

Promozione e Relazioni Esterne

AdSP del Mar Tirreno Settentrionale

Piano delle attività previste per il 2021

Premessa

L'attività promozionale, di Relazioni Esterne e di Comunicazione dell'AdSP si articola secondo gli indirizzi strategici di riferimento espressi nel Piano Operativo Triennale di Sistema 2018-2020 e riformulati nella nuova proposta presentata all'Amministrazione per il triennio 2021-2023.

La relativa programmazione risponde agli obiettivi di consolidamento della competitività delle filiere prioritarie e dell'economia portuale in chiave di *circular* e *blue economy*, di rafforzamento del posizionamento strategico del nodo MTS¹ rispetto alle filiere rilevanti nei diversi ambiti geografici e nei corridoi di trasporto euro-mediterranei e di consolidamento e promozione del ruolo e dell'immagine del Sistema Portuale da un lato sul territorio locale, regionale e nazionale e dall'altro nel generale panorama internazionale.

L'emergenza sanitaria emersa nel 2020 ha ovviamente travolto la portualità, inducendo di necessità un ripensamento anche delle attività promozionali incardinate sulle Autorità di Sistema Portuale italiane. La stessa Associazione dei Porti Italiani-Assoporti si è impegnata in una riprogettazione del Piano della Promozione e Comunicazione già proposto alle AdSP associate.

Dall'aggiornamento del Piano di Comunicazione 2020-2021-attività di promozione e comunicazione di Assoporti (Prot. ADSP-MTS - 0037005 del 06/11/2020):

«La portualità italiana sta attraversando una tempesta senza precedenti, tra tagli lineari alle spese correnti, discendenti dalle norme varate con la legge di Stabilità dello scorso dicembre e l'emergenza sanitaria Covid-19, che ha determinato il crollo dei traffici marittimi in modo improvviso e drammatico. Oggi viviamo una situazione di crisi globale, aggravata a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19, rispetto alla quale tutto il mondo della logistica deve imparare a misurarsi salvaguardando servizi essenziali per tutto il Paese, tenendo in considerazione il fatto che, anche durante l'emergenza, i porti hanno dimostrato di essere il volano capace di mantenere vivi i traffici, garantendo la ripresa delle attività economiche del Paese. I porti sono il collante logistico dell'economia, dei mercati, dell'industria e di una larga percentuale del trasporto

¹ La riforma della portualità introdotta con il Decreto Legislativo 4 agosto 2016, n. 169, che modifica la Legge 84/94 e che ha comportato la riorganizzazione della *governance* dei porti e la razionalizzazione dei centri decisionali strategici con sede nelle realtà maggiori, ovvero nei porti definiti *core* dalla Comunità Europea (Regolamento UE 1315/2013 Reti Trans-European Network-Transport-TEN-T), ha determinato la nascita dell'Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale. Sulle spoglie delle Autorità Portuali di Livorno, di Piombino e dell'Elba, la nuova struttura complessa ne integra i porti (Livorno, Piombino, Portoferraio, Rio Marina, Cavo e Capraia) all'interno di un sistema che controlla la costa e l'arcipelago toscani.



