Scienza, e delle dott.ssa Anna Arena e arch. Maria Luna Nobile.

Infine, è doveroso ringraziare l'on Rosa Russo Iervolino e il dott. Nicola Oddati, rispettivamente Sindaco e Assessore del Comune di Napoli fino al 2011, per aver aderito e supportato la partecipazione al Programma URBACT II ed esprimere tutta la mia riconoscenza alla nuova Amministrazione che, attraverso il sindaco Luigi de Magistris, l'assessore alla Cultura e Turismo, Antonella Di Nocera, l'assessore all'Urbanistica, Luigi De Falco insieme al suo staff, arch. Riccardo Festa, ha consentito di gestire nel migliore dei modi la fase conclusiva del progetto.

Un grazie di cuore a tutti .



Gaetano MOLLURA
CTUR Project Coordinator

Contenuti del Report Finale

1



1.1 BREVE INTRODUZIONE AL PROGETTO CTUR

Il progetto CTUR ha permesso molteplici scambi di esperienze fra i partner (attraverso i casi studio) oltre che la condivisione di informazioni esterne (grazie alle presentazioni del “Lead Expert” e del “Thematic Expert” e di altri relatori che hanno partecipato ai meeting).

Ha permesso inoltre di definire, a livello locale, i cosiddetti “Local Action Plans” (LAP) – Piani di Azione Locale - che sono coerenti programmi d’azione proposti dai singoli partner e sviluppati in collaborazione con i membri del “Local Support Groups” (LSG) – Gruppo di Supporto Locale.

Il contenuto tecnico di tali esperienze è riportato nei principali “output tecnici” del progetto, che sono:

- tre quaderni tematici “Thematic Journals” (I “Physical environment”, II “Social Economic Generator”, III “Governance”)
- i report dei “thematic meeting”,
- i piani di azione locale “Local Action Plan” elaborati dalle città assieme ai gruppi di supporto locale

1.2 OBIETTIVI E CONTENUTI DEL “REPORT FINALE”

Il presente report finale rimanda ai materiali tecnici (ad iniziare dai tre quaderni Tematici - “Thematic Journal”) per avere un’immagine completa dei contenuti del progetto, che può essere utile non solo ai partner ma anche ai lettori esterni.

Il primo obiettivo di questo report (Capitolo 2) è, specificamente, rendere disponibile agli interessati (ai partner e ad altre amministrazioni) una serie di conclusioni generali espresse in forma estremamente sintetica e senza specifici riferimenti a uno o ad un altro caso. Si tratta di “lezioni” generali e di linee guida tratte dall’osservazione “trasversale” di tutti i materiali del progetto e, in molti casi, sia da buone pratiche che da “mancanze” dei partner.

Il secondo obiettivo (Capitolo 3) è quello di fornire anche una sorta di “guida” alle buone pratiche puntuali (azioni specifiche) tratte dai casi studio ma soprattutto dai Piani di Azione Locale dei partner CTUR, classificate secondo temi. Il Capitolo 4 presenta brevemente alcune considerazioni generali sul programma URBACT. Infine nel Capitolo 5 vengono fornite informazioni dettagliate sui prodotti (“outputs”).

Lezioni da apprendere

2



2.1 LE LEZIONI CHIAVE: SFRUTTARE I POTENZIALI BENEFICI ATTRAVERSO UNA POLITICA INTEGRATA

La principale questione e sfida per il progetto CTUR è: come possono le città porto essere produttive e non semplicemente aree di transito per l'attività crocieristica, amplificando I BENEFICI ECONOMICI, AMBIENTALI E SOCIALI del TURISMO CROCIERISTICO per le città? E come può essere raggiunta una rigenerazione urbana attraverso politiche ed interventi con risultati effettivi? Quali sono le strategie? Quali gli strumenti?

2.1.1 Riconoscere i benefici del turismo crocieristico evitando le false teorie del “conflitto” tra la città e il “mondo delle crociere”

Senza dubbio, la lezione più importante del progetto CTUR è che tra “crociere” e “città” non c'è un rapporto “conflittuale” come regola generale.

Le crociere offrono molti potenziali vantaggi per le città aventi i caratteri di “risultati di rigenerazione” e non è vero che le città hanno poco da ottenere rispetto a quello che le crociere possono dare.

Come nota McCarthy (2009), i benefici possono essere classificati come: benefici economici, benefici ambientali e benefici da “Vantaggi da pianificazione”.

In riferimento a questi benefici potenziali, il progetto CTUR ha aiutato le città ad identificare alcuni principi, strategie e azioni utili per ottimizzare la relazione tra crociere e comunità urbana.

Il progetto CTUR è dunque fondato sull'idea che il traffico crocieristico può essere un'opportunità per un impatto locale socio-economico e, più specificamente, di riqualificazione urbana. Quest'idea è stata riconosciuta e corroborata durante il progetto.

1. McCarthy, J. (2009), Spatial Planning for Cruise Tourism – maximizing the benefits, Cityfutures, 2009. http://www.cityfutures2009.com/PDF/105_McCarthy_John_Paul.pdf

VANTAGGI ECONOMICI, AMBIENTALI E SOCIALI DEL TURISMO CROCIERISTICO

In generale, le città dovrebbero poter predisporre una strategia coerente "città-crociere", tale da sfruttare e massimizzare al meglio nel lungo periodo tutte le tipologie di ricadute positive, descritte di seguito:

VANTAGGI ECONOMICI

- Aumento della spesa dei visitatori**
- Creazione di posti di lavoro**
- Rilancio dell'immagine della città**
- Creazione di un nuove imprese di servizi**
- Estensione della stagione turistica**
- Ricavi da servizi ausiliari nei terminal passeggeri**
- Visite ripetute come risultato della prima visita da parte del passeggero**

VANTAGGI AMBIENTALI

- Riutilizzo delle aree portuali dismesse**
- Conservazione del patrimonio storico**
- Creazione di mix e integrazioni funzionali**
- Connessione del fronte-mare alla città**
- Densità urbana maggiormente sostenibile**
- Miglioramento dell'estetica dei luoghi di interesse**

BENEFICI SOCIALI

- Benefici per la comunità da pianificazione (es. miglioramento dell'accessibilità del fronte mare)**
- Disponibilità di maggiore varietà di punti pregiati locali**
- Aumento dell'orgoglio collettivo (attrazione di navi prestigiose)**

(Elaborazione da: McCarthy, J., Romein, A., Cruise passengers Terminals, Regeneration and Spatial Planning: the cases of Amsterdam and Rotterdam, Portus, 2011)

Perché le crociere sono una reale opportunità per le città

Pur essendo vero che, in generale, la compagnia di crociere tende a occupare il più possibile gli anelli della catena del valore con operazioni di integrazione verticale dei servizi e monte e a valle della “nave”, è anche vero che:

- la richiesta del turista crocieristico nei confronti della risorsa “città” sta crescendo notevolmente rispetto al passato (per l’evoluzione del profilo del turista), con la conseguenza che le compagnie sono di fatto interessate ad acconsentire a queste richieste (ad esempio la visita “libera” senza escursioni vendute a bordo), per realizzare la soddisfazione del crocierista;
- la capacità delle città di organizzare una strategia pro-attiva di marketing nei confronti del settore (offrendo ad esempio la disponibilità di interessanti “pacchetti e itinerari di visita”, “occasioni di acquisto” a livello locale, piuttosto che lasciare terreno libero alle escursioni “extra-urbane”) permette di mantenere comunque maggiori quote del valore aggiunto nelle aree urbane, anche all’interno di uno schema nella quale il mondo delle compagnie continua a mantenere il controllo della catena del valore, attraverso i propri tour operator;
- vi sono possibilità di elevare (anche notevolmente) la ricaduta territoriale, offrendo servizi rivolti non ai crocieristi ma agli stessi operatori del settore (compagnie, ecc).

2.1.2 La necessità di una “politica città-crociere” ben integrata

In un serio programma di “rigenerazione urbana” i fattori in gioco dovrebbero riguardare l’ambiente fisico/sociale/economico ed in particolare: i servizi residenziali e gli alloggi, la qualità dello spazio pubblico, le comunità urbane, le risorse umane nonché l’occupazione, l’istruzione e la formazione professionale.

Un risultato essenziale del progetto CTUR è stata la comprensione, da parte dei partner, che la possibilità di ottenere risultati di riqualificazione urbana (dei quartieri storici solitamente vicini al porto) connessa allo sviluppo delle crociere è possibile attraverso vari canali, ma attraverso un ulteriore passaggio: sviluppare e perfezionare l’attrattività della città nei confronti del mondo crocieristico (turisti e operatori) attivando una “politica città – crociere” ben integrata.

L’obbiettivo della rigenerazione dunque può essere raggiunto con una politica ampia e integrata e un marketing territoriale di successo spe-

cifico per il settore crocieristico, che punti ad attrarre flussi sempre maggiori e, assieme ai flussi, maggior impatto economico. Quest'ultima sfida è di grande importanza.

Quanto detto spiega perché il progetto CTUR e i partner (anche nei Piani di Azione Locale) si sono concentrati anche su tematiche e azioni che apparentemente non sono connesse allo sviluppo dell'"ambiente fisico".

Come si potrà notare successivamente, le "lezioni da apprendere" spesso si riferiscono a tematiche che non sono direttamente connesse a specifiche zone/quartieri o all'attività di progettazione urbana, ma riguardano strategie di marketing territoriale più ampie in riferimento al mondo delle crociere.

L'aspetto del marketing sembra necessitare di ulteriori miglioramenti, considerati anche i rapidi sviluppi e cambiamenti del settore crociere, richiedendo alle città un impegno continuo nell' "apprendere".

2.1.3 Una destinazione non è solo un terminal: scegliere la giusta strategia

Il ruolo dei terminal crociere

Durante i primi anni del boom del mercato crocieristico, molte città (o, piuttosto, molte autorità portuali) hanno portato avanti politiche atte alla creazione di nuovi terminal crociere. Questa politica, che si basa sul principio che un (nuovo) terminal possa creare effetti positivi sulle crociere e la riqualificazione dei quartieri, non è però priva di controindicazioni.

Dal momento che la costruzione di un nuovo terminal richiede imponenti finanziamenti pubblici, è prima di tutto essenziale determinare quale ruolo un nuovo terminal può effettivamente giocare in termini di mantenimento o crescita del flusso dei passeggeri delle crociere a lungo termine.

Se valutare l'impatto diretto e indiretto dell'attività crocieristica su un'area urbana in termini di valore aggiunto già non è facile, stimare l'impatto reale indotto dalla creazione di un nuovo terminal è ancora più difficile.

Oltretutto, quando un terminal è in progetto, rimane essenziale porre grande attenzione alle reali esigenze delle compagnie di crociere in termini di posizione del terminal, logistica delle operazioni, sviluppi previsti della tecnologia e delle dimensioni della nave. La realtà è che un nuovo e prestigioso terminal non necessariamente rende più attraente una destinazione, come alcuni recenti casi europei di investimenti eccessivi dimostrano.

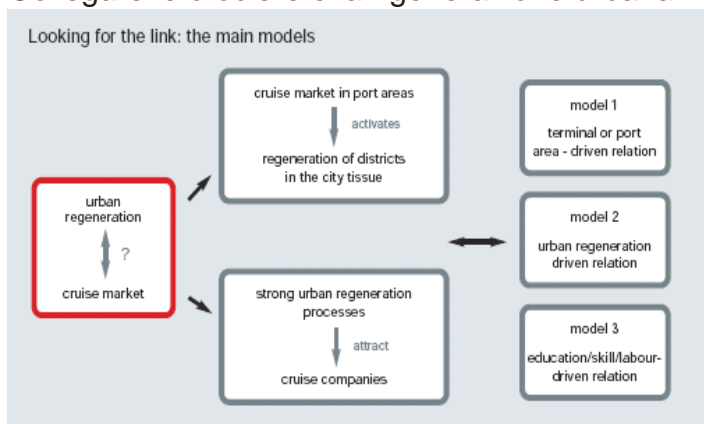
Che cosa rende davvero utile un terminal?

Un terminal è realmente attraente se incontra le reali esigenze delle compagnie e dei suoi passeggeri. Un terminal efficiente è fondamentale in caso di porti base: in questi casi è la vera "porta" di entrata ed uscita dell'intera catena logistica della crociera ed è coinvolto nella fase di arrivo, di accoglienza dei passeggeri, della gestione dei bagagli: l'intero processo deve funzionare perfettamente. Comunque, per i porti di transito (sbarco e imbarco durante le visite) non è così importante avere un terminal grande e prestigioso. E' quasi inutile ricordare che un terminal prestigioso ed importante non fa di una città un porto base. Per diventare porto base la città deve essere di per sé un'attraente destinazione turistica, avere connessioni aeree, autostrade e buone connessioni stradali, tutti requisiti di non minore importanza.

Scegliere le giusta strategia (o strategie)

E' evidente che la realizzazione di nuovi terminal certamente non è l'unico fattore che sottende il legame tra rigenerazione urbana e turismo crocieristico; tale strada dovrebbe essere scelta solo se realmente porta del valore aggiunto.

Collegare le crociere e la rigenerazione urbana



Rif. The Urbact Tribune (2010)

Sono infatti possibili differenti strategie: una alternativa potrebbe essere quella di collegare l'obiettivo della rigenerazione urbana al turismo crocieristico puntando prima sulla riqualificazione urbana di un quartiere storico connesso all'area portuale, considerando il turismo crocieristico come una delle opportunità che incrementano gli effetti della riqualificazione.

