



INTERNATIONAL FORUM OF ADRIATIC AND MEDITERRANEAN SMALL PORTS

MONOPOLI 8 OTTOBRE 2010

REPORT DEGLI INTERVENTI

**8 OTTOBRE
SESSIONE POMERIDIANA**

MEDCRUISE ASSOCIATION SPADONI:

L'Associazione dei Porti da Crociera del Mediterraneo (MedCruise) fu fondata nel Giugno 1996, a Roma, per un accordo di collaborazione tra 16 porti, oggi comprende 64 porti associati, in rappresentanza di oltre 80 porti

I porti appartengono a 21 nazioni:

- Il Mare Mediterraneo, il vicino Atlantico, il Mar Nero ed il Mar Rosso.
- Nazioni dell'Unione Europea e Nazioni candidate per l'ingresso.
- Nazioni vicine all'UE.
 - Crescente interesse nel Mar Nero
 - Nazioni appartenenti al programma MEDA.
- Albania, Israele, Libano, Libia, Montenegro ed Algeria sono le sole nazioni che (ancora) non partecipano all'Associazione

Gli obiettivi dell'associazione sono:

- Promuovere il Mediterraneo come destinazione per le crociere e più specificatamente i propri porti associati.
- Aumentare l'efficienza dei porti associati attraverso lo scambio di informazioni relative al traffico dei passeggeri delle crociere, alle "buone norme" (Best practices) per sviluppare i porti delle crociere, all'organizzazione, l'amministrazione e la gestione.
- Formulare e sostenere posizioni condivise, politiche o piani di azione su questioni di interesse comune sulle politiche relative all'industria delle crociere da presentare alle istituzioni nei congressi regionali o internazionali.
- Sviluppare ed accrescere le buone relazioni e la collaborazione tra tutti i porti crocieristici del mondo e l'industria delle crociere - legami con le linee da crociera!
- Conseguire il buon bilanciamento dell'Associazione assicurando i propri servizi a porti di diverse dimensioni, in differenti regioni, nazioni e culture.
- Fornire ai porti associati strumenti commerciali, per fare sistema e per svilupparsi professionalmente ma anche occasioni per incontrarsi ed incontrare gli altri attori dell'industria.

Tra i vari progetti in atto, da segnalare il progetto di "Benchmarking" tra i porti associati per determinare la "buone norme" da applicare per le attrezzature, i servizi ed i costi nei porti crocieristici.

Settori importanti per MedCruise:



Lo Sviluppo Economico del Mediterraneo e delle economie regionali.

Temi Ambientali

- I Cambi del Clima Globale. CO2 ed Effetto Serra.
- Problemi di Salute Pubblica nei porti – SOx, NOx, Particolato.
- Fornitura di Elettricità da Terra alle Navi.
- Altro: Emissioni.

Diritti dei Passeggeri (Passeggeri con Ridotta Mobilità).

Legami Culturali ed Economici con altre regioni, culture, nazioni

Il 2009 è stato un anno molto importante per il settore crocieristico che ha registrato sensibili aumenti di passeggeri, ciò è dovuto anche all'aumento della dimensione delle navi con conseguente aumento della capacità di carico dei passeggeri.

L'Adriatico ha registrato un sensibile incremento di scali e passeggeri, indotto prevalentemente dall'inaugurazione a Venezia di un nuovo terminal. Un altro dato importante è la constatazione che i passeggeri hanno scelto itinerari più corti e quindi meno costosi.

Il 2009 ha confermato che il maggiore mercato sorgente continua ad essere l'Europa del Nord i cui passeggeri richiedono imbarchi di facile accesso e facilmente raggiungibili (Barcellona, Savona e Venezia in particolare). Partendo da questi porti, i passeggeri prediligono rotte nell'Adriatico o nel Mediterraneo Occidentale. In questo momento di crisi, sono penalizzate le rotte del Mediterraneo Orientale ed del Mar Nero che richiedono più giorni di navigazione e sono conseguentemente più costose.

I porti che registrano una crescita, sono quelli che offrono terminal efficienti.

Esiste nel Sud Italia un mercato sorgente importante ed in forte crescita che incoraggia le linee ad effettuare nuovi imbarchi scegliendo porti del Sud Italia.

Caratteristiche richieste al porto per ospitare le navi da crociera

- È richiesta la separazione d'uso delle aree portuali
- Sono richieste nuove e costose infrastrutture
- È richiesto personale qualificato
- Sono richiesti i più moderni sistemi di sicurezza
- È richiesta la creazione di un nuovo tipo di relazioni tra gli enti del turismo, le autorità cittadine e la comunità dell'industria crocieristica

Vantaggi:

- prestigio
- Il Turismo – **un'industria locale con profitti locali**
- Il turismo crocieristico non è in competizione con altri tipi di turismo con base a terra
- I passeggeri di una nave da crociera non sono gli stessi passeggeri che visiterebbero una destinazione in un viaggio non organizzato
- I passeggeri di una nave da crociera possono “sperimentare” una destinazione e decidere di ritornare per passare più tempo e spendere più denaro
- Il Turismo – **un'industria locale con profitti locali**
- Il turismo crocieristico non è in competizione con altri tipi di turismo con base a terra
- I passeggeri di una nave da crociera non sono gli stessi passeggeri che visiterebbero una destinazione in un viaggio non organizzato
- I passeggeri di una nave da crociera possono “sperimentare” una destinazione e decidere di ritornare per passare più tempo e spendere più denaro

In un mercato con forte concorrenza le linee scelgono il prodotto porto/destinazione che ritengono di maggior interesse per loro.

Con la retribuzione dei servizi portuali i porti provvedono al finanziamento delle opere infrastrutturali necessarie.

Il flusso dei turisti che transitano dal porto ha un impatto economico ben maggiore all'interno della regione. Una parte di questi proventi dovrebbe ritornare sulla città porto, sotto forma di finanziamenti pubblici o privati per nuove infrastrutture portuali e turistiche.

Le visite e le spese dei passeggeri sono importanti non solo allo sviluppo economico di una destinazione ma anche a quello di una vasta regione alle spalle del porto. E' giusto quindi aspettarsi che sia tutta la regione che beneficia di questo traffico a contribuire al finanziamento delle opere infrastrutturali necessarie al porto per facilitare la crescita del turismo.

La chiave per il successo di un porto

La possibilità di investire in strutture ricettive e turistiche dipende dagli "obiettivi di sviluppo" del porto che dovrebbero essere costruiti sui "punti di forza" del porto stesso.

In un recente studio di "Policy Research Corporation" per la Commissione Europea, "**Tourist facilities in ports - Enhancing sustainable growth of cruise tourism in Europe**", l'autore Han van Midden *considera le* caratteristiche che un porto dovrebbe sviluppare per aumentare il proprio traffico crocieristico e propone una classificazione per i porti:

- Porti per il solo sbarco/imbarco dei passeggeri: sfruttano una buona posizione logistica per attrarre navi e passeggeri
- Destinazioni per il solo transito (la nave giunge al porto/destinazione al mattino, sbarca i passeggeri per le escursioni e riparte la sera stessa quando tutti i passeggeri sono rientrati. Anche tra i porti per il solo transito vi sono due diversi tipi di porto
- Destinazioni orientate all'accoglienza del turista indipendente (La destinazione per le sue caratteristiche turistiche attrae grandi flussi di passeggeri)
- Destinazioni esclusive ed uniche (La destinazione ha una ridotta capacità ricettiva ma ha le caratteristiche per attirare un flusso di passeggeri scelti e più abbienti che guardano soprattutto alla qualità dei servizi)