di persone. Le realtà portuali italiane, attraverso il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, sono alla ricerca, per il futuro immediato, di garanzie, non solo per assicurarsi la sostenibilità dei bilanci, ma per sostenere il rilancio generale della loro immagine. I vertici dei porti italiani negli ultimi mesi hanno scritto più volte alla Ministra Paola De Micheli, per sottolineare la necessità di trovare forme di ristoro per le entrate tributarie e demaniali perse a seguito dell'emergenza che, ovviamente, ha determinato traffici commerciali in diminuzione, servizi passeggeri notevolmente ridotti e, per le crociere, un lungo periodo di sospensione. Evidenziando più volte la necessità di attuare misure per mitigare l'impatto che la crisi economica e produttiva (post-)pandemica ha riversato inevitabilmente sui porti, e la conseguente opportunità di cancellare la norma sui tagli lineari di spesa per non incidere sulle attività correnti anche di carattere essenziale, i Presidenti dei porti italiani hanno inoltre espresso considerazioni di carattere generale sulla possibilità che gli scali possano svolgere un ruolo di primo piano per "traghetare" il Paese fuori da un periodo di grande crisi, in un quadro generale e condiviso di misure di contenimento della pandemia. Alla base di questo rinnovato ruolo dei porti, si trova senz'altro un lavoro di generale rilancio delle infrastrutture e dei loro collegamenti al di fuori dei porti, ma anche dell'immagine che i porti italiani promuovono all'estero. La competizione mondiale tra i porti non ha mai cessato di esistere, neanche durante il periodo più intenso del lock-down. Quando la pandemia sarà finita ufficialmente, sarà troppo tardi per impostare lo studio di una rinnovata immagine del Sistema Italia: a più di sei mesi dalla dichiarazione di pandemia, è necessario rivedere il Piano promozionale e di comunicazione dei porti italiani, con un'attenzione mirata non soltanto a modificare quelle parti del Piano che prevedevano spostamenti e/o incontri con numerose persone in presenza, ma anche nella più generale strategia di promozione della portualità italiana. La consolidata programmazione di eventi in presenza deve essere ricalibrata - anche in prospettiva - in funzione delle nuove esigenze del contesto generale. Rimangono ferme le premesse e le intenzioni del Piano dello scorso anno, ma la strategia e lo sviluppo del piano devono essere contestualizzati in relazione alla contingenza della pandemia, tenendo presente che, così come in altri settori, si pone sempre più necessità di mettere il capitale umano al centro delle attività di promozione e comunicazione dei porti. Il propagarsi dell'epidemia è ad oggi una variabile incontrollabile, come dichiarato dalle autorità sanitarie e dai più autorevoli panel scientifici. È pertanto verosimile che aumenti in modo esponenziale la richiesta di nuovi beni essenziali - oltre al cibo, presidi medici - che renderanno i Paesi senza sbocchi sul mare dipendenti dai porti vicini per quanto riguarda l'accesso alle merci. Restrizioni sui movimenti di merci e/o blocco delle frontiere potrebbero ritorcersi sulla lotta stessa al Coronavirus, interrompendo le forniture di beni essenziali per gli ospedali, per le aziende, per i cittadini stessi. La continuità del commercio internazionale è un'istanza prioritaria, invocata a gran voce dall'industria marittima nel suo complesso. Prioritaria è la salvaguardia delle condizioni di salute e della sicurezza dei marittimi. (...) Prioritario è anche il contenimento del rischio di propagazione del contagio tra i portuali, che potrebbe arrivare a paralizzare il transito dei beni, anche e soprattutto per i suoi effetti di comunicazione di massa. Si tratta, quindi, di proporre un ripensamento generale del Piano di Promozione e Comunicazione, individuando una modalità di lavoro per il futuro alla luce di questa contingenza».

che sa di eternità.

Nuove idee per un *Rinascimento* senza fine

La promozione e le relazioni relative alle attività strategiche di promozione del Sistema Portuale devono essere senz'altro elaborate anche in funzione delle indicazioni politiche per la Piattaforma Logistica Regionale assunte dal Consiglio Regionale, il quale ha espresso l'esigenza di qualificare l'immagine dei porti toscani dando così valore alla Piattaforma Logistica Costiera elaborata nel *Masterplan* della Regione Toscana (ultima versione 2012).

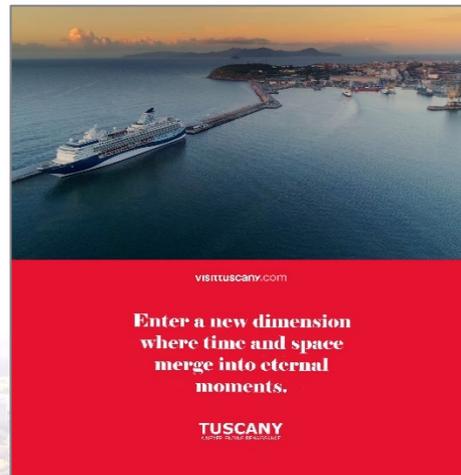
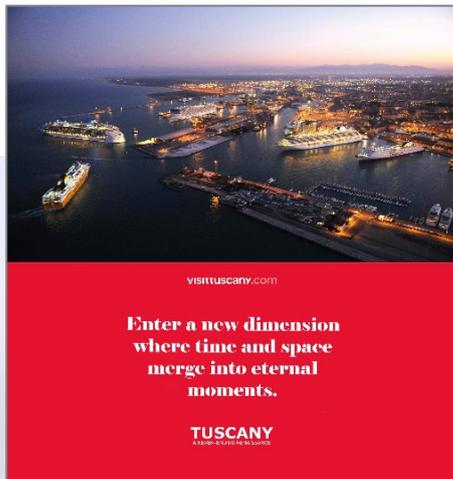
L'emergenza sanitaria ha poi introdotto nuove e più urgenti istanze nel quadro generale del coordinamento e della collaborazione con il Governo Regionale. AdSP MTS ha aderito fin dalla sua costituzione, in piena pandemia, alla *Team Crisis* della Regione Toscana, che organizzando specifici gruppi di lavoro, si è attivata tempestivamente per studiare strategie di ripresa rispetto a una crisi che, al di là del drammatico profilo sanitario, si prospettava e si prospetta altrettanto drammatica per le ripercussioni socio-economiche che ne stanno scaturendo nel breve e medio termine.