Città, porti e compagnie crociere: temi emergenti. Il punto di vista del settore portuale

Giovanni Spadoni – Presidente dell'Associazione MED Cruise
(CTUR final conference, Napoli, Luglio 2011)

Un mercato ancora in crescita

Negli ultimi 10 anni in Europa e nel Mediterraneo il traffico crocieristico ha avuto un incremento superiore al 12%. C'è un grande ottimismo tra gli addetti ai lavori ed un altrettanto alto grado di soddisfazione tra i passeggeri; il prodotto offerto dall'industria delle crociere è considerato superiore e di maggior valore rispetto ad altri prodotti turistici e il numero di clienti che ripetono l'esperienza è crescente. Specialmente in Europa è stato accertato un immenso potenziale per la crescita (domanda latente).

Nel corso dei cinque anni fra 2010 e 2014, è stata programmata la realizzazione di 31 nuove navi da crociera con una capacità di 70.820 passeggeri. Di queste, 12 saranno destinate primariamente al mercato generato dall'Europa, ciò significa 26.600 posti letto (38% del totale) con un investimento di 5,1 miliardi da parte delle compagnie da crociera.

Oltre a ciò si prevede che anche molte delle altre nuove navi visiteranno destinazioni mediterranee.

Il traffico passeggeri e la domanda di crociera continuano a crescere, particolarmente in Europa, e le navi vengono costruite più rapidamente di quanto si possono ampliare i porti. L'infrastruttura portuale deve espandersi in modo significativo, specialmente nelle frequentatissime destinazioni "obbligate", i cosiddetti "marquee ports", i porti di visita obbligata inclusi in pressoché tutti gli itinerari.

Così cresce la necessità di espandere il mercato a nuove nicchie e creare itinerari diversi che portano opportunità di mercato per nuove regioni e porti. Alcune nuove destinazioni hanno avuto l'opportunità di essere incluse nei "percorsi" delle crociere quando il costo del carburante è cresciuto e le compagnie hanno deciso di ridurre la velocità delle navi introducendo nuovi porti nei tratti più lunghi degli itinerari.

Le richieste di infrastrutture da parte delle com-

pagne di crociera

Quando si parla di terminal crociere, non si parla solo degli edifici del terminal passeggeri, ma di tutte le infrastrutture dei porti nei quali si ferma la nave. Nel Mediterraneo, dove esistono molte antiche città portuali e spesso i waterfront sono ricchi di testimonianze storiche, l'approdo della "meganavi" richiede una pianificazione molto attenta e un approccio sensibile e complesso all'espansione dei porti e delle loro infrastrutture al fine di ricevere un maggior numero di navi da crociera ed anche quelle di grandi dimensioni.

Siamo fortunati che la crescita nel numero di passeggeri nel Mediterraneo è stata superiore al 12% annuo negli ultimi 10 anni e che il tasso di crescita non è in diminuzione – grazie agli investimenti degli armatori in navi grandi, dedicate al mercato dei nostri mari.

Ma da questa opportunità deriva una grande responsabilità per progetti di sviluppo migliorativo: saranno necessari nuovi moli, moli più lunghi ecc. La sicurezza gioca un ruolo importante nel disegno di un moderno terminal passeggeri e prima di investire in un qualunque progetto di rivitalizzazione del waterfront, si deve effettuare una attenta analisi per verificare se il nuovo progetto corrisponde con le regole molto stringenti che sono state messe in campo dopo l'applicazione del codice internazionale ISPS (International Ship and Port Facility Security Code).

Dobbiamo anche dire che in alcuni casi lo spirito della legislazione europea che regola l'implementazione del codice ISPS è stato mal compreso dai governi nazionali e probabilmente è arrivato il tempo di una profonda revisione e forse di alcuni passi indietro, basati sull'analisi del rischio effettivo.

La rigenerazione del "capitale" fisico dovrebbe primariamente inserirsi nella struttura storica dei nostri porti ed essere finalizzata anche ad incrementare l'efficienza della logistica rivolta alle escursioni a terra e al parcheggio dei pullman.

Differenziare i terminal e il posizionamento di mercato della destinazione

Dobbiamo comprendere che la necessaria espansione delle infrastrutture dei terminali nei nostri porti, compresi i moli per le meganavi, è molto spesso in contrasto con l'attrattività dei nostri pregevoli e storici porti marittimi, cosicché tali terminali devono essere localizzati fuori dal centro delle città, per non danneggiare la percezione del luogo della città portuale – o almeno, essere situati in modo che essi conservino la “scala” del porto, preservando i segni territoriali storici.

I moli passeggeri storici possono essere mantenuti per servire navi più piccole, di tipo “luxury”. I vecchi porti mediterranei multi-uso sono spesso compressi da situazioni geomorfologiche e dalla difficoltà di espansione in nuove aree; riguardo al bisogno di pescaggi più profondi, il dragaggio è divenuto una procedura molto complessa e costosa a causa delle restrizioni ambientali.

Pertanto, in tema di relazioni porto-città, ci troviamo una situazione nella quale i portatori di interesse della città dibattono continuamente della conversione - spesso molto conveniente - di moli commerciali in moli adatti a ricevere le crociere. Questa è una sfida difficile poiché l'attività crocieristica in molti porti mediterranei è ancora stagionale (tre mesi di stagione morta, tre mesi di attività media e sei mesi di alta stagione); l'industria crocieristica è spesso remunerativa per il territorio, ma non per il porto in sé. Noi abbiamo il compito di assicurare che questa attività portuale “nuova arrivata”, che è l'attività crocieristica, venga accettata e integrata in una struttura portuale già sviluppata dal punto di vista sociale e industriale, nei nostri porti e nelle nostre città.

Il tasso di crescita medio negli ultimi 10 anni fra i membri Medcruise è superiore al 12%; così, mentre manteniamo la crescita e, dato l'ambiente fisico e i vincoli fiscali nell'espandere i porti mediterranei, ci chiediamo: questa crescita è sostenibile? Quale è il punto di “break-even”?

Il ruolo degli itinerari crociere e della “destagionalizzazione” per sviluppare un turismo crocieristico sostenibile

Prima di tutto è tempo che i porti e le compagnie comincino a lavorare assieme sugli itinerari per evitare i giorni di picco. Gli itinerari sono

fortemente influenzati dai porti “tournaround” poiché le compagnie preferiscono imbarcare i passeggeri nei weekend. Questo causa congestione negli “home port”. Siccome gli itinerari delle compagnie più popolari sono molto simili, i giorni-picco negli “home port” sono reiterati nei successivi porti “marquee” degli itinerari. Questo influenza negativamente il servizio reso dai porti, e crea inoltre una sorta di inquinamento da passeggeri alle destinazioni principali e l'esperienza per questi ultimi diventa di qualità inferiore.

In considerazione del fatto che siamo ricchi di porti, di città portuali e di regioni e culture diverse, che ci sono tanti porti in grado di offrire meravigliose attrazioni e scoperte non del tutto sfruttate noi chiediamo che le compagnie di crociera e l'industria in generale si attivino per valorizzarli.

Più navi da crociera dovrebbero andare in questi porti ed espandere l'alta stagione fino ai mesi invernali, dando più spazio a tale crescita.

Non possiamo inoltre negare il bisogno di miglioramenti in larga scala nei nostri porti più popolari. I nostri porti e le città “leader” in Europa e nel Mediterraneo stanno chiedendo porti più “amici dell'ambiente” e ci chiediamo se la soluzione per la riduzione delle emissioni nei nostri porti potrà includere anche la fornitura di energia da terra a motori spenti e la fornitura di combustibili nuovi. Varie compagnie stanno orientandosi in questo senso e nel breve periodo, molti membri di MedCruise stanno anche investendo milioni di Euro nella realizzazione di nuovi moli e terminal, o nell'ampliamento di quelli esistenti.

Rif. Giovanni Spadoni – Presidente dell'associazione MED Cruise – Intervento durante la conferenza finale CTUR, Napoli Luglio 2011

2.2 PRINCIPI PER UNA POLITICA “CITTA’-CROCIERE” INNOVATIVA E RAGIONATA

Per essere efficienti, efficaci ed innovative, le strategie e le politiche “città-crociere” devono essere ben studiate.

2.2.1 Le città devono studiare con maggiore professionalità il mercato e le esigenze del crocierismo per ottimizzarne la ricaduta

E’ opportuno che le città continuino a progredire verso una sempre più aggiornata conoscenza e profonda “comprensione” dei caratteri – alquanto complessi - del turismo crocieristico e della sua organizzazione. Questo, al fine di giocare al meglio la partita per la realizzazione del pieno potenziale di ogni destinazione.

Ogni città dovrebbe **sapersi “posizionare” correttamente nel mercato.**

Ogni città dovrebbe acquisire la capacità di ideare e realizzare una ben precisa e articolata strategia di posizionamento nei confronti del “potenziale” delle crociere.

Tale strategia dovrebbe essere decisa, partendo da una adeguata analisi del contesto, in base sia alle caratteristiche proprie della destinazione (dal punto di vista fisico/geografiche/turistico e di profilo dell’offerta di servizi locali) sia a quelle degli specifici segmenti di “mercato crociere” che sono già attivi o che potrebbe essere attratti nella destinazione.

2.2.2 Il mercato del turismo crociere è molto specifico e serve una strategia “ad hoc”

E’ necessario che all’interno dei sistemi della politica locale, si diffonda la coscienza che l’attrazione del turismo crociere richiede approcci specifici, pur se integrati (e integrabili) all’interno di una più generale strategia di sviluppo turistico della città.

Anzi, le città dovrebbero sviluppare la coscienza della relazione stretta e “reciprocamente amplificatrice” che dovrebbe collegare lo sviluppo specifico del potenziale crociere e quello più generico della città “turistica” (o in generale della città attrattiva).

La necessità di sviluppare un marketing molto definito e mirato per le crociere può infatti aiutare a focalizzare aspetti (es. qualità dell’informazione) o a reperire strumenti (ad esempio proporre servizi o “modelli organizzativi particolari”) che non sarebbero stati altrimenti presi in considerazione ma che possono essere efficaci nel turismo anche per finalità non legate alle crociere.

2.2.3 Creare una comunità esperta di soggetti (e di interessi) sul tema delle crociere: gli aspetti chiave.

Per realizzare una adeguata strategia corretta di posizionamento, è in particolare importante che nell'ambito del contesto della città e del "gruppo" di soggetti interessati alle crociere, sia prodotta e circoli una informazione aggiornata e obiettiva sui seguenti aspetti:

- **Caratteri generali del mercato del turismo crocieristico**, delle sue componenti (compagnie, operatori turistici e commerciali collegati, passeggeri, ecc.) e delle sue nuove tendenze (navi più grandi e "navi del divertimento", crociere brevi, più famiglie a bordo, più passeggeri con "esperienza", turisti a basso costo, nuovi mercati, ecc.): queste ultime si stanno evolvendo molto rapidamente;

- **Profili delle "aspettative" e delle richieste (esplicite e esplicite) della "domanda" e della sua disponibilità a pagare** (non sempre percepita e quantificata dal territorio), riferendosi sia alla domanda dei passeggeri (distinguendo ad es. in base alla nazionalità, età, tipo di crociera, tipo di "visita", tipo di propensione agli acquisti) sia a quella delle compagnie (servizi alla nave, servizi di terminal e logistica dei flussi passeggeri, competenze, ecc.). Tali profili dovrebbero essere conosciuti attraverso opportune e articolate **ricerche di mercato** mettendo in luce le specifiche esigenze e aspettative per chi resta a "terra" da parte:

- di chi lavora nella catena di fornitura delle crociere, ed in particolare degli equipaggi delle navi;
- delle compagnie e degli operatori economici collegati ("tour operators");
- di specifici "segmenti" di turisti e delle nuove esigenze.

- **Profili della possibile "offerta locale" (distinguendo i porti base dai porti di solo transito) capaci di ottimizzare, nel lungo periodo, la ricaduta socio-economica.**

Unendo le informazioni sulla "domanda" all'individuazione dei modelli più interessanti di "offerta", valutati in base alla relativa ricaduta socio-economica, si può giungere a definire un posizionamento "ottimizzato" della città nei confronti delle molteplici componenti della "domanda potenziale" specifica per la destinazione. Questo significa superare con una prospettiva proattiva, orientata al miglioramento, la visione diffusa, ma errata, secondo la quale la ricaduta del settore crociere è riconducibile fondamentalmente ad una "costante" generica di spesa media per passeggero.

- **Coscienza del ruolo fondamentale che l'attività di offerta di "servizi complessi" alle compagnie di crociera può rappresentare sul piano della ricaduta economica** e dell'attrazione dei flussi, soprattutto nei porti base principali (o candidabili come tali).

Conoscenza e strategie

Sull'aspetto della "conoscenza" – orientata alla costruzione di una strategia - della domanda potenziale, il progetto CTUR ha lavorato in situazioni nelle quali, nella maggior parte dei casi, le città non avevano a disposizione sufficienti informazioni e "quadri descrittivi" su aspetti che sarebbero stati invece molto utili. Naturalmente non è stato possibile (per tempi e costi) - e neppure era richiesto - procedere alla raccolta di tali informazioni durante il progetto. Il progetto CTUR è stato comunque l'occasione di osservare, grazie ad alcuni partner, alcuni casi molto interessanti di ricerche di mercato. Per proseguire la loro politica di attrazione delle crociere, sarebbe comunque auspicabile che – in rete con altre città o da sole – le destinazioni avviassero azioni per costituire un quadro informativo più ampio sul quale basare qualunque strategia futura.

Per quel che concerne la progettazione della strategia di offerta e gli aspetti della ricaduta economica, le città dovrebbero approntare una analisi approfondite delle ricadute attuali e di quelle possibili, individuando in modo creativo tutte le possibili opportunità – turistiche, commerciali, ecc. - di creazione di valore per i diversi clienti - sia nel breve periodo, sia nel lungo periodo.

La consulenza di esperti professionali che conoscono il mercato crocieristico e le sue esigenze possono essere molto utili per lo start-up delle strategie.



2.3 SPUNTI PER LE STRATEGIE CITTÀ-CROCIERE

Nella prospettiva di una migliore conoscenza dei potenziali che il mondo delle crociere offre per processi di sviluppo locale e di "rigenerazione", sono in particolare da tenere in conto i seguenti elementi per impostare le strategie di ottimizzazione del rapporto fra comunità urbana e crociere.

2.3.1 Immagine del turismo crociere agli occhi della città

Per avviare ogni azione all'interno della città per lo sviluppo del turismo crociere è opportuno collocare il turismo crociere su un piano di profili alto, con una immagine positiva, nella percezione della collettività.

2.3.2 Informazione per i turisti in collaborazione con le compagnie di crociera

E' fondamentale informare in modo profondo e dettagliato (e possibilmente anticipato) il turista dei potenziali e delle opportunità offerte dalla città e dell'intera rosa dei servizi disponibili, fornendo soluzioni diversificate di "guida".

Per il turismo crocieristico, le città dovrebbero prendere in considerazione: la disponibilità di informazioni chiare ed esaustive, sia operative che culturali; la disponibilità e un facile accesso alle strutture; l'esistenza di siti da visitare e di opportunità di shopping, con un preciso e identificabile sistema di zone/itinerari; qualità e chiarezza dei percorsi pedonali; esistenza di un "centro visite" e/o di itinerari tematici e segnalazioni e indicazioni complete (anche per quel che riguarda le opportunità di acquisti).

Comunque, esistono chiaramente alcuni conflitti potenziali tra la destinazione turistica e le compagnie. Le città spesso lamentano il fatto che le compagnie non favoriscono il libero turismo, preferendo privilegiare e vendere le proprie escursioni. Le compagnie ritengono, dal canto loro, che vendere queste escursioni sia necessario per supportare le economie dei propri investimenti e che una parte consistente dei passeggeri è comunque libera di sbarcare.

La richiesta da parte delle compagnie di crociera è che le politiche di promozione delle città (informazioni a bordo, bus navetta gratuiti ecc) non siano indirizzate a coloro che potrebbero optare per un'escursione proposta dalla compagnia stessa (circa il 40% in media). In accordo con le compagnie, le politiche di promozione della città dovrebbero essere indirizzate solo a quei passeggeri (il 60%) che hanno deciso di non comprare l'escursione. L'esperienza di alcune città mostra che è possibile trovare un giusto equilibrio di collaborazione.

2.3.3 Concentrarsi sul potenziale delle “visite ripetute”

La città deve sviluppare la cognizione del ruolo che una prima visita alla città tramite crociera può giocare nella prospettiva di una “seconda visita” non crociera, fatto che deve spingere la città a predisporre un’ “esperienza” da parte del turista con questa specifica finalità.

2.3.4 Supportare le piattaforme integrate di servizio (“cluster” crocieristico) e il loro coordinamento locale

Vi è la necessità di lavorare, sul piano della “governance”, per creare modelli organizzativi e “piattaforme”(ad es. un “City Cruise Cluster” formalizzato) che a livello locale aiutino un pieno e ottimale individuazione, dispiegamento, coordinamento e comunicazione dell’offerta (servizi, prodotti, ecc.) in un’ottica di massimizzazione della soddisfazione di tutti i portatori di interesse e quindi della ricaduta socio-economica potenziale di lungo periodo.

2.3.5 E’ necessaria una forte collaborazione tra i singoli soggetti le compagnie

Ci deve essere una collaborazione cooperazione e coordinazione tra i singoli soggetti locali e le compagnie. I soggetti sono: porti, autorità locali, enti turistici e fornitori di servizi. E’ necessario sviluppare prodotti e servizi basati sulle necessità e le aspettative dei clienti, concentrandosi su tutti gli aspetti dell’esperienza dei passeggeri, dall’arrivo alla partenza assicurando che le infrastrutture turistiche supportino le necessità di un visitatore giornaliero.

2.3.6 Formazione, educazione, lavoro

Le città devono valutare la possibilità di realizzare, soprattutto nelle destinazioni maggiori, e comunque in co-progettazione con le compagnie, attività stabili di formazione (a vari livelli) per personale da inserire nell’industria turistica e crocieristica, aumentando la dimensione della ricaduta “sociale” e stabilendo legami più stabili con le stesse compagnie di crociera.

2.3.7 Lavorare in un’ottica di turismo internazionale

E’ importante che le guide turistiche siano molto ben formate e che capiscano e parlino correntemente inglese ed altre lingue.

2.3.8 C’è la possibilità di diventare un “home port”?

Una destinazione deve capire se può o non può diventare un porto base. Non c’è necessità di promuovere sé stessi come porto base verso le compagnie se questa è chiaramente una forzatura. Se la destinazione non è famosa, si dovrebbe piuttosto capire quale tipo di destinazione si può essere, quali sono le reali caratteristiche che la destinazione ha e che possono

gratificare il passeggero straniero e rendere comunque memorabile il suo viaggio.

2.3.9 Importanza relativa del terminal

Vi dovrebbe essere la coscienza del relativamente modesto ruolo giocato dal prestigio e dall'importanza architettonica o dimensionale delle infrastrutture di terminal, evitando di sopravvalutare (soprattutto, ma non solo, nei casi di porto di transito) la capacità di attrarre il traffico crocieristico attraverso la realizzazione di terminali dispendiosi.

2.3.10 Pianificare attività multifunzionali nei terminal

Se un terminal viene costruito (o ristrutturato), è in ogni caso cruciale che esso permetta diverse funzioni rispetto al semplice sbarco o imbarco dei passeggeri, e che sia aperto alla comunità locale. Si possono includere centri commerciali, sale conferenze, aree di esposizione, università e centri di ricerca. Inoltre, il fronte mare vicino al terminal deve essere modellato come luogo "aperto" e "multifunzionale". La spesa pubblica sarà così meglio indirizzata a vantaggio della comunità locale, che vedrà create ampie e vivaci aree con un impatto positivo anche sulla qualità dei servizi ai turisti delle crociere. Naturalmente, la distanza del terminal dal centro della città può presentare problemi per la sua multifunzionalità ma anche in questi casi la sfida è importante. (Giovanni Spadoni – Conferenza finale CTUR 2011)

Prestare attenzione alla logistica

Frequentemente i terminal passeggeri non sono così necessari in una destinazione, in particolare per i porti di transito. Sono invece richieste un facile e sicuro ormeggio nel porto, così come la logistica e le infrastrutture per uno sbarco rapido. E' anche molto importante incoraggiare l'attrattività della connessione, da una prospettiva pedonale, tra il porto e la città.

Sviluppare le destinazioni meno conosciute

La costruzione di navi molto grandi sviluppa l'esigenza di espandere infrastrutture e creare nuove relazioni con le compagnie, per evitare la congestione nei porti e un'eccessiva presenza di persone nelle destinazioni prestabilite (sfalsando l'arrivo della nave e le escursioni nei posti più famosi). Ma mentre i porti più conosciuti stanno raggiungendo spesso livelli di saturazione, l'Europa abbonda di porti e destinazioni meno note ma non per questo meno affascinanti che possono alleviare la congestione nei porti principali e dare forza all'intero itinerario.

(Giovanni Spadoni – Presidente Medcruise; Conferenza finale CTUR 2011).



2.3.12 Ridurre la “pressione turistica” e integrare il marketing delle produzioni locali è possibile

Nella maggior parte dei contesti europei, il rischio di una eccessiva pressione del flusso turistico dei crocieristi nei centri storici delle città e la conseguente “massificazione” e “standardizzazione” del contesto turistico è, in generale, relativamente modesto rispetto al complesso del turismo.

Per ridurre comunque gli effetti di “massificazione” e di “souvenirizzazione”, le città dovrebbero prendere in considerazione l’opportunità di provvedere ad aree commerciali specifiche per souvenir, facilmente identificabili per i turisti delle crociere e, da un altro lato, altre aree per l’artigianato locale e prodotti di alta qualità e specialità gastronomiche: nelle aree “obiettivo” per i crocieristi nei quartieri storici, si dovrebbe perseguire un “rinforzo” dell’identità più tradizionale del piccolo commercio, dell’artigianato e dei pubblici esercizi (es. ristorazione).

In particolare, è opportuno riflettere sulle opportunità insite nella vendita (in aree specifiche, ben individuabili) dalle manifatture artigianali tradizionali, anche di qualità, e di specialità gastronomiche. Tuttavia, una accurata impostazione del marketing di questi beni è necessaria, avendo attenzione per:

- il reale carattere distintivo delle produzioni locali rispetto ad altre simili che potrebbero essere disponibili lungo l’itinerario crocieristico;
- la tipologia dei clienti potenziali (es. nazionalità crocieristi, ecc.)

Mettere in rete le destinazioni crocieristiche

“I porti di un’area vasta sono interdipendenti e devono lavorare assieme per migliorare la qualità del contesto. Una destinazione è forte quanto lo è l’anello più debole dell’itinerario. E’ necessario stabilire un piano di azione di lungo termine per coordinare i porti inclusi negli itinerari: a questo scopo ci si potrebbe avvalere della consulenza delle Compagnie stesse. La differenziazione dei prodotti è necessaria ma tutte le offerte dovranno avere rispetto per l’ambiente e preservare il patrimonio storico”. (Giovanni Spadoni – Presidente Medcruise; Conferenza finale CTUR 2011)

2.3.13 Alleanze fra città degli itinerari e standard comuni

Le città devono tenere in considerazione le opportunità offerte dalle reti di alleanza “fra città” collegate da itinerari crocieristici (aree marittime vaste), per realizzare posizionamenti armonizzati all’interno dell’itinerario e realizzare una promozione più forte verso le compagnie, fissando anche degli standard di qualità per i porti.

Inoltre è solo con la collaborazione tra porti e compagnie crociere che si evitano giorni di picco. Gli itinerari sono fortemente influenzati dai porti base, dal momento che le compagnie preferiscono imbarcare passeggeri durante i weekend. Siccome gli itinerari dei più importanti marchi sono molto simili, i giorni di picco nei porti base sono reiterati nel successivo porto dell’itinerario.

2.3.14 Piccoli porti per crociere di lusso

In caso di navi di lusso di modeste dimensioni, queste spesso possono entrare nei piccoli porti in cui le grandi navi non possono entrare. Il numero ridotto di passeggeri non potrà certamente sostenere le economie locali, ma queste navi creano nelle piccole città una consapevolezza della propria importanza di essere una destinazione.

2.3.15 Rigenerazione urbana, crociere e gestione dei quartieri commerciali

Per quel che concerne più specificamente gli aspetti legati alla “rigenerazione” di quartieri degradati o comunque dei centri storici, è emersa l’assoluta rilevanza del collegamento fra lo sviluppo dei potenziali di flusso legati alle crociere e i modelli dell’ “offerta commerciale” delle aree da rigenerare, con la necessità di lavorare sulla promozione delle reti del commercio locale in una prospettiva di “gestione del commercio a livello di quartiere”, nelle sue formulazioni socialmente sostenibili (ad es.: unione di commercianti e non gestione “privatizzata” del centro commerciale all’aperto).

2.3.16 Strutture temporanee ed eventi

Un ulteriore punto chiave è il ruolo potenzialmente importante che possono svolgere:

- le **infrastrutture temporanee**, ad iniziare da quelle dei terminali crociere, o utilizzando il patrimonio portuale (vecchi magazzini, ecc.)
- le operazioni di **“vivificazione” degli spazi nei pressi dei terminali crociere tramite “eventi” e attività** (es. artistico/culturali) organizzate non solo per i crocieristi ma anche per la collettività locale o, in generale, per gli altri flussi di turisti e per gli equipaggi che non possono allontanarsi molto dalla nave.

La “temporaneità” (ad esempio con attivazione di “eventi” e “mercatini” locali, dell’artigianato, o del cibo locale) è un principio che può essere applicato anche all’interno degli spazi delle città storiche -tipicamente le piazze- verso le quali si possono far convergere i flussi di crocieristi all’interno di itinerari.

In un momento di notevole scarsità di risorse pubbliche, la temporaneità e la “multi-funzionalità” offrono possibilità di ridurre l’impegno finanziario ottenendo risultati comunque di interesse.

2.3.17 “Public Private Partnership”: comprendere e “controllare” lo sviluppatore privato

In merito al rapporto fra porto, città e compagnie crociere, è emersa, in alcuni casi, la necessità di una maggiore comprensione delle logiche con cui può essere costruito il rapporto fra queste tre entità sul piano dei progetti di sviluppo delle fasce di territorio poste fra la città e il porto e il sistema degli investimenti.

In particolare, va riconosciuto il crescente interesse delle compagnie ad entrare nei processi di progettazione e gestione degli spazi di connessione e di servizio ai passeggeri fra banchine crociere e città (terminal, spazi esterni commerciali, ecc.).

Tuttavia, è necessario riconoscere chiaramente che le compagnie di crociera e in generale gli investitori privati ad essi collegati hanno necessità di ottenere ritorni economici di un certo livello sugli investimenti, anche all’interno delle “PPP”. Questo significa che sul piano dei costi e dei tempi di realizzazione, gli interventi architettonici e urbanistici pubblici che hanno implicazione sulla redditività del sistema devono essere tenuti particolarmente sotto controllo, qualora ci fosse la partecipazione del capitale privato.

2.3.18 Governance ampia per il turismo: integrazione con progetti di promozione e sviluppo turistico di area vasta

E’ utile coinvolgere il più possibile le amministrazioni sovra-ordinate (tipicamente le Regioni) nella promozione turistica rivolta al “mercato crociere” di un territorio più vasto, di cui la città “destinazione crocieristica” può essere individuata come un punto di ingresso.

2.3.19 Il possibile ruolo delle Università

Le collaborazioni “partecipative” con le università possono essere importanti, per quel che concerne la possibilità:

- di innescare e sostenere, anche indirettamente, processi mirati alla creazione di professionalità attive nella città nel settore crociere e collegati;

- di contribuire, con l'attività di ricerca tematica, ad approfondire la conoscenza dei potenziali della città nei confronti del mondo crociere;
- di contribuire alla progettazione partecipata di scenari di sviluppo urbanistici collegati al settore delle crociere.

Dall'altro lato la Pubblica Amministrazione può offrire all'Università l'opportunità di connettere le esigenze e i problemi reali di un'area urbana e l'esperienza di portatori di interesse pubblici e privati, con progetti di formazione per gli studenti (es. architettura o pianificazione) in un ampio percorso didattico universitario a livello multidisciplinare.

2.3.20 Ragionare per sistemi di “zone obiettivo”

La relazione fra turista-crociere e città (sia nei casi di porto base che di porto di transito) è alquanto specifica e si differenzia, per vincoli di tempo e modelli di consumo (legame stretto con la “nave-hotel”) dalle visite turistiche non crocieristiche, che permettono maggiore flessibilità.

Per il turismo crocieristico sono pertanto fondamentali:

- la disponibilità di informazioni sintetiche e chiare, sia di tipo “funzionale” che “culturali”;
- l'ottimizzazione degli spostamenti – sia quelli per l'arrivo e la partenza nel porto base, sia quelli strettamente “turistici” nella città - e una forte programmabilità e affidabilità degli stessi;
- la disponibilità “concentrata” e facilmente raggiungibile di strutture di utilità, siti da visitare e opportunità di acquisto, all'interno di un sistema di zone ben precisato e identificabile.

Questo fattore rende necessaria l'impostazione da parte dei responsabili di una attentissima “programmazione” e “comunicazione” delle opportunità di visita e l'identificazione di “zone obiettivo”, spazialmente limitate, che devono essere predisposte in modo da soddisfare da un lato il bisogno di chiarezza e standardizzazione e dall'altro, quello della “libertà” e varietà di scelta, per passeggeri e equipaggi. Su questo aspetto vi sono molti margini di miglioramento nel “marketing del luogo”.

Come si comprende, in questa prospettiva l'elemento della “connessione” fra luoghi è centrale.

Sono pertanto elementi essenziali di qualunque cornice di supporto al turismo crociere nella città:

- la compatibilità dei tempi di passeggiata fra terminal e “zone obiet-

tivo”;

- la qualità e la chiarezza dei percorsi pedonali
- se necessario, la disponibilità rapida e facile di “free shuttle bus” schierati al terminal, o di taxi a tariffa fissata;
- la predisposizione di “centri visita” e/o di itinerari tematici, e comunque di indicazioni integrate (anche sulle opportunità di acquisto);

A tale fine, ogni città dovrebbe varare, al di là del proprio specifico Piano di Azione Locale, un “piano generale” per l’organizzazione integrata del rapporto fra crocieristi e città, identificando con chiarezza i confini spaziali dell’area obiettivo interessata da tale piano.

Tale area obiettivo dovrebbe essere quella sulla quale, di fatto, si realizzano gli interventi di miglioramento e di salvaguardia del patrimonio e, più in generale, di rigenerazione fisica o di miglioramento dell’immagine.

2.3.21 Il planning gain: l’integrazione delle crociere nei grandi progetti di trasformazione

La necessità (o l’opportunità) di realizzare un nuovo terminal crociere può essere uno dei motori di più ampie operazioni di riconversione funzionale di aree portuali dismesse o, più in generale, di aree urbane (tipicamente industriali). Tali operazioni, per essere capaci di apportare benefici sensibili, dovrebbero garantire che il nuovo cruise terminal:

- sia realmente utile allo sviluppo del traffico crocieristico (in città “porto base”)
- sia capace di fornire servizi più ampi (multifunzionalità)
- sia collocato in una zona ad elevata accessibilità e dalla quale sia possibile e semplice raggiungere la città o i siti turistici.

In altri casi, il ri-sviluppo di aree abbandonate (es. aree industriali) può avvenire anche in aree diverse da quelle del terminal, ma sfruttando i potenziali dei flussi crocieristici. In questo caso, tuttavia, è opportuno che tali aree:

- abbiano un potenziale attrattivo forte ma, possibilmente, non cannibalizzino altri siti obiettivo (ad esempio la città storica);
- siano facilmente raggiungibili dai crocieristi nell’ambito dei vincoli di distanza e tempo tipiche della visita alla città.

Come tutte le politiche di ri-sviluppo delle aree portuali e dei fronte-mare, anche quelle specificamente ricollegate alle crociere necessitano in ogni caso di cornici di elevata sostenibilità e integrazione sociale, risolvendo pos-

sibili competizioni di interessi fra portatori di interesse e sviluppando la partecipazione della comunità, con strumenti integrati nella pianificazione (es. accordi sui benefici sociali fra sviluppatori e comunità, ecc)



I risultati e gli output del CTUR: il punto di vista di AIVP

(Greta Marini, AIVP Associazione Internazionale città e porti - Le Havre, Francia)

La rete CTUR ha riscosso l'interesse dei membri dell'AIVP. Essa ha fatto seguito al precedente Progetto SUDEST guidato dalla città di Napoli, il cui tema era l'interfaccia porto-città.

I problemi sono complessi e diversi, al fine di confrontarsi con un mercato in mutamento. Le navi container stanno diventando più grandi e lo stesso vale per le navi da crociera. Molti porti hanno spostato le proprie attività commerciali in luoghi al margine della città". Lontano dalla città significa lontano dalla mente...allo stesso tempo l'integrazione sociale del porto sta diventando sempre più cruciale e l'integrazione dei tre pilastri dello sviluppo sostenibile stanno diventando via via più urgenti "cos'è un porto senza una città, e cosa è una città senza porto..?"

Dal progetto CTUR sono emerse alcune difficoltà: le regole IPS e l'accesso per i passeggeri, la distinzione fra diversi sistemi, la predisposizione di tour interessanti per tutti, la debole visibilità delle attività ferry e crociere e la gestione degli aspetti ambientali.

Il valore aggiunto deriva dall'utilizzo del simbolismo portuale, con percorsi pedonali aperti al pubblico, che permettano ai visitatori di osservare le attività del porto e rendere il porto più visibile (La Rochelle, Algeciras, Lorient, Durban Le havre). A riguardo della questione dell'accesso al porto e ai terminal, è richiesta la giusta scala, per rideterminare i movimenti del porto e della città, considerando tutte le modalità del trasporto, su terra e su acqua.

Flessibilità nell'approccio temporaneo: utile a rispettare i diversi cicli di sviluppo, a testare il mercato con strutture temporanee e riutilizzare edifici esistenti. Una buona architettura deve essere un valore aggiunto per l'intera città.

Per essere un porto dei cittadini, il patrimonio è importante: va comunicato, i giovani vanno formati e vanno usate le reti. I "port centres" sono in funzione non solo per promuovere il porto ma anche per educare. Le reti includono Cruise Baltic e Cruise Atlantic.

Guida alle buone pratiche di CTUR **3**



3.1 LE SFIDE DEI PARTNER

All'interno della cornice generale, ogni città ha definito le proprie specifiche sfide. In alcune città la sfida principale era convertire le aree del porto storico in aree utilizzabili per le crociere: **Istanbul (Turchia)** si è focalizzata sulla rivitalizzazione delle funzioni del vecchio porto (sito nell'area di Galata, nel centro città) con uno sviluppo del porto crociere integrato ad una rigenerazione multifunzionale del fronte-mare.

La strategia sviluppata da **Varna (Bulgaria)** è stata quella di trasformare il vecchio porto commerciale in un terminal yacht e passeggeri. Una sfida di **Rostock (Germania)** è consistita nello sfruttare il porto urbano interno come un centro per navi da crociere di piccola e media dimensione e yacht.

Alicante (Spagna) ha sperimentato lo sviluppo di un approccio integrato multi-strumento per riattivare e riutilizzare l'area portuale come zona commerciale e per il tempo libero, con il fine di promuovere il rinnovato quartiere storico della città.

Anche la città di **Napoli (Italia)** e l'**Autorità Portuale di Napoli** si sono concentrate sull'utilizzo del turismo crociere per supportare nuovi poli attrattivi/aggregativi per i turisti crociere e gli abitanti, lungo il fronte-mare e nelle zone problematiche vicino al porto, sostenendo le tradizionali attività artigianali localizzate nei quartieri da rigenerare.

Più in generale, varie città hanno lavorato sullo sviluppo del commercio (negozi), adatti a turisti ed equipaggi, ad esempio in termini di orari di apertura, informazione e tipi di prodotto.

Dublino (Irlanda) ha affrontato temi che includono il superamento della mancanza di terminal e di strutture per il ricevimento dei passeggeri – le crociere arrivano in un porto industriale, un area che è distaccata dalla vista della città – e sullo sviluppo del profilo dei Dockand, un patrimonio industriale storico situato fra il porto e il cuore turistico della città.

Anche la principale sfida per la città di **Matosinhos** e per l'**Autorità Portuale di Leixoes (Portogallo)** è stata quella di sviluppare il turismo crociere nella regione settentrionale del Portogallo, attraverso la costruzione nel porto di Leixoes di un nuovo terminal crociere multifunzionale (rivolto a diverse attività per la comunità locale, come la ricerca universitaria), sottolineando l'importanza di migliorare il rapporto città-porto e rinforzare le relazioni fra tutti i partner locali.

L'Amministrazione della regione di **Valencia (Spagna)** si è focalizzata sul tema generale della connessione dell'area del terminale crociere con il cuore urbano, lavorando su tutte le tre zone (il porto, la connessione porto-città, e la città) sia dal punto di vista dell'ambiente fisico che quella della predisposizione di servizi.

Helsinki (Finlandia), "Capitale Europea del design 2012" ha concentrato il lavoro sugli spazi fra l'area del terminal crociere (un terminal provvisorio localizzato in un vecchio bacino portuale) e la città, e sullo sfruttamento del potenziale economico dato dai flussi di passeggeri attraverso un certo numero di servizi temporanei e strutture rivolte sia ai passeggeri che ai cittadini.

A **Rodi (Grecia)**, le sfide principali sono state lo stabilimento di una migliore connessione fra il terminal e il resto della città, per pedoni e veicoli, ma anche per le biciclette, ottenendo una migliore integrazione del porto nelle attività della città, rinnovando il patrimonio urbano e portuale, indirizzando i turisti più lontano verso il mercato della città grazie a dei "percorsi tematici", affrontando in tal modo la questione del "commercio guidato".

Molti Piani di Azione Locale hanno valutato la possibilità di realizzare dei centri di informazione turistica e sistemi di indicazioni dedicati alle crociere.

Vari partner hanno posto come priorità la necessità di migliorare la qualità e l'organizzazione dell'ospitalità e più in generale, di sviluppare un approccio di marketing verso il turismo crociere. A tale fine, i partner (ad esempio Rostock) si sono concentrati sullo sviluppo di attività di formazione a livello locale, per i settori crociere e del turismo. Un corretto posizionamento nel mercato e una strategia di differenziazione all'interno degli itinerari crociere è stata una sfida per alcune città: **Rostock (Germania)** ha deciso di dismettere lo slogan "Rostock, porta per Berlino" e di farsi una migliore pubblicità come un "polo regionale" di destinazione anche per il turismo crociere. A **Trieste (Italia)**, la principale sfida è stata quella di migliorare l'attrattività e l'ospitalità delle città verso i turisti delle crociere, differenziando la destinazione dalle altre nella regione adriatica.

3.2 LE BUONE PRATICHE

In questa sezione sono presentate alcune soluzioni classificate come "buone pratiche", seguite dai partner CTUR nel definire i Piani di Azione Locale. Le soluzioni sono raggruppate per categorie.

I contenuti dei Piani di Azione Locale in relazione alle specifiche categorie di interventi sono presentati in dettaglio nella tavola posta alla fine. Nella co-

lonna di destra sono anche presentati i necessari riferimenti per identificare correttamente la fonte

Considerato che uno dei risultati del progetto CTUR era quello di motivare la città a preoccuparsi di creare una politica delle crociere integrata e multi faccia, nei Piani di Azione Locale sviluppati dai partner si riscontra la presenza di alcune **categorie di soluzioni concrete**, usate da più partner come strumento, sebbene in modi diversi e con differente peso a seconda dei contesti.

E'importante sottolineare che le azioni concrete a livello locale sono da considerare come elementi di una politica locale delle crociere che si differenziano in relazione al caso e alle necessità.

Di particolare rilevanza vi sono alcune soluzioni, fra le altre, che sono riassunte nei seguenti paragrafi. Tuttavia, va ribadito che gli esempi riportati sono indicativi e non rappresentano la ricca varietà delle soluzioni proposte dai partner.

INTERVENTI INFRASTRUTTURALI SULL'AMBIENTE FISICO

Una prima categoria di soluzioni ha a che fare con l'ambiente fisico e gli aspetti spaziali.

- **Connessioni fra il porto e la città (e i siti turistici)**

Il miglioramento delle connessioni fisiche e dei servizi di trasporto fra il porto e la città è un obiettivo essenziale che può essere realizzato attraverso diverse strategie:

Percorsi pedonali verso la città (Rodi – sviluppo delle strade sul fronte-mare per pedoni; Dublino – sviluppo di una interfaccia fra il terminal e il lungo-fiume della città).

Connessioni ciclabili verso la città e noleggio di biciclette (Rodi – connessione città-porto per ciclabile).

Navette bus e connessioni stradali verso la città (Dublino – predisposizione e gestione dei parcheggi bus nella città per servire le crociere; Varna – sviluppo di varie linee di trasporto fra l'area del terminal e vari musei storici e siti turistici in prossimità di Varna).

Bus acquatici (Dublino – sostegno all'uso dei bacini idrici per connettere il porto con la città per navette su acqua).

Linee metrò (Valencia e Napoli – nuove stazioni del metrò vicino al terminal crociere)

Connessioni taxi per la città e informazione sulle tariffe (Valencia – fornitura di informazione sul livello delle tariffe per i diversi modi di trasporto).

- **Miglioramento dell'immagine delle infrastrutture crocieristiche e delle "viste panoramiche"**

Questo obiettivo accresce notevolmente il godimento da parte dei passeggeri in crociera, inducendoli a scendere a terra. Come esempio, nei seguenti casi: Valencia ha migliorato l'immagine del porto e della città come viene vista dalle banchine; Rodi ha proposto l'illuminazione dei monumenti lungo mare e dei siti archeologici.

- **Infrastrutture dei terminali nuove o rinnovate, con attenzione al riutilizzo del patrimonio storico**

Le infrastrutture dei terminali sono state alla base di diversi Piani di Azione Locale: Matosinhos (costruzione di un nuovo, prestigioso terminal multifunzionale vicino alla zona storica, con un marina e un molo); Helsinki (riuso di un bacino ex-industriale come spazio per il terminal crociere temporaneo); Trieste (restauro, risviluppo e modernizzazione di un hangar della stazione marittima storica/terminal crociere e allungamento della banchina) e Rodi (conversione di magazzini portuali vicino al terminal in strutture per il turismo e ufficio turistico)

- **Sfruttamento dello sviluppo delle infrastrutture per crociere come promotori di più ampi piani di risviluppo urbano**

Questa è una strategia adottata da vari partner, come Rodi (rigenerazione di un'area ex-industriale vicina al terminal esistente); Napoli (risviluppo del fronte-mare, dell'area monumentale e della parte di città storica vicino al terminal crociere), Dublino (valutato il potenziale per un piano di uso dello spazio del fronte-mare), Helsinki (sviluppo nel lungo periodo di edilizia abitativa nell'area fra il terminal crociere e la città) e Istanbul (progetto di rigenerazione integrata del porto/fronte-mare di Galata)

- **Sviluppo delle infrastrutture per le crociere in sinergia spaziale e funzionale con altre infrastrutture marittime, permettendo concentrazione delle economie di scala**

Varna, per esempio, ha sviluppato la marina esistente vicino al terminal passeggeri del porto; Rostock ha supportato sinergie fra crociere e il trasporto di passeggeri su ferry e altro turismo in arrivo, per espandere il numero di persone che visitano i siti turistici della città.

ASPETTI FUNZIONALI E DI GOVERNANCE

La seconda categoria di soluzioni ha a che vedere con gli aspetti funzionali e di governance.

- **Creazione di posti di lavoro locali nel settore crociere e marittimo**

Possono essere perseguite due strategie: la prima si riferisce al consolidamento di attività in “cluster produttivi”; la seconda sulla progettazione di formazione e profili professionali- Queste sono due modi di ampliare – sia nel breve che nel lungo periodo – l’impatto sociale ed economico delle crociere. Matosinhos si è concentrata sullo sviluppo di impiego imprenditoriale e nel settore tecnologico all’interno del settore marittimo; Rostock ha sostenuto una rete di investitori/operatori per avviare crociere brevi con navi piccole nel Baltico meridionale, ha rinforzato l’istituzione di formazione chiamata “Accademia Crociere di Rostock” e migliorato e ampliato l’area degli edifici che ospitano le sedi principali delle compagnie di crociere; Dublino ha deciso di stabilire una organizzazione/agenzia per promuovere e sviluppare l’industria legata al traffico crociere, mentre Valencia ha pianificato corsi di formazione per personale del settore dei servizi nel turismo, e una collaborazione con centri di training per stage aziendali (turismo, lingue, dogane).

- **“Informazione” e “punti informativi” fisici**

Fra gli strumenti finalizzati a predisporre informazioni per il turismo crociere, le città hanno offerto molti esempi di punti informativi (es. Alicante – centro visite nella città vecchia per dare il benvenuto ai passeggeri; Valencia – punto informativo nella città specializzato nel turismo crociere; Rodi – installazione di un sistema di informazioni nell’area portuale). I Piani di Azione Locale si sono focalizzati, più in generale, sulla questione informativa, sia con la diffusione di informazione a bordo (Matosinhos – sviluppo di materiali promozionali più attrattivi per i turisti e informazione prevista a bordo; L’Autorità Portuale di Alicante invierà informazioni in anticipo sulle toccate delle navi, per essere preparati agli arrivi delle crociere) che con sistemi basati sull’uso del web e del wi-fi (Helsinki – sviluppo di una campagna temporanea di segnalazione siti diretta ai crocieristi, con apparecchi mobili).

- **Creazione di percorsi tematici nel centro storico per i crocieristi, quale specifico sistema di informazione**

Interessanti esempi di percorsi tematici sono visibili nel Piano di Azione Locale di Napoli (itinerari artistico-culturali nella città bassa, compatibili con il tempo disponibile dei passeggeri e informazione aggiornata per i negozianti relativamente agli arrivi delle navi crociera) e Valencia (sviluppo di specifici percorsi nel centro cittadino che si armonizzano con i tempi e gli interessi dei passeggeri e predisposizione di informazioni aggiornate per negozianti riguardanti le navi da crociera con le date di arrivo).

Ulteriori esempi di ri-vitalizzazione di spazi e di organizzazione di eventi legati

alle crociere possono essere osservati nel Piano di Azione Locale di Helsinki (creazione di “piazze mercato” per sviluppare attività economiche orientate al tempo libero e al turismo, in cooperazione con la fondazione della “Capitale Mondiale del Design 2012”) e in quello di Dublino (promozione e supporto dell’area porto/Docklands quale sito per attrazioni lungo tutto l’anno).

- **Acquisti e servizi di ristorazione e relative strutture**

Questi ambiti sono di notevole interesse per la politica urbana delle crociere e la creazione di valore aggiunto per la città e sono esplorabili con diverse strategie. Helsinki ha proposto il riuso temporaneo di aree portuali ex-industriali per artisti e “villaggi artigianali” per pezzi unici di produzione locale. Rodi ha sviluppato un marchio di qualità assicurata per negozi e ristoranti, mentre Napoli ha proposto di sviluppare un centro commerciale nell’edificio multifunzionale della stazione marittima e di supportare l’attività economica tradizionalmente presente nel quartiere portuale (orafi e rivenditori di tessuti). Infine, Varna ha proposto la creazione di numerosi centri commerciali e attrazioni turistiche intorno al porto di Varna Est. cruise traffic. **Dublin** encouraged the time of events and activities to coincide with cruise ship calls; **Rhodes** proposed the adjustment of visiting hours for archaeological and cultural sites.

- **Tempi e orari per meglio adattare I ritmi della città a quelli delle crociere**

Soluzioni organizzative possono migliorare fortemente l’impatto economico locale del traffico crociere. Dublino ha incoraggiato la coincidenza temporale degli eventi e delle attività con le toccate delle crociere; Rodi ha proposto l’aggiustamento degli orari di visita per i siti culturali e archeologici.



Rodi_pista ciclabile dal porto alla città



Istanbul_porto di Galata



Napoli_il progetto del waterfront_molo Beverello



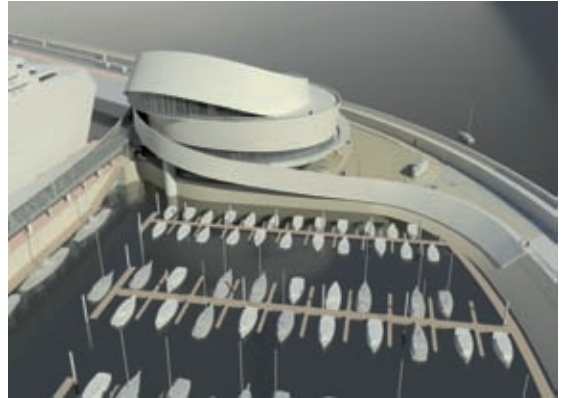
Valencia_collegamenti tra porto e centro storico



Varna_il nuovo terminal passeggeri



Rostock_accessibilità per i crocieristi



Matosinhos_il nuovo terminal crociere



Trieste_il nuovo terminal crociere



Alicante_edificio municipale de El Claustro



Helsinki_architetture temporaanee - riuso dei docks industriali del porto

Sottolineare gli aspetti sociali

(Pauline Geoghegan, Esperta Tematica CTUR)

Sin dall'inizio del progetto CTUR è stato considerato l'impatto sociale del turismo crocieristico nelle città portuali; alcuni elementi sono emersi chiaramente dal lavoro fra i partner durante il progetto, dando indicazione che al pari dell'impatto fisico ed economico, le città sono tenute ad assicurare che i benefici del turismo crocieristico abbiano effetti sulla vivacità della vita della comunità, all'interno e vicino alle aree portuali, in modo che tale comunità desideri "guardare verso il porto" piuttosto che voltargli le spalle, come spesso sono stati costretti a fare in molti casi.

Il turismo crociere genera occupazione e questo è preso in conto nell'esempio di Rostock (cruise academy) e Valencia (training). Il turismo crociere è stato anche usato per mettere in evidenza il patrimonio umano e culturale (Alicante e Rodi). Esso può essere anche il veicolo di un ripensamento e ri-vivificazione del waterfront, come a Varna, Trieste e sicuramente Napoli, dove genera anche affari per le piccole imprese artigiane. Interventi edilizi sono stati pianificati per indurre effetti di rigenerazione sulla popolazione delle aree portuali a Helsinki (per il futuro) e a Dublino (già realizzati) e in tutti e due i casi gli interventi includono un mix abitativo (es. edilizia sociale e edilizia commerciale)

Un altro approccio per avvicinare le aree portuali alla cittadinanza sono i progetti simili a quello delle scuole di formazione di Napoli e dei "port centres" come a Genova e Anversa (esperienza portata a CTUR da AIVP). Alla fine, la sfida delle città è assicurare che il turismo crociere

amenti la qualità della vita per i cittadini, e in particolare quelli più direttamente interessati dallo sviluppo delle crociere.

Ad Alicante, la rivitalizzazione dell'area della città vecchia prevede un punto di attenzione per il turismo crocieristico, ma ha anche restituito ai cittadini delle aree della città, creando nuove o migliorando abitazioni e opportunità di impiego, mantenendo così la popolazione nel cuore della città.

Tuttavia, l'esperienza di CTUR deve anche porre in guardia contro la creazione di "gentrificazione" nelle aree portuali. Si dovrebbe evitare la situazione per cui la creazione di spazi attrattivi per i turisti significa spingere la popolazione residente ai margini della città.

La visita al "quartiere degli orafi" ha offerto una visione di un processo dal basso: iniziando dalle proprie tradizioni di quartiere specializzato nella produzione e vendita di gioielleria orafa, le professionalità sono state rivitalizzate per servire il turismo crociere.

Il processo deve essere graduale, le risorse predisposte devono essere reali: il legame con la città e con il porto sono le principali infrastrutture sulle quali può essere costruito il turismo crocieristico. Secondo CTUR, l'accesso fra il punto di arrivo delle crociere e la città è cruciale: è necessario assicurare che questo accesso sia "più che fisico": esso deve essere soprattutto umano, restituendo il porto ai cittadini.

1. INTERVENTI INFRASTRUTTURALI SULL'AMBIENTE FISICO

Connessioni tra il porto e la città (e i siti turistici)

1. Percorsi pedonali per la città

LAP ² Helsinki – Riorganizzare i percorsi pedonali e di autobus dall'area del porto al fronte mare	Action 3.2 del LAP; TJ 1 p.77
LAP Rodi – Sviluppare percorsi pedonali sul fronte mare	Action 2.4 del LAP
LAP Dublino – Sviluppare un'interfaccia pedonale tra il terminal e la banchina della città	Obiettivo 1 del LAP; TJ1 p.87

2. Connessioni ciclabili alla città/noleggi di biciclette

LAP Rodi – Connessioni ciclabili tra città e porto	Action 2.3 del LAP; TJ 1 p.33
--	-------------------------------

3. Bus navetta e connessioni stradali alla città

LAP Valencia – Creare (e/o modificare) un nuovo percorso per un bus turistico che connetta il terminal con le principali aree turistiche.	Action 2.1 del LAP ; TJ 1 p.37
LAP Varna - Sviluppo di varie linee di trasporto verso differenti musei e punti di interesse turistico nelle vicinanze di Varna	Action 1.2 del LAP
LAP Rodi – Sviluppare le connessioni stradali dell'isola tra porto e città	Action 2.2 del LAP
LAP Dublino – Posizionamento e gestione del parcheggio dei pullman nella città per servire le navi da crociera	Action 1.1 del LAP
LAP Napoli – Bus navetta tra gli accessi principali del porto, inclusa la stazione marittima	Action 1.6.3 del LAP
LAP Alicante – I passeggeri delle crociere saranno trasportati al "Centro Visite" con un percorso di cinque minuti su bus	Action 1.1 del LAP; TJ 1 p.102

4. Waterbus

LAP Dublin – Supportare l'uso di vie d'acqua che connettano il porto alla città	Obiettivo 1 del LAP; TJ 1 p.83; TJ 1 p.92
LAP Helsinki - Costruire banchine temporanee per i bus su acqua	Action 3.3 del LAP; TJ 1 p.77

5. Connessioni metro alla città

LAP Valencia – Una nuova stazione del metrò vicina al nuovo terminal o creare una connessione con il metrò tramite un servizio navetta	Action 2.2 del LAP; TJ 1 p.37
LAP Napoli – sviluppo del servizio di metropolitana	Action 1.6 del LAP; TJ 1 p.28; TJ 1

e di una stazione vicina al terminal crociere	p.60; TJ 3 p.58
---	-----------------

6. Connessioni taxi alla città e informazioni sulle tariffe

LAP Valencia – Fornire informazioni riguardo al prezzo approssimativo dei vari sistemi di trasporto per raggiungere la città	Action 2.4 del LAP; TJ 1 p.37
---	-------------------------------

'Immagine" dei punti notevoli e delle "prospettive"

LAP Valencia - Migliorare l'immagine visiva del porto e della città vista dai moli	Action 1.4 del LAP
LAP Rodi – Illuminare i monumenti lungo il frontemare e i siti archeologici	Action 1.4 del LAP

Terminal da costruire o da rinnovare

LAP Helsinki – Riutilizzo della hall di un edificio ex-industriale del porto per il terminal crociere temporaneo	Action 2.2 del LAP
LAP Varna – Progetto sulla conversione di parte del porto commerciale in un terminal yacht e passeggeri	Action 2.1 del LAP
LAP Rodi – Conversione dei magazzini portuali vicini al terminal in zone di visita e uffici turistici	Action 1.1 del LAP
LAP Matosinhos – Costruzione di un terminal (con passeggiata su mare, marina nautico e altri edifici per le crociere)	Action 1.1 del LAP; TJ 1 p. 54
LAP Trieste – Restauro, risviluppo e modernizzazione di un hangar della Stazione Marittima (terminal crociere) a allungamento degli ormeggi	Action 2.1 del LAP; TJ 1 p.64
LAP Alicante – La città di Alicante e il Porto di Alicante hanno sviluppato una nuova area di svago chiamata "Zona Volvo", a soli cinque minuti di cammino dal terminal crociere	Obiettivo 2 del LAP

Terminal crociere multifunzionali e aree portuali/Attività temporanee

LAP Valencia - Attrarre e creare nuove attività, aree di svago e centri commerciali vicino al porto turistico e al punto degli sbarchi degli equipaggi delle navi da crociera	Action 1.8 del LAP; TJ 2 p.35
LAP Valencia – Equipaggiare il terminal crociere per renderlo adatto a vari utilizzi	Action 1.7 del LAP
LAP Helsinki – Creare un "Villaggio Sauna" non lontano dal terminal crociere	Action 1.4 del LAP
LAP Helsinki – creare una zona di accoglienza per i crocieristi nelle prossimità del terminal	Action 1.5 del LAP
LAP Helsinki – Convertire gli edifici industriali del porto storico nella "casa cittadina per la danza"	Action 2.1 del LAP

LAP Matosinhos – Nuove offerte turistiche a terra (nuovi programmi, nuovi fornitori e nuovi prodotti)	Action 1.2 del LAP
LAP Matosinhos – Collocazione di luoghi di ricerca scientifica e divulgazione, anche tramite dipartimenti universitari, nel nuovo terminal	Action 3.1 del LAP; TJ 1 p.54

Il “Planning gain”: sfruttare le crociere e i flussi come opportunità per nuovi piani di ri-sviluppo

LAP Rodi – Riqualficazione di un'ex area industrial vicina al terminal esistente	Action 1.2 del LAP
LAP Dublino – ragionamento sull'avvio di un piano territoriale sull'area compresa fra il fronte mare e l'area dei Dockland.	Action 1.2 del LAP
LAP Napoli – Riutilizzare gli edifici della città bassa e del porto per sostenere processi di riqualficazione urbana	Obiettivo 2 del LAP
LAP Naples – Risviluppo del fronte mare, dell'area monumentale e delle parti adiacenti del centro storico	Obiettivo 1 del LAP; TJ 3 p.55; TJ 3 p.58

Sinergie con altre strutture marittime e relativi flussi

LAP Varna – Sviluppo del Marina esistente e del terminal passeggeri del porto di Varna	Action 1.1 del LAP
LAP Rostock – Creazione di sinergie tra le crociere e il trasporto di passeggeri via ferry (e altri tipi di turismo)	Action 2.2 del LAP

2. ASPETTI FUNZIONALI E DI GOVERNANCE

Creare occupazione locale nel settore marittimo e delle crociere attraverso la formazione di “cluster”

LAP Matosinhos – Sviluppo dell'imprenditoria e dell'occupazione tecnologica connessa al settore marittimo	Action 3.2 del LAP; TJ 1 p.54
LAP Rostock – Sviluppo dei contatti tra investitori e operatori per avviare crociere brevi con piccole navi nel Mar Baltico meridionale	Action 3.2 del LAP
LAP Rostock – consolidamento dell'“Accademia delle Crociere” e sviluppo e estensione dell'area dei quartieri generali delle compagnie di crociere stanziate a Rostock	Action 2.1 del LAP; TJ 2 p.74
LAP Dublino – Stabilire un'organizzazione/agenzia unica per promuovere e sviluppare l'industria del traffico	Action 3.1 del LAP

crocieristico a Dublino	
LAP Alicante – Patto di cooperazione commercial tra la municipalità e l’Autorità Portuale	Action 3.1 del LAP

Formazione ed istruzione

LAP Valencia – Corsi di formazione per il personale di servizio del settore turistico in collaborazione con centri di formazione professionale (turismo, lingue, marketing, ecc.)	Action 3.5 del LAP
LAP Rostock – “Accademia delle Crociere” di Rostock	Action 2.1 del LAP; TJ 2 p.74

Informazioni e punti di informazione per turisti (crocieristi/non)

1. Strumenti di informazione

LAP Valencia – Punto di informazione nella città specializzato per il turismo crocieristico	Action 3.1 del LAP
LAP Valencia – Predisposizione di segnaletica per guidare i crocieristi attraverso varie aree turistiche	Action 3.10 del LAP
LAP Valencia – Migliorare le informazioni turistiche nel terminale	Action 1.1 del LAP
LAP Rodi – Installazione di sistemi di informazione all’interno dell’area portuale (pannelli informativi e “info point”)	Action 2.1 del LAP
LAP Matosinhos – Sviluppo di materiale turistico promozionale più attraente	Action 4.2 del LAP
LAP Matosinhos - Introduzione di informazioni sulla città a bordo nave	Action 4.3 del LAP
LAP Alicante - Sviluppo di un centro visitatori nella città vecchia per il “benvenuto” ai visitatori	Action 1.1 del LAP; TJ 1 p.102
LAP Alicante – Informazioni riguardo i percorsi con brochure specifiche (percorsi guidati) e specifiche brochure per passeggeri (percorsi liberi)	Action 2.1 del LAP
LAP Napoli - Info point per passeggeri ed equipaggio	Action 3.2.1 del LAP
LAP Valencia – Visite tematiche guidate offerte da operatori locali	Action 3.4 del LAP

2. Portale web e Wi-Fi

LAP Valencia – Sviluppare informazioni sulle destinazioni usando ICT (portali web per turisti)	Action 3.2 del LAP
LAP Helsinki – Sviluppare servizi di informazione turistica per i passeggeri delle crociere con servizi basati sulla tecnologia	Action 3.1 del LAP

mobile	
LAP Dublino – Promuovere le aree (città e paese) come destinazione per ulteriori visite	Action 2.1 del Dublin LAP; TJ 2 p.37

Percorsi tematici nel centro storico

LAP Valencia – Sviluppare specifici percorsi nel centro cittadino armonizzabili con la disponibilità di tempo e gli interessi dei passeggeri	Action 3.3 del LAP
LAP Rodi – Sviluppare percorsi culturali nella città medievale	Action 1.5 del LAP
LAP Matosinhos – Definire differenti percorsi a seconda del tempo e delle preferenze (percorsi culturali, monumentali, sportivi, escursioni giornaliere, ecc.)	Action 4.1 del LAP
LAP Alicante – Sviluppo di differenti percorsi nella città vecchia a seconda del tempo e delle preferenze (musei, chiese, gastronomia, artigianato)	Action 1.2 del LAP; TJ 1 p.102
LAP Napoli – Itinerari culturali e artistici nella città bassa, gestiti dalle locali associazioni di commercianti	Action 3.4.9 del LAP; TJ 2 p.27

Fare acquisti e mangiare

LAP Valencia – Informazioni aggiornate per i commercianti riguardanti gli arrivi delle navi da crociera	Action 3.6 del LAP
LAP Valencia – Facilitazioni nei negozi per i turisti delle crociere	Action 3.7 del LAP; TJ 2 p.35
LAP Valencia – Trasporto offerto nel terminal crociere di acquisti fatti in città	Action 2.5 del LAP; TJ 1 p.37
LAP Helsinki – riutilizzo temporaneo delle hall dell'ex area industrial portuale per artisti e per i "villaggi artigiani" con prodotti tipici realizzati in loco	Action 2.3 del LAP; TJ 1 p. 77
LAP Varna - Creazione di numerosi centri commerciali e di attrazioni turistiche attorno al porto di Varna Est	Action 3.2 del LAP
LAP Rodi - Sviluppare un marchio che garantisca la qualità per negozi e ristoranti	Action 3.4 del LAP
LAP Matosinhos – Riutilizzo degli edifici: ristoranti e negozi nel distretto storico urbano costiero	Action 2.2 del LAP; TJ 1 p.54
LAP Napoli – Sviluppo di un centro shopping nell'edificio multifunzionale della stazione marittima	Action 3.1.1 del LAP; TJ 1 p.60; TJ 2 p.27
LAP Napoli – Supportare le attività economiche	Action 3.4.3 del LAP; TJ 1 p.60; TJ 2

che sono storicamente presenti nel distretto portuale (orafi e negozi di tessili)	p.27; TJ 3 p.62
---	-----------------

Times and timetables

LAP Rhodes - Adjusting visiting hours of archaeological and cultural sites	Action 3.3 of the LAP
LAP Dublin - Encourage the time of events and activities to coincide with cruise ship calls	Objective 1 of the Dublin LAP
LAP Napoli – Retail opening times plan linked to cruise tourism	Action 3.2.2 of the LAP; TJ 2 p.27
LAP Alicante – The Port Authority will send information about port calls in advance in preparation for the cruise arrivals.	Action 3.2 of the LAP

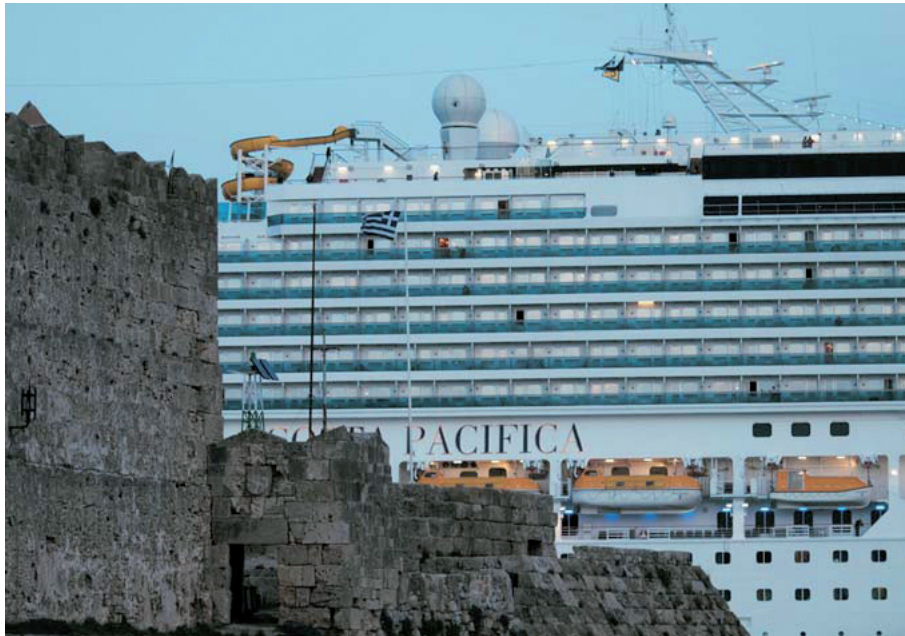
Cruise tourism market research

LAP Valencia - satisfaction surveys	Action 3.9 of the LAP
Case Study Dublin - Survey on cruise tourism in Ireland	This survey is set out under 'Introduction' in the Dublin LAP, and the findings of the survey are also referred to elsewhere in the document (Source: Fáilte Ireland"); TJ 2 p.37
Case study Helsinki - Survey on cruise tourism in Helsinki	TJ 2 p.44

Public space vitalization and events

LAP Valencia - Enabling access to the city events which coincide with cruise tourists stopovers	Action 3.8 of the LAP
LAP Helsinki - Creation of "market places" to develop leisure and tourism-orientated businesses and events in co operation with World Design Capital 2012 foundation (state/city/private)	Action 1.1 of the LAP
LAP Helsinki - Organizing Open European Helsinki 2011 - The Olympic Classes Sailing Competition in areas near the Cruise Terminal	Action 1.3 of the LAP
LAP Dublin - Promotion of and support for the port/docklands area as a destination for year-round attractions	Action 2.1 of the LAP; TJ 1 p.92

Valutazione generale delle procedure **4**



4.1 IL VALORE AGGIUNTO DEL PROGETTO CTUR

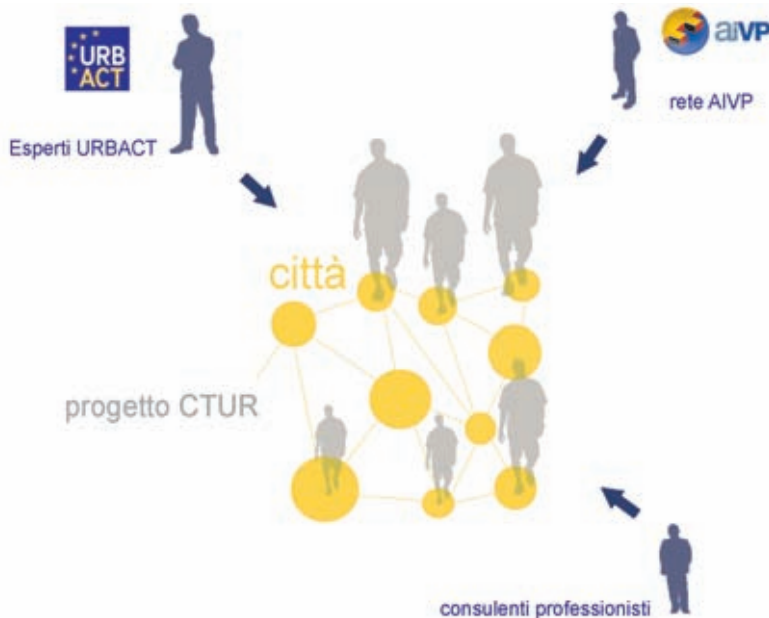
1) Trasferimento di conoscenze e buone pratiche – dentro e fuori la rete CTUR

Oggi, la sfida principale che affrontano le città destinazione di crociere è definire una strategia integrata e professionale di politica per il turismo crocieristico. Questa necessita di conoscenze specifiche, approcci e strumenti, così come di un forte coinvolgimento da parte di tutti gli attori, assieme alla capacità di dialogare con le compagnie di crociere.

Il primo elemento di valore aggiunto dal progetto CTUR è stato trasferire ai partner delle esperienze (provenienti anche fuori dalla rete) dimostranti quanto utile sia per ogni destinazione di crociera definire una politica unitaria, integrata e coerente nel settore delle crociere, basandosi su una profonda conoscenza (anche mediante statistiche) del fenomeno.

In questo senso, all'interno della rete, l'impegno di città già attive in questa direzione è servito come grande stimolo, modello e trasferimento delle buone pratiche.

Come esempi, ci si può riferire alla diffusione, attraverso i casi studio CTUR, di concrete esperienze nel campo dei sondaggi di mercato e a quelle di partecipazione alle associazioni regionali fra località destinazione di crociere (ad es. Cruise Baltic), di notevole interesse generale per tutti i membri.



Oltre alla presentazione di casi studio da mostrare alla rete CTUR, dagli esperti sia del progetto CTUR che della rete AIVP, la partecipazione di consulenti professionali e di rappresentanti del settore economico (crociere, turismo, istruzione ecc.) è stata molto utile per illustrare le buone pratiche. La presentazione diretta e la discussione di esperienze esterne alla rete CTUR è stata un rilevante valore aggiunto, da tener ben presente per l'attività futura. Alcune città hanno dichiarato esplicitamente che il progetto CTUR è stato l'inizio di una coerente e integrata pianificazione per questo settore e che ha permesso di guardare alle aree attorno ai terminal in una nuova ottica, introducendo una reale possibilità di operazioni di riqualificazione.

2) Il valore dei Gruppi Locali di Supporto (LSG)

L'esigenza di lavorare con il coinvolgimento di un "Gruppo di Supporto Locale" ha naturalmente fatto sì che il progetto CTUR si sia focalizzato sull'opportunità di lavorare in cooperazione con reti integrate locali. Questo è un elemento positivo importante. Alcuni partner hanno anche dichiarato che senza il progetto CTUR lo sviluppo di una reale cooperazione in tema di crociere tra autorità portuali e consigli municipali (i due maggiori "partner") sarebbe stata più lunga e complessa. In passato, la gestione delle crociere a livello locale era affidata principalmente ai porti, con una presenza modesta delle città, mentre oggi una stretta cooperazione è sempre più importante (su temi come la gestione delle aree, il marketing ecc.). Alcune città (Napoli e Matosinhos) hanno lavorato all'interno del CTUR con due partner (consiglio municipale ed autorità portuali) fatto che certamente ha rappresentato un dato positivo.

Dall'altro lato, in alcuni casi limitati, le destinazioni che, al di fuori del progetto CTUR, hanno lavorato in un'ottica di separazione tra consigli municipali ed autorità portuali, hanno mostrato che è molto più difficile creare chiari Piani di Azione Locale (LAP).

3) Dal Gruppo di Supporto Locale (LSG) al "cluster delle crociere"?

La cooperazione tra municipalità ed autorità portuali non è l'unico importante elemento all'interno della rete locale di cooperazione CTUR. A livello di Gruppi di Supporto Locale (LSG), sono stati coinvolti molti soggetti (ad es. enti commerciali, università ecc.). Alla fine del progetto è stato chiaro che per stimolare la politica delle crociere è estremamente importante che a livello locale ci siano molti partner privati, coinvolti il più possibile. Queste parti private sono in particolare gli operatori che muovono l'economia cittadina delle crociere. E' però una realtà che il progetto CTUR ha dimostrato anche che, in alcuni casi, nei LSG, c'è stato un debole coinvolgimento di alcune parti (inclusi enti istituzionali).

Appare infine importante un maggior sviluppo (ottenibile anche grazie al ruo-

lo di supporto dei soggetti pubblici) dei “cluster formali” di soggetti (misti di operatori e enti istituzionali) orientati al settore delle crociere. E’ qui che la presenza degli operatori economici dovrebbe essere più evidente che nei principali LSG istituzionali del CTUR. Tale formula costituirebbe inoltre un notevole volano per la riqualificazione da parte pubblica. Senza dubbio il LSG è stato comunque una buona base per il futuro sviluppo del cluster: il progetto CTUR ha disseminato l’esperienza di città che si sono già mosse in questa direzione ed hanno favorito, attraverso gli LSG, un iniziale nucleo di soggetti, anche se qualche volta si è sentita la mancanza di rappresentanti degli interessi economici.

3) I Piani di Azione Locale: integrare nuovi progetti con il “work in progress”

La definizione dei Piani di Azione Locale (LAP) durante il progetto CTUR è stato certamente un fattore centrale. Molte città hanno visto il LAP come una possibilità di creare progetti strutturati, integrati, caratterizzati da una elevata flessibilità e hanno posto in atto un coerente mix di operazioni già attivate (anche di dimensioni relativamente limitate) e di ipotesi di novi interventi, fortemente indirizzati alla scoperta di nuovi potenziali crocieristici.

Lo stimolo ad armonizzare le operazioni già pianificate o in via di esecuzione, con le nuove operazioni elaborate durante il CTUR – anche modeste ma fortemente specifiche come ad esempio la segnaletica per il turismo crociere o l’organizzazione di eventi temporanei attorno ai terminal – è stato certamente di grande importanza.

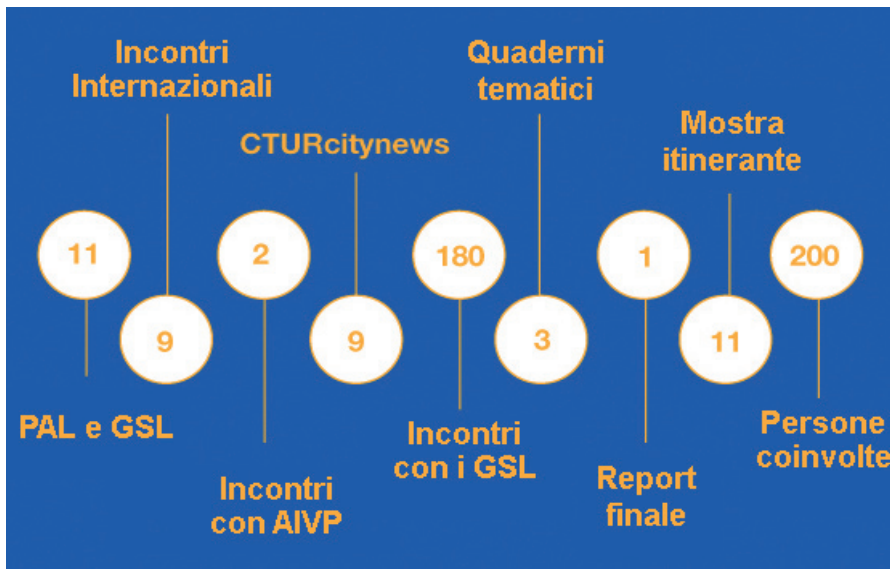
In alcuni rari casi i LAP sono stati forse eccessivamente ambiziosi dal momento che o hanno messo in conto operazioni future molto importanti (in termini di varietà delle istanze, degli strumenti, delle aree di impatto, profondità dei problemi e degli scopi, costi ecc.) o sono stati impostati come contenitori di soluzioni per problemi cittadini molto radicati, certamente importanti ma non connessi alle specificità delle crociere. La funzione del LAP come uno strumento per una razionale riqualificazione del potenziale crocieristico ne è risultata in questi casi indebolita.

In altri casi, il dettaglio e il ragionamento sulla fattibilità di alcune azioni è rimasto invece superficiale. In tutti questi casi, comunque comprensibili ed in alcuni casi giustificabili, non sarebbe stato facile richiedere soluzioni diverse, in quanto considerare di ridurre lo scopo dei LAP sarebbe stato un’ingerenza nei confronti della politica dei partner.

Infine, deve essere ricordato che il tempo e lo spazio per la discussione con i partner individuali – e membri dei LGS – su aspetti tecnici dei LAP (e dei caratteri di alcuni progetti in essi) non è stato sufficientemente considerato: a) Il notevole spazio dato nei meeting allo scambio di esperienze attraverso i

casi studio e la presenza di esperti; b) la lunghezza del tempo necessario ai partner per definire i LAP in maniera sufficientemente buona per i commenti e le discussioni da parte delle amministrazioni.

Notevoli differenze sono emerse fra chi ha usato la cornice dei LAP. Per alcuni partner, i LAP sono stati il risultato diretto di co-progettazione tra membri del Gruppo di Supporto Locale, dimostrandosi capaci di identificare un adeguato numero di azioni sia tecnicamente definite, fattibili e coerenti. Tali LAP, con piccole modifiche, possono già essere usati come base di progettazione concreta. Altri partner, invece, hanno elaborato dei LAP che sono stati espressione di politiche ottenute come somma di singole azioni, senza una completa indagine dei potenziali che sarebbero derivati da una loro "selezione" e da un "armonizzazione" in sede di pianificazione locale.



4.2 ALCUNI SUGGERIMENTI

Uno degli obiettivi di questo rapporto è quello di dare alcuni suggerimenti e presentare alcune considerazioni solo alle città, ai Gruppi di Supporto Locale, ai partner, alle altre amministrazioni e alle regioni coinvolte, ma anche ai dirigenti del segretariato URBACT e della Commissione Europea.

4.3 L'EFFETTO POSITIVO DELLA CREAZIONE DI RETI E LA CONNESSIONE CON LE AMMINISTRAZIONI REGIONALI

Il progetto CTUR ha ottenuto risultati positivi sia in termini di scambio di esperienze tra partner sia come strumento di facilitazione per la costruzione e l'attivazione di reti di azione locale, attraverso la costruzione di LSG e la stesura dei LAP. I LAP potrebbero essere utilizzati per la preparazione di Piani di Sviluppo Regionale per il periodo 2014 – 2020. A seconda degli obiettivi, basati sulla cornice strategica nazionale e sui nuovi programmi operativi per il periodo 2014 – 2020, i LAP saranno includibili nei progetti di partecipazione a programmi operativi di finanziamento. Si ricorda a tale proposito che i LAP sono già dei progetti condivisi a livello locale e radicati nella regione.

4.4 I FINANZIAMENTI

In riferimento ai finanziamenti per i LAP, alcuni sono finanziati dallo stato o dagli enti locali, o dai Programmi Europei, mentre per altri è stata fatta la richiesta di finanziamento. In alcuni casi, parte dell'attività è ancora senza un previsto adeguato finanziamento.

Il problema della mancanza di finanziamenti è una - ben nota - conseguenza della discrasia tra la tempistica del programma URBACT e la tempistica degli eventuali finanziamenti. E' dunque inevitabile un appunto su tale mancanza di coordinazione tra i componenti del progetto e i componenti per il finanziamento.

4.5 IL RUOLO DELLE AUTORITA' DI GESTIONE

Un'ulteriore fondamentale questione che riduce il potenziale del programma URBACT è il debole ruolo delle Autorità di Gestione ("Managing Authorities"), sebbene vi siano delle eccezioni.

Nel progetto CTUR, la relazione tra Amministrazioni comunali e Gruppi di Supporto Locale e la maggior parte delle autorità amministrative (che sono il soggetto di riferimento per il finanziamento) è stata spesso debole.

Questo dipende dal ruolo e dalle responsabilità attribuite nel programma URBACT alle Autorità di Gestione che non è abbastanza ampio lasciandole in una posizione di debolezza, anche perché sono spesso escluse dall'attività di concreta pianificazione. Le Autorità di Gestione diventano così soggetti essenzialmente passivi, chiamati a reagire solo se tirati in causa, ma che non sono coinvolti nel progetto. Inoltre, esse non rivestono il ruolo di "procacciatori" o di macchina di trasmissione degli input verso la UE. Le Autorità di Gestione o le autorità regionali avrebbero potuto essere collocate in un ruolo direttamente coinvolto nella "governance" dei progetti, così come nei reali piani per il finanziamento.

Risultati e prodotti disponibili

5



La Rete CTUR

I prodotti di CTUR sono disponibili alla pagina: <http://urbact.eu/port-cities/ctur/our-outputs>
Di seguito la lista dei link di maggiore interesse:



CTUR Studio Preliminare

The **Baseline Study** (studio preliminare) descrive il profilo del progetto e le sfide, temi focali, le esigenze di contributi e di apprendimento all'inizio del progetto. La rete URBACT - CTUR ha riunito 10 città portuali di differente dimensione, 2 autorità portuali e una autorità regionale.



CTUR Brochure

The **CTUR brochure** descrive la partnership del progetto, i suoi principali obiettivi e i risultati attesi. La brochure del CTUR è tradotta nelle lingue locali di ciascun partner.



CTUR Report Tematici

Descrivono in maniera dettagliata i contenuti della "Riunione inaugurale", di sei "Conferenze tematiche", della "Conferenza dello **Steering Committee**, degli esperti e delle Autorità di Gestione" e della "Conferenza Finale", ospitate nelle città partner:

- First seminar, Kick-off Meeting - Varna (Bulgaria)
- Second seminar, Thematic Conference - Matosinhos (Portugal)
- Third seminar, Thematic Conference - Trieste (Italy)
- Fourth seminar, Thematic Conference - Dublin (Ireland)
- Fifth seminar, Thematic Conference - Alicante and Valencia (Spain)
- Sixth seminar, Thematic Conference - Rostock (Germany)
- Seventh seminar, Thematic Conference - Rhodes (Greece)
- Eighth seminar, Experts Workshop - Helsinki (Finland)
- Ninth seminar, Final Conference - Naples (Italy)



CTUR Citynews

Le newsletter del CTUR vogliono essere dei tributi alle città che hanno ospitato, come membri del CTUR, le riunioni della rete tematica.

- N.1/2010 Varna CTUR citynews
- N.2/2010 Matosinhos CTUR citynews
- N.3/2010 Trieste CTUR citynews
- N.4/2010 Dublin CTUR citynews
- N.5/2011 Alicante CTUR citynews
- N.6/2011 Valencia CTUR citynews
- N.7/2011 Rostock CTUR citynews
- N.8/2011 Rhodes CTUR citynews
- N.9/2011 Helsinki CTUR citynews
- N.10/2011 Naples CTUR citynews
- N.1/2010 URBACT Napoli Citynews in *local languages*





CTUR Quaderni Tematici

Tre quaderni tematici sono dedicate a:

- “Physical and Environmental Components”
- “Economic and Social Benefits”
- “Governance”

I tre quaderni tematici rappresentano il più rilevante prodotto tecnico del progetto CTUR, essi sono indirizzati alle amministrazioni pubbliche, politici, pianificatori urbani e ricercatori. Essi inoltre contengono capitoli su specifici argomenti tematici e “casi studio”.

CTUR Piani di Azione Locale

Ciascun partner ha prodotto il proprio Piano di Azione Locale (LAP - [Local Action Plan](#)). I piani di azione locale sono tradotti in lingua locale da tutti i partner.



CTUR Mostra itinerante dei PAL

La finalità della “Mostra itinerante” del CTUR è condividere in tutta l’Europa i Piani di Azione Locale della rete URBACT CTUR, così come i risultati principali. Ogni partner, nella propria città, ha programmato di ospitare l’esposizione viaggiante con traduzioni nella lingua locale.

- [CTUR Exhibition Digital book](#)

CTUR Pocket

Il pocket del CTUR contiene:

- 1 [CTUR Final Report and Good Practices Guide](#) che contiene una sinossi ragionata delle “lezioni imparate” durante il progetto e gli “strumenti” che le città partner hanno deciso di usare nei loro Piani di Azione Locale.
- 11 [CTUR Local Action Plan Schedules](#), che descrivono brevemente i contenuti dei Piani di Azione Locale sviluppati dai partner. Le schede sono tradotte nelle lingue locali.
- 1 CTUR cd Il CD contiene tutti i prodotti sviluppati dalla rete.



CTUR Articoli

Articoli scritti dagli esperti tematici e pubblicati su “The URBACT Tribune”

- J.Tomatis, [From port-cities to city-ports: a story of «I love you neither do I»_settembre 2009](#)
- V.Torbianelli, [Linking cruise tourism to urban regeneration. The CTUR project and beyond_novembre 2010](#)

Sviluppo urbano sostenibile

Sviluppo che risponde alle necessità del presente, senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze. (Definizione dal Rapporto Brundtland, 'Our Common Future', 1987)

Capitalizzazione

Sfruttare al massimo la conoscenza, gli esiti e l'esperienza di un progetto.

URBACT

Programma Europeo per la promozione dello sviluppo urbano sostenibile.

Rete Tematica

Una tipologia di progetto URBACT II focalizzato sulle attività di scambio e apprendimento. Le reti prevedono un partenariato di 8-12 città, una durata di 36 mesi e una città come Capo Fila.

Gruppo di lavoro

Una tipologia di progetto URBACT II focalizzato sulla produzione di risultati. I gruppi di lavoro prevedono un partenariato di 6-8 membri (autorità pubbliche, atenei, centri di ricerca), una durata di 24 mesi e un'Autorità Pubblica come Partner Leader.

Autorità di gestione (dei Programmi Operativi)

Organizzazione responsabile della gestione dei fondi europei a livello nazionale.

Piano d'Azione Locale (PAL)

Piano creato dal partner locale URBACT, come risultato delle attività di scambio e apprendimento all'interno della rete o del gruppo di lavoro. La rete (o gruppo di lavoro) promuove gli obiettivi e le attività, a partire dai quali ciascun partner - rispetto alle esigenze del contesto locale e dell'area progetto - imposta il piano e le azioni da realizzare sulla base del lavoro svolto dal gruppo di supporto locale, formato dai vari stakeholder interessati all'area di intervento.

Studio preliminare (Baseline study)

Raccolta di informazioni relative al punto di partenza di qualunque progetto o iniziativa, il cui miglioramento può essere poi misurato. Ogni studio preliminare del progetto URBACT include lo stato dell'arte della questione a livello europeo, una serie di profili dei partner e un profilo di ogni città partner.

**Lead Partner
NAPLES (Italy)**

Comune di Napoli
V Direzione Centrale - Infrastrutture
Unità di progetto URBACT
reti nazionali ed internazionali
Via Speranzella, 80 - 80132 Napoli
tel. +39 081 7958932/34/17
fax +39 081 7958938/39

Gaetano Mollura
Project coordinator
gaetano.mollura@comune.napoli.it
Cristina Fato Project officer
Giovanni Hoffmann Project officer
Anna Arena Project officer
Maria Luna Nobile Project officer
urbactnapoli@comune.napoli.it

**Partner
ALICANTE (Spain)**

Gaspar Mayor Pascual
gaspar.mayor@alicante-ayto.es
Sara Prieto Vidal
sara.prieto@alicante-ayto.es
Gema Muñoz Alcaraz
gema.munoz@alicante-ayto.es

DUBLIN (Ireland)

Eileen Quinlivan
eileen.quinlivan@dublincity.ie
Jim Keogan
jim.keogan@dublincity.ie
Cait Ryan
cait.ryan@dublincity.ie
Kehinde Oluwatosin
kehinde.oluwatosin@dublincity.ie

**GENERALITAT
VALENCIANA (Spain)**

César Jiménez Alcañal
jimenez_ces@gva.es
Marta Galbis Rocher
galbis_marroc@gva.es

HELSINKI (Finland)

Marianna Kajantie
marianna.kajantie@hel.fi
Tuija Aavikko
tuija.aavikko@hel.fi
Jari Huhtaniemi
jari.huhtaniemi@hel.fi

MATOSINHOS (Portugal)

Joana Moreira
joana.moreira@cm-
matosinhos.pt
Elsa Severino
elsa.severino@cm-matosinhos.pt

**PORT AUTHORITY OF
LEIXÕES (Portugal)**

Joao Pedro Matos Fernandes
matos.fernandes@apdl.pt
Amelia Castro
amelia.castro@apdl.pt

**PORT AUTHORITY OF
NAPLES (Italy)**

Fiorinda Corradino
f.corradino@porto.napoli.it
Barbara Casolla
b.casolla@porto.napoli.it

RHODES (Greece)

Voula Moraitou
parmoraitou@gmail.com
Nectarios Santorinios
santorinios@rhodes.gr

ROSTOCK (Germany)

Andreas Schubert
Andreas.Schubert@rostock.de
Ralph Maronde
Ralph.Maronde@rostock.de
Patrick Schmidt
Andreas.Schubert@rostock.de

TRIESTE (Italy)

Edgardo Bussani
BUSSANI@comune.trieste.it
Elisabetta Boglich
BOGLICH@comune.trieste.it
Carlotta Cesco Gaspere
CESCO@comune.trieste.it
Mauro Vivian
VIVIAN@comune.trieste.it

VARNA (Bulgaria)

Georgi Gilev
georgi_gilev@abv.bg
Bistra Dimova
bdimova@varna.bg

**Observer Partner
ISTANBUL (Turkey)**

Metin Canci
canci@ibb.gov.tr

**AIVP (International
Association Cities and
Ports)**

Olivier Lemaire
olemaire@aivp.org
Greta Marini
gmarini@aivp.org
Olivier Forget
oforget@aivp.org

LEAD EXPERT

Vittorio Alberto Torbianelli
Vittoriot@econ.units.it

THEMATIC EXPERT

Pauline Geoghegan
pauline.geoghegan@skynet.be

**WEBSITES
URBACT II Programme**
www.urbact.eu/ctur

**CTUR NETWORK
NATIONAL
DISSEMINATION POINTS**

ITALY

[http://www.unich.it/dart/urbact/
urbactII.html](http://www.unich.it/dart/urbact/urbactII.html)

GERMANY

[http://www.oerok.gv.at/
contact-point/urbact.html](http://www.oerok.gv.at/contact-point/urbact.html)

SPAIN

[http://www.ecosistemaurbano.com/
urbact](http://www.ecosistemaurbano.com/urbact)

BULGARIA

<http://www.namcb.org>

PORTUGAL

<http://www.dgotdu.pt/urbact/>

GREECE

[http://www.espa.gr/el/pages/static
URBACT.aspx](http://www.espa.gr/el/pages/static/URBACT.aspx)



URBACT II è un Programma europeo di cooperazione interregionale finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) per favorire lo scambio di esperienze tra le città europee e la capitalizzazione/diffusione delle conoscenze acquisite in materia di sviluppo urbano sostenibile e integrato. Lo scambio avviene attraverso la creazione di Reti tematiche e Gruppi di lavoro caratterizzati da specifici requisiti di partenariato, durata e dotazione finanziaria.

Il Programma si pone in continuità con URBACT I creato nel 2002 al fine di mettere in rete le città beneficiarie dei programmi europei carattere urbano (Urban I, Urban II, Urban Pilot Projects).

URBACT coinvolge 300 città per un totale di 29 paesi e 5000 partecipanti attivi.

CTUR è una rete tematica del Programma URBACT II che si concentra sul tema del Traffico Crocieristico e della Rigenerazione Urbana; in particolare si chiede in che modo le aree portuali della città possano essere produttive e non semplicemente luoghi di transito per le attività del turismo da crociera. Il partenariato è composto da differenti realtà che alludono ad una fattiva cooperazione: Napoli (come città capofila e promotore del tema), Alicante, APDL (Autorità Portuale di Douro e Leixoes), Dublino, Helsinki, Istanbul, Matosinhos, autorità Portuale di Napoli, Generalità Valenciana, Rodi, Rostock, Trieste e Varna. Le attività sono supportate dall'Associazione Internazionale dei Porti e delle Città (AIVP)