Alcuni porti si trovano in una buona posizione logistica ma hanno grandi potenzialità per attrarre i turisti. Si ha allora il caso del Porto Punto centrale di snodo per il turismo crocieristico (Barcellona, Civitavecchia, Venezia, Istanbul, Pireo)

Si può scegliere tra **due strategie**:

Destinazioni orientate all'accoglienza del turista indipendente: mega-navi e turismo di massa

Destinazioni esclusive ed uniche:

- Eccellenti strutture turistiche nel porto e nel suo retroterra;
- Massima attenzione nell'accogliere gruppi limitati di crocieristi

Due tipi di crescita:

Una crescita nella domanda di itinerari per crociere "popolari".

- Il progetto e lo sviluppo di mega-navi
- La necessità per i porti di sviluppare infrastrutture per accogliere le mega-navi

La crescita del mercato di lusso ed il desiderio di nuove esperienze.

- Voglia di scoprire nuovi porti (crociere ripetute).
- Offerta e domanda per il mercato delle crociere di lusso stanno aumentando



Accogliere le Mega-navi nei Porti:

- Progetti con richiesta di capitali su larga scala:
 - Nuove banchine più lunghe
 - Dragaggi per assicurare sufficiente profondità per la sicurezza delle navi
 - Infrastrutture stradali e ferroviarie
 - Conversione di banchine commerciali spesso redditizie in banchine appropriate per ricevere le navi da crociera
- Migliorare i trasporti terrestri e la logistica delle escursioni per servire migliaia di passeggeri.
- Necessità di ampi parcheggi per i bus e per organizzare la sosta di vaste flotte di veicoli per le escursioni dei passeggeri

Il crocierismo per il mercato di lusso si propone obiettivi diversi :

- Piccole navi che possono facilmente scalare porti più esclusivi o destinazioni storiche, inaccessibili per le navi più grandi.
- I passeggeri delle navi di lusso non richiedono di essere vicini alle grandi navi riservate ad un turismo di massa.
- I passeggeri delle navi di lusso apprezzano l'accesso pedonale diretto, facile ed allettante nel centro delle città storiche – la libertà di scelta e di espressione sono della massima importanza
- Destinazioni sempre meno sfruttate e più esotiche.
- Abbondanza di servizi di qualità con il più alto livello di attenzione ai dettagli, a bordo come a terra!
- I passeggeri di lusso richiedono sempre qualcosa di nuovo:
 - Nuovo e privilegiato: quando il prodotto è disponibile per il mercato di massa esso cessa di essere esclusivo.
 - Tours privati ed esclusivi – programmazione impeccabile.
 - Località famose, quando l'accesso al pubblico normale non è consentito.
- Gli itinerari includono anche la sosta notturna nei porti, consentendo ai passeggeri di esplorare in dettaglio e senza fretta le destinazioni

Linee di Lusso: Azamara, Crystal, Regent, Seabourn, SeaDream, Silversea e Windstar:

- Nel 2008 le navi di queste linee hanno offerto circa 8.500 posti letto.
- Il numero dei posti letto crescerà di 2.430 posti letto fino al 2012 (+ 29%).

Linee di super-lusso: Crystal, Regent, Seabourn, SeaDream and Silversea:

- Nel 2008 I posti letto di questo settore ammontavano a circa 8.000.
- Il numero dei posti letto crescerà di 2.442 posti letto fino al 2012 (+35%).

Che cosa cerca una linea da crociera in un porto:

- Visione condivisa verso la destinazione
- Comprendere il mercato e la clientela
- Esperienze impeccabili
- Interdipendenza a livello regionale
- Un piano di azioni a lungo termine
- Sfruttare le risorse proprie della città porto
- Differenziazione del prodotto turistico
- Rispetto, corretta valutazione e preservazione dell'eredità storica



Caratterizzare il proprio porto/destinazione

- Che tipo di porto?
- Che tipo di destinazione?
- Porto di testa o di transito?
- Numeri o qualità?
- Il porto può essere considerato una destinazione famosa (“marquee”) o una destinazione “da scoprire” (“discovery”)?

Un porto “marquee ” ... è famoso in tutto il mondo

- Assolutamente necessario per ogni tipo di itinerario

Un porto “discovery” trae vantaggio dall’essere incluso in un itinerario

- Dove si può collocare il porto in un itinerario?

La strategia di sviluppo di un porto

1. Sapere come promuovere la propria destinazione
2. Investire in servizi di base ed in risorse umane
3. Sviluppare relazioni
4. Sviluppare gli investimenti

sapere come promuovere la propria destinazione

- ▶ Autenticità
- ▶ Il Prodotto
- ▶ Destinazione da scoprire
- ▶ Conoscere il proprio mercato sorgente

investimento preliminare nella destinazione

- ▶ Organizzazione a tutti i livelli (servizi, promozione, coordinazione delle risorse)
- ▶ Piani di sviluppo – a corto ed a lungo termine
- ▶ Risorse Umane
- ▶ Infrastrutture di base

espandere le relazioni

1. Cruise Lines
2. La stampa e le fiere specializzate
3. Le Associazioni dell’Industria
4. I Clubs delle Crociere – collaborazione locale
 - Il Porto
 - Gli Agenti
 - Gli Enti di Promozione Turistica
 - Il Comune
 - La Camera di Commercio
 - Le Organizzazioni dei Commercianti

sviluppare gli investimenti

1. Il terminal passeggeri (è necessario?)
2. Accosti, banchine, dragaggi... infrastrutture per le mega-navi?
3. Aree Logistiche per i trasporti terrestri
4. Intermodalità



5. Relazione Porto-Città = Relazione Nave-Destinazione

Miglioramenti nei Porti

- Management
 - Migliorare il livello dei servizi
 - Capacità nel gestire la congestione
 - Sistemi condivisi di prenotazione degli ormeggi
 - Collaborazione tra i vari attori locali:
 - Il porto è visto come un'unica entità e tutti i servizi disponibili concorrono a crearne l'immagine
 - Best Practices

L'Espansione dell'industria nel Mediterraneo

- È questa crescita sostenibile?
- Che cosa è richiesto perchè l'industria delle crociere possa continuare a crescere nel Mediterraneo
 - Miglioramenti nei Porti
 - Nuove banchine e terminal;
 - Sostenibilità ambientale: fornitura di energia pulita da terra ("cold ironing"? – nuove fonti di energia rinnovabili?)
 - Sinergie tra Porti Regionali
 - Nuovi Porti – Nuove Regioni
 - Espandere l'Alta Stagione
- Mentre I porti più popolari stanno raggiungendo la saturazione con punte di traffico in alcuni giorni dell'anno, Il Mediterraneo abbonda di città portuali e di destinazioni meno conosciuti ed affascinanti.
- MedCruise comprende varie regioni alcune delle quali devono ancora essere sfruttate per tutto il loro potenziale.
- In Adriatico, siamo stati testimoni di un boom in un'area che faticava ad emergere meno di un decennio fa: le potenzialità continuano a crescere, soprattutto per le nuove destinazioni.

AUTORITA' PORTUALE IGOUMENITSA GRINIAS:

Il porto di Igoumenitsa è un piccolo porto con una posizione strategica nel Nord Ovest della Grecia, è presente in tre network trans-europei di trasporti ed in 3 corridoi adriatici. Il porto è collegato con due autostrade una per Budapest, l'altra per Istanbul (Egnatia Odos Transport Corridor) dalle notevoli potenzialità.

Si sta, inoltre, sviluppando traffico intermodale verso il Mar Nero.

L'Autorità portuale è impegnata in azioni di miglioramento infrastrutturale e di sviluppo del settore turistico. Igoumenitsa, infatti, è porta d'accesso verso numerose località turistiche importanti sia naturalistiche che culturali. Si sta sviluppando anche una ricettività alberghiera di lusso.

Vi è una forte volontà di cooperare.

CONSOLE ONORARIO MONTENEGRO ED ARMATORE MORFINI:

Il Montenegro e Monopoli hanno potuto sperimentare questa estate una prima occasione di sviluppo delle opportunità crocieristiche: Monopoli ha ospitato una prima crociera partita da Baar che ha fatto scalo a Monopoli con passeggeri russi. Da parte del Montenegro vi è l'interesse a sviluppare temi di cooperazione nell'ambito dei programmi di cooperazione UE, vi è un forte interesse allo



sviluppo della macroregione Adriatico-Ionica ed all'approfondimento delle tematiche dell'ambiente, sicurezza, autostrade del mare e turismo.

Occorre intraprendere un percorso di progettazione per elaborare offerte e pacchetti turistici combinati. L'idea dei siti Unesco può essere un valore aggiunto per la cooperazione dei sistemi turistici locali dell'Adriatico.

CEMAR AGENCY NETWORK SENESI

Per un'analisi attenta delle potenzialità di sviluppo di un porto, è opportuno procedere ad una classificazione dei porti in base al numero dei passeggeri:

meno di 50.000

50.000-100.000

100.000-500.000

Più di 500.000.

E' importante per un porto capire qual è il proprio target per definire le proprie strategie.

Le previsioni per il 2011 del segmento crocieristico sono in forte crescita, vi è un trend positivo che dura da 10 anni.

Viste le prospettive, sono molti i porti che aspirano ad affacciarsi nel settore e nel mercato, ma non è semplice catturare e conquistare un armatore.

Vi sono immense differenze tra una compagnia ed un'altra, diventa, pertanto, fondamentale capire il target da conquistare. In Italia i porti che vengono toccati dagli scali delle crociere sono 62: 50 nel Mar Tirreno, 8 Adriatico, 4 Ionio. Dei 62 porti ben 44 registrano un traffico passeggeri sotto i 50.000, ma rappresentano solo il 3% del traffico crocieristico.

In realtà l'intero traffico (l'80%) è gestito da 7 porti tra cui Venezia e Bari che, occorre dire, dipende dallo sviluppo di Venezia.

I competitors di Monopoli sono i 44 porti. I porti medio piccoli (50.000-100.000) che la fanno da padrona sono Sorrento e Portofino, nell'Adriatico Trieste è un po' in crisi, Brindisi registra 30 toccate.

Nella stagione 2011 le navi da crociera avranno le seguenti caratteristiche:

37 navi meno di 500 passeggeri

25 navi 500-1000 passeggeri

36 navi 1000-2000 passeggeri

35 navi 2000-3000 passeggeri

14 oltre 3000 passeggeri.

In base a tali numeri Monopoli si dovrà confrontare con una realtà in cui solo il 3% del mercato è riservato a questa tipologia di porti con una concorrenza di 44 porti, sono a disposizione 62 navi con meno di 1000 passeggeri, con 1415 toccate nei porti, per una movimentazione complessiva di 321.000 passeggeri, dove Sorrento e Portofino sono molto forti.

Ciò vuol dire che per conquistare una fetta di mercato vi è da fare un duro lavoro, **occorre elaborare una strategia seria, in base alle linee guida esposte da MedCruise**, sfruttando le peculiarità del territorio ed anche il fatto che Monopoli a differenza di alcuni di quei 44 porti che sono semplici rade, Monopoli è un porto a tutti gli effetti.

ASSESSORE REGIONE PUGLIA MINERVINI

La Puglia ha investito molto nelle infrastrutture ed oggi può disporre di una rete di infrastrutture di pregio, occorre, tuttavia, fare un passo avanti nella direzione di interventi che permettano alle



infrastrutture di entrare in una rete in un sistema. Molto spesso le singole infrastrutture registrano delle rotture nell'interoperabilità.

C'è bisogno di proseguire nella politica orientata alla connessione ed integrazione di rete oltre ad una politica orientata al mercato, capace di costruire attorno alle infrastrutture una filiera di servizi. Il Forum è stata occasione per prendere coscienza del lavoro da svolgere in questa direzione. All'interno della risorsa porto può sorgere una nuova economia dalle grandi potenzialità. **Questo**

significa attrezzare il territorio con servizi adeguati per renderlo pronto a sfruttare le opportunità offerte da questa risorsa.

La sfida richiede un **management serio, una logica di squadra e di filiera, una piena integrazione ed uno sforzo corale del territorio**, partendo innanzitutto dalla definizione ed individuazione del target e della nicchia da intercettare.

In questo percorso è fondamentale interagire con la macroregione adriatica, per uno sforzo congiunto.

E' necessario ritrovarsi intorno ad un tavolo per definire la strada e la strategia. Il governo regionale è consapevole che su turismo ed infrastrutture si gioca la capacità di sviluppo della Regione. La Regione sosterrà il comune di Monopoli e l'APL in questo percorso.

SHIPPING OPERATOR TOTORIZZO:

E' vero che i piccoli porti hanno una fetta piccola di mercato, è anche vero che molte rade si sostituiscono ai porti. Se Monopoli riuscisse a captare 20.000 passeggeri, sarebbe una bella realtà.

Occorre farsi conoscere: non si può fare turismo se non ci si presenta. Occorre partecipare alle fiere specialistiche offrendo un pacchetto e dei servizi. L'idea dei siti Unesco è interessante per presentarsi e proporre alle linee crocieristiche qualcosa di diverso.

Un altro aspetto da non trascurare è **il turismo che può essere indotto dal flusso turistico dei traghetti che molto spesso è solo dei transit.** Occorre attivare rapporti di scambio con i paesi di approdo dei traghetti.

Trasporto veloce: è possibile, ma occorre analizzare i numeri, i passeggeri ed i mezzi. E' vero che il settore è carente, ma è anche vero che è una realtà stagionale.

ROYAL CARRIBEAN CRUISE D'AGOSTINO:

Il confronto con i territori, le istituzioni è importante per guardare al futuro. La Royal ha basato le proprie strategie su 2 fattori: il prodotto (le navi) con servizi a bordo e a terra, la territorialità (i porti connessi alle infrastrutture del territorio). La crociera comincia quando il passeggero viene accolto nel porto e nella località. E' importante che i territori siano connessi in una struttura capace di cogliere queste opportunità. I territori devono essere attrattivi.

Il futuro: sono molte le navi che arriveranno in Italia, per i piccoli porti questa è un'opportunità, ma è anche un'opportunità di marketing per le compagnie per creare alternative.

Occorre creare azioni di partnership con le compagnie e i porti. Un possibile target può essere la linea di lusso Azamara che potrebbe essere interessata a toccare i piccoli porti, ma occorre l'attrattività del territorio.

MSC CROCIERE PASTENA:

E' importante che il porto non sia lasciato solo dalle istituzioni del territorio. Creare una strategia unica è importante

Le nostre navi attualmente possono scalare , nella regione Puglia, soltanto questi 3 porti:

- **Manfredonia**



Gli unici ormeggi disponibili sono quelli dell'ex Petrolchimico, non certo adatti alle navi passeggeri

- **Bari**

Porto che attualmente ospita navi fino a 300 metri – Stiamo lavorando con le Autorità per permettere l'ormeggio delle mega cruise vessel

- **Brindisi**

Porto che attualmente può ospitare navi grandi alla banchina di Costa Morena Est. Di prossima realizzazione una nuova banchina presso Castello Alfonsino, dedicata alle sole navi da crociera
Ospitare le Mega Cruise ship non è un gioco. I porti hanno bisogno di strutture adatte :