Sul fronte dell'economia turistica, Regione Toscana, Toscana Promozione, VisitTuscany.it e i partner del progetto, tra i quali, appunto AdSP MTS, hanno lanciato una campagna di promozione del territorio, delle sue risorse e dei suoi valori, di cui le città portuali toscane sono le naturali porte di accesso dal mare. Lo slogan *Toscana. Rinascimento senza fine*, che è il *leit motiv* della campagna, è il miglior auspicio per una rinascita post-pandemica che segua le vie del mare e torni alle terre della sua origine storica. AdSP MTS non può che rendersi interprete di questo programma generale, declinandone i punti essenziali in funzione della propria missione istituzionale e con particolare riguardo ai territori portuali di propria diretta competenza. La collaborazione tra Regione Toscana e AdSP MTS da marzo scorso ha quindi prodotto le seguenti immagini per la promozione i porti crocieristici, che si sono aggiunte a quelle del kit "Toscana. Rinascimento senza fine" relativo alle città d'arte e ai territori che rappresentano il *brand* della Toscana nel mondo intero e che sono state e saranno ancora nei prossimi mesi veicolate attraverso i vari strumenti di comunicazione dell'ente:



Scoprirti padroni
del tempo e dello spazio
in un istante
che sa di eternità.

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



Le immagini sono state prodotte tutte in doppia lingua IT/EN

Questo vale sia nella prospettiva della promozione in contesti nazionali e internazionali – che pure per il 2021 saranno verosimilmente compromessi nelle proprie manifestazioni in presenza a seconda dell’andamento della pandemia – sia e soprattutto nella dimensione della promozione locale, laddove l’integrazione porto-città e un coinvolgimento sempre più spiccato degli *stakeholder* del territorio rappresentano un obiettivo essenziale da perseguire. In questa prospettiva, ad esempio, il progetto PORTO APERTO, che ha nel suo DNA l’integrazione porto-città, non può che sposare e integrare la campagna di Regione Toscana, declinandola nelle attività e nelle operazioni di diffusione della cultura marittimo-portuale che ne caratterizzano la missione.

All’interno di un generale macro-obiettivo di promozione del ruolo e dell’immagine del Sistema Portuale, si possono quindi ravvisare i seguenti elementi prioritari di consolidamento, promozione, sviluppo e comunicazione del sistema e della presenza internazionale dell’AdSP MTS:

- a. **Promozione e Relazioni istituzionali locali, regionali e nazionali:** promozione e relazione del Sistema Portuale con istituzioni, agenzie e soggetti istituzionali.
- b. **Promozione e Relazioni istituzionali internazionali:** promozione e relazione del Sistema Portuale con le associazioni alle quali ha aderito l’AdSP.
- c. **Promozione e Relazioni non istituzionali:** promozione e relazione del Sistema Portuale tese al consolidamento dei rapporti commerciali e alla fidelizzazione o creazione di opportunità in Paesi esteri.
- d. **Predisposizione di materiale promozionale:** attività volta a promuovere e valorizzare le azioni di governo politico dell’AdSP e a sviluppare un positivo posizionamento del ruolo e della immagine dell’ente nei contesti di riferimento; rielaborazione e diffusione del kit “Toscana. Rinascimento senza fine” per la promozione dell’immagine dei porti AdSP MTS; potenziamento di nuovi *format* di comunicazione virtuale.



Porti di Livorno, Piombino,
Capraia Isola, Portoferraio,
Rio Marina, Cavo

La pianificazione delle attività di promozione, relazioni esterne e comunicazione è pertanto perseguita a differenti livelli, intrecciati tra loro e non consequenziali, da una fase strettamente promozionale/istituzionale, ad una fase promozionale/commerciale, fino ad arrivare a strategie di logistica e sviluppo afferenti anche ad altre Direzioni dell'ente. Tutto ciò, mantenendo come obiettivo finale l'attivazione e il potenziamento dei traffici esistenti nell'ottica sistemica dei porti ricompresi nell'amministrazione dell'AdSP MTS e la necessaria comunicazione dell'attività dell'ente.

Considerato che la promozione e le relazioni esterne dell'ente hanno l'obiettivo, oltre che di diffondere gli ultimi piani infrastrutturali previsti dal Piano Regolatore Portuale di Sistema e dal POT di ogni porto, di promuovere i servizi dei porti del sistema agli *stakeholder* nazionali ed internazionali, