

INTERVISTA A ROBERTO ROCCA, DIRIGENTE GENERALE RELAZIONI INTERNAZIONALI E ORGANISMO INTERMEDIO POIN TURISMO - MIBACT

DAI PORTI TURISTICI NUOVE RISORSE PER L'ECONOMIA

Giovanni Nicola PES*

* Vice Segretario Generale ENM
Direttore Centro Studi e Progettazione

Direttore, lei è il grande stratega di una operazione interistituzionale che ha coinvolto il MIBACT, la Presidenza del Consiglio dei Ministri, l'Ente Nazionale per il Microcredito, la Capitaneria di Porto e Invitalia nello sviluppo di un ampio progetto che mira alla valorizzazione dell'offerta turistica italiana nel mondo. Un progetto che partendo dalle porte d'accesso portuali giunge fino alle aree interne, prevedendo anche la rivitalizzazione dell'economia turistica attraverso nuove forme di sostegno finanziario e tecnico ai più piccoli operatori economici. Un'iniziativa estremamente ambiziosa che ha diverse componenti.

Ce ne vuole parlare?

In realtà questa operazione si è concretizzata nello sviluppo di un progetto che viene comunemente individuato attraverso il brand individuato: "Signa Maris - L'Italia che il mare racconta".

Volendo raccontare il progetto, si deve partire dall'assunto che, individuando nella difficoltà di accesso ai territori uno dei principali ostacoli allo sviluppo del turismo nel Sud d'Italia, si è inteso sviluppare un'azione di sistema con l'obiettivo di valorizzare le ricchezze culturali e naturalistiche di tali territori attraverso una proposta di itinerari immediatamente accessibili da un sistema integrato "mare - terra - aria" di porte di ingresso.

Tale azione, realizzata in alcune aree pilota individuate nell'ambito dei Poli di Attrazione previsti dal POIn, è stata articolata lungo tre direttrici:

- sviluppo del sistema integrato di porte di accesso, a cominciare da quelle costituite dai porti turistici;
 - costruzione e promozione degli itinerari collegati alle porte di accesso;
 - sensibilizzazione degli attori della filiera turistica dei territori coinvolti.
- In una prima fase è stato individuato



il brand "Signa Maris - L'Italia che il mare racconta" ed è stato avviato un primo progetto dal titolo "Promozione e supporto alla commercializzazione dell'offerta culturale, paesaggistico-ambientale, delle tipicità enogastronomiche, delle tradizioni e del folklore, collegando lo sviluppo del turismo nautico all'offerta dei prodotti turistici legati ai grandi attrattori culturali e ai siti delle Regioni convergenza".

Sono stati messi in rete 38 porti turistici delle quattro Regioni Convergenza, che, insieme a 128 itinerari turistici, sono stati promossi all'interno del sito web www.signamaris.it (in 5 lingue), dei relativi social e di una app mobile IOS e Android, nel quadro di un modello

di valorizzazione integrata "mare-terra", che ha permesso di presentare le eccellenze dei territori sotto una nuova chiave di lettura.

La rete della portualità turistica, dunque, è stata intesa come una nuova modalità di accesso e fruizione alle numerose eccellenze storiche, culturali e paesag-



gistiche. In quest'ottica il cosiddetto progetto "Signa Maris" interpreta la nautica quale declinazione del turismo, promuovendo il diporto come una leva di ulteriore valorizzazione della capacità di attrazione turistica dei territori. Il porto turistico, la marina, viene pertanto presentato nel progetto come un elemento che accresce l'accessibilità al patrimonio culturale e naturalistico, con l'obiettivo di promuovere le eccellenze territoriali producendo flussi turistici aggiuntivi rispetto a quelli già esistenti.

Il sito web, i social dedicati e le APP collegate, sono state il principale strumento attraverso il quale far percepire la rete dei porti come un "sistema di accesso" al patrimonio artistico, culturale, enogastronomico e dell'artigianato da vivere e condividere attraverso la proposta di escursioni a corto raggio nell'entroterra.

Signa Maris, pertanto, ha inteso avviare un circuito virtuoso e fungere da volano per lo sviluppo economico dei territori, favorendo nuovi flussi turistici, aggiuntivi rispetto a quelli attuali, dal mare verso gli attrattori culturali. Un modello "win-win" che porta nuove opportunità di sviluppo per tutti gli operatori economici facilitando il rilancio delle economie locali tramite la valorizzazione delle eccellenze del patrimonio artistico e naturalistico.

Successivamente sono stati individuati e promossi attraverso il sito itinerari relativi ai territori di 4 Poli pilota individuati dalle Regioni (Salento, Baia di Napoli, Montagne Blu e Sicilia Greca),



Roberto Rocca

la cui porta di accesso è rappresentata da un aeroporto regionale minore. Inoltre sono state realizzate numerose attività di comunicazione, promozione e supporto alla commercializzazione:

IL SITO WEB

Uno degli obiettivi del sito web è quello di favorire la comunicazione e la percezione della rete dei porti qui rappresentata come un "sistema".

Una rete facilmente identificabile e fruibile, e, per chi transita nelle nostre coste, la porta di accesso al patrimonio artistico, culturale, enogastronomico e dell'artigianato da vivere e condividere attraverso la proposta di escursioni a corto raggio nell'entroterra.

Pertanto il sito web vuole promuovere lo sviluppo delle sinergie tra:

- nautica da diporto
- eccellenze culturali e naturalistiche
- offerta turistica complessiva delle

Regioni convergenza

Obiettivo specifico della progettazione digitale di Signa Maris, un sito web, un'app dedicata e l'insieme dei profili sociali sui maggiori network è la creazione di un sistema di offerta complessivo, declinato in una unica identità visiva in grado di richiamare i valori di qualità che la rete esprime, funzionale all'attività di comunicazione sul mercato turistico nazionale ed internazionale dell'offerta regionale. Obiettivo sostenuto da una campagna di comunicazione diretta a tutto il mondo e altre iniziative di marketing territoriale.

In una prima fase su Internet, attraverso il sito contenitore i social e le APP, ci si è limitati a proporre centinaia di itinerari fruibili in poche ore partendo dai porti turistici. Le marine diffuse sulla costa sono anche porte di accesso al territorio per valorizzarne il patrimonio culturale e naturalistico dei siti di accoglienza, la nautica da diporto diventa un moltiplicatore di flussi turistici. Il porto turistico è visto come nuovo strumento



ITINERARI

Un cluster da raggiungere

Un cluster da raggiungere

FILTRA



Profilo SPECIALE TERRITORIO
Aeroporto di Brindisi - Città di Brindisi - Città di Lecce

di 45,9 km

Dall'aeroporto di Brindisi in elicottero si raggiunge la città di Lecce, capitale del Salento e del barocco pugliese. Nel tragitto si attraversano i territori del Parco del Maresanese, un parco locale, economico e culturale che coinvolge 35 comuni del Salento Centrale, appartenenti alle province di Lecce e Brindisi. Arrivati a Lecce, la prima destinazione di ogni visita è la Basilica di



Profilo SPECIALE TERRITORIO
Aeroporto di Brindisi - Grecia Salentina - Melipignano

di 232 km

Dall'aeroporto di Brindisi in elicottero si raggiunge Melipignano, patria della pizza, luogo reso famoso dal festival musicale "La Notte della Taranta", il più grande festival d'Italia e una delle più significative manifestazioni della cultura popolare in Europa. Il festival è interamente dedicato alle ricchezze e alla valorizzazione della musica



Profilo SPECIALE TERRITORIO
Aeroporto di Brindisi - Litorale di Gallipoli

di 178,8 km

Dall'aeroporto di Brindisi a Gallipoli il tragitto è di circa un'ora. La cittadina, situata sul versante primo della Puglia, protegge il golfo omonimo ed è caratterizzata dalla presenza di un'isola che sui versanti nord che verso sud rivela la sorpresa di spiagge di grande fascino e l'accesso alla area marina protetta di Punta Sponessa e Punta Mado. L'area è circondata dalla costa turistica del

di accessibilità al patrimonio dei territori.

Signa Maris crea così un circuito virtuoso, un volano per lo sviluppo economico dei territori e favorisce nuovi flussi turistici, aggiuntivi rispetto a quelli attuali, dal mare verso gli attrattori culturali. Inoltre si vuole aggiungere ai flussi turistici tradizionali una nuova offerta di servizi per il turismo nautico, ad oggi non ancora pienamente integrati all'interno dell'offerta tradizionale. Una successiva implementazione del progetto, come già esposto, ha arricchito il sito contenitore (già attivo in Italiano, Inglese, tedesco, francese e spagnolo) di itinerari relativi ai territori dei 4 Poli pilota di attrazione individuati dalle Regioni (Salento, Baia di Napoli, Montagne Blu e Sicilia Greca), la cui porta di accesso e di inizio dell'itinerario è rappresentata da quattro aeroporti regionali minori.

LA SENSIBILIZZAZIONE DEI TERRITORI E DEGLI OPERATORI

E' stata inoltre avviata nel 2015 un'attività di sensibilizzazione nei territori corrispondenti ai 4 Poli pilota che ha come obiettivo il supporto agli operatori nella creazione e nella promozione di pacchetti turistici integrati, che valorizzino l'intera filiera dell'offerta turistica. Sono state altresì realizzate attività di sensibilizzazione nei territori dei 4 Poli pilota al fine di favorire la costruzione di reti sul territorio, la nascita di nuove competenze e di nuovi prodotti in forma collaborativa, l'innovazione di prodotto e di processo. Agli operatori "virtuosi" sono stati riservati spazi per incontrare T.O. stranieri durante il World Travel Market di Londra a novembre. Le attività di sensibilizzazione si sono completate con eventi sul territorio delle 4 regioni e con una giornata di diffusione dei risultati anche attraverso l'assegnazione di riconoscimenti a istituzioni pubbliche e a personalità per l'apporto dato al progetto il 12 Dicembre scorso a Roma all'Auditorium.

PROMOZIONE E SUPPORTO ALLA COMMERCIALIZZAZIONE

Per quanto riguarda in particolare l'attività di comunicazione, promozione e supporto alla commercializzazione, dopo la presentazione del progetto il 27 maggio 2015, è iniziata una intensa attività di promozione degli itinerari e del sito contenitore, divisa in varie fasi:

ITALIA:

- campagna di promozione dal mese di agosto del progetto utilizzando la rete delle stazioni di servizio autostradali del Centro e Nord Italia, che prevede la trasmissione del video ufficiale su 212 schermi e la presenza pubblicitaria su 80 totem e cartelloni luminosi degli itinerari attraverso il sito contenitore per consentire di scaricare le App;
- pagine promozionali su riviste specializzate di nautica;
- attività di animazione in 7 dei 38 porti della rete, attraverso la fruizione gratuita di vari itinerari a turisti



stranieri;

- brandizzazione di un Veliero che ha navigato nel mese di agosto nei Mari Ionio e Adriatico con tappe in varie Regioni, esposto dal 5 settembre all'Arsenale di Venezia per poi essere presente sia alla Barcolana di Trieste che nel porto di Bari, durante la Fiera del Levante;
- presenza di Signa Maris all'interno di EXPO-AQUAE di Venezia presso lo stand di ASSONAUTICA;
- presenza su "Repubblica.it" di 8 articoli redazionali "native" per 8 settimane dal 28 settembre.



EUROPA:

- pagine promozionali su riviste specializzate di vari Paesi Europei;
- coinvolgimento di Assocamere estero e della rete estera del MAE per la realizzazione di 28 eventi di promozione e presentazione dell'iniziativa agli stakeholder del Turismo e della nautica nelle principali città europee, origine e destinazione dei voli verso gli aeroporti minori individuati dalle regioni Convergenza come porte di accesso ai quattro poli (Brindisi per il Salento, Reggio Calabria per Montagne Blu, Comiso per Sicilia Greca, Napoli per Baia di Napoli).

PAESI EXTRA EUROPEI:

- accordo con la RAI per la promozione degli itinerari relativi ai poli delle Regioni Convergenza - attrattori culturali naturali e turismo, attraverso 16 programmi redazionali attualmente in programmazione in vari paesi extraeuropei (America Latina, Stati Uniti,

Canada, Russia, Cina, Emirati Arabi, Asia);

- 17 eventi da parte delle camere di commercio estere e della rete estera del MAE in alcune delle città più significative dei maggiori paesi extraeuropei, punti chiave della domanda turistica verso l'Italia

FIERE:

presenza, con stand espositivi, convegni e incontri finalizzati, alle due fiere della nautica e alle due del turismo più importanti tra settembre e novembre: Cannes 8/13 settembre - progetto presentato nello stand Assonautica l'11 settembre;

Genova 30 sett./5 ottobre - progetto presentato il 5 ottobre al Teatro del Mare, oltre uno stand dedicato; TTG Rimini 8/10 ottobre - progetto presentato il 9 ottobre nella Sala Ravezzi 2; WTM Londra 2/5 novembre - stand dedicato, incontri con stampa e ope-

ratori stranieri, spazi a disposizione di operatori turistici dei 4 territori.

Il progetto ha visto il coinvolgimento in partenariato, oltre al vostro ente, di una serie di attori istituzionali: Presidenza del Consiglio dei Ministri, Ministero degli Affari esteri, Ministero dell'Ambiente, Direzione Attività territoriali del MISE, Comando Generale delle Capitanerie di porto, Assocamere Estere, Politecnico di Milano, Federculture, Enti e associazioni di categoria (Ucina - Confindustria, Assonautica - Unioncamere, Confturismo - Confcommercio) oltre a Invitalia, Aci-Aci informatica, Rai, Anci - Res Tipica.

Il partenariato, oltre ad assicurare un'azione di sistema e di promozione integrata del progetto, ha anche contribuito all'elaborazione di strumenti di conoscenza, programmazione e gestione, finalizzati ad ampliare la fruizione di percorsi turistici (anche religiosi grazie al Giubileo) dalle vie di accesso ai territori circostanti, sia per lo svolgimento delle attività descritte, sia nella prospettiva di un più consapevole utilizzo delle risorse del ciclo di programmazione 2014-2020.

L'iniziativa ha registrato rilevanti riscontri. Dalle istituzioni pubbliche, il Parlamento in primis, al Governo e alle amministrazioni regionali che ne hanno beneficiato. Tutto fa supporre che ci sarà un seguito. Cosa sta architettando?

E' vero, l'iniziativa ha sollevato un grande interesse. In particolare voglio ricordare che è stata presentata dalle commissioni VI bilancio e X attività produttive della Camera dei Deputati,



una risoluzione al governo, che allego, riformulata in data 16 dicembre e approvata all'unanimità il 12 gennaio scorso, che, visto il riscontro positivo del progetto "Signa Maris" e la grande attenzione e apprezzamento in Italia e all'estero, per non interrompere il progetto e vanificare le attività e le risorse impegnate fino ad ora, testualmente "impegna il Governo a individuare risorse aggiuntive che permettano di completare il progetto cosiddetto Signa Maris ed estenderlo a tutto il territorio nazionale." E' evidente quindi la volontà di dare spazio e continuità al lavoro già iniziato e in questo senso si stanno verificando con gli uffici della Presidenza del Consiglio le modalità di gestione della prosecuzione ed estensione del progetto.

Creare nuovi strumenti ad hoc di inclusione finanziaria per gli operatori turistici è fondamentale, se si vuole sostenere l'innovazione e quindi la competitività in un contesto

internazionale. Nel contempo però occorre immaginare e attuare meccanismi efficaci di promozione. L'Enit fa ultimamente un po' di fatica. Su chi possono e potranno contare allora, gli operatori italiani, per sostenere il loro prodotto in un mercato internazionale sempre più competitivo?

In un progetto che tra i suoi obiettivi ha anche, se non principalmente quello di elevare la qualità dei servizi offerti sia per quanto concerne quelli verso i diportisti che verso i turisti consentendo di mettere in filiera le varie offerte, il sostegno finanziario ai piccoli operatori appare fondamentale.

In questo senso, e non solo, il ruolo che l'Ente Nazionale per il Microcredito potrà svolgere appare fondamentale. Per quanto concerne la promozione, le difficoltà operative che l'Enit sta attraversando sono note e questo aspetto ha portato alla scelta di sviluppare la

comunicazione e la promozione all'estero privilegiando il rapporto diretto con gli stakeholder utilizzando la professionalità e la conoscenza del mercato produttivo delle Camere di Commercio italiane all'estero.

Come sapete il progetto è stato presentato in 45 eventi nel mondo attraverso il coordinamento con Assocamere estero in Italia, le singole Camere di Commercio e la rete estera del Ministero nei vari paesi.

Oltre alla conoscenza diretta del progetto durante gli eventi da parte di oltre 7/8000 persone, (parliamo ovviamente di operatori, giornalisti, imprenditori dei settori turismo e nautica...), abbiamo avuto anche un riscontro successivo di oltre 1000 articoli tra giornali, servizi media e internet.

Credo quindi che questo canale, se opportunamente organizzato e definito, potrà essere sempre più uno strumento snello ed efficace di sostegno per il progetto Signa Maris, ma anche, in generale, per i vari operatori.