- **Bitte**

Una nave da 100.000 Tonnellate deve ormeggiare con 5 cavi che hanno un carico di rottura di 120 Tons su bitte che sono certificate ad 80 Tons

- **Fenders**

Si vedono queste navi poggiare in banchina su fenders ottenuti dalle ruote dei camion

- **Banchine**

Navi da 330 metri ormeggiano su banchine di 250 metri e restano 90 metri fuori banchina, non potendo sistemare adeguatamente i cavi

Una soluzione potrebbe essere far ancorare la nave in rada e portare a terra i passeggeri con i tender della nave.

E' una soluzione che non consigliamo ad alcun Porto ed Autorità in quanto i passeggeri non riescono a godere pienamente del tempo di permanenza in porto. La discesa della nave con il servizio tender infatti è molto più lenta dello sbarco in banchina.

Se pensiamo al contributo che un passeggero porta all'economia di una città, di una provincia e di una regione, è meglio per tutti che il passeggero resti più tempo possibile in città piuttosto che ...in attesa di scendere dalla nave...!

Problemi:

- ✓ Operatività limitata con condizioni meteo non favorevoli;
- ✓ Maggior attesa dei passeggeri per imbarco e sbarco;
- ✓ Difficoltà dei passeggeri in banchina per lo sbarco;
- ✓ Banchine non sempre adatte all'uso dei tenders;
- ✓ Banchine non certificate ISPS e quindi la nave perde il Dos ed è costretta a visita nei successivi 10 porti di scalo;
- ✓ I tender sono imbarcazioni di salvataggio prestate a questo servizio; eventuali danni potrebbero comportare anche la limitazione del certificato di sicurezza Passeggeri.

Soluzioni:

- Investire nel porto di Bari e renderlo idoneo ad ospitare in sicurezza queste grandi navi.

A far conoscere il territorio ci pensiamo noi con le nostre escursioni e con l'aiuto delle Autorità Locali che avranno il compito di proporre nuove destinazioni e tipologie di escursioni.

PROVINCIA DI LECCE PACELLA:

La provincia di Lecce registra un trend in forte crescita nel settore turismo. E' importante essere attenti alle opportunità del turismo crocieristico ma la provincia di Lecce non ha le infrastrutture portuali idonee all'accoglienza delle navi, occorre quindi entrare e rafforzare la logica di rete delle infrastrutture. Si può proporre uno stop rada su Otranto e Gallipoli, creando occasioni di escursioni all'interno. La Provincia avrà parte attiva nel sostenere le esigenze degli operatori crocieristici.

COMUNE BARI MASTRO:



Comune di Monopoli



Comune di Alberobello



AUTORITÀ PORTUALE
DEL LEVANTE

La Puglia ha finalmente riconosciuto la propria vocazione turistica. Bari è un porto in forte crescita, ma deve proseguire il percorso finalizzato ad una migliore accoglienza. E' importante fare rete con le autostrade dell'Adriatico (Igoumenitsa). Occorre capire la vocazione dei porti e cogliere il momento positivo per il turismo in Puglia, attrezzando i territori, creando sinergie con gli operatori economici.

AUTORITA' PORTUALE PATRASSO STAVROS:

presentazione del porto di Patrasso e dei nuovi progetti di sviluppo.

ITALIAN BALK SEA DESK COCO:

Il Mar Nero e la baia di Burgas in particolare possono rappresentare una novità nel traffico crocieristico e nel rafforzamento del traffico dei trasporti attraverso il corridoio 8.

La rete dei porti del corridoio 8 può essere utilizzata per rilanciare gli aspetti storici e turistici dei territori. I siti unesco, il legame Magna Grecia\Via della Sete, possono essere delle proposte.

Vi è massima disponibilità ad avviare forme di cooperazione e ad avviare progettualità comune. Per rafforzare la portualità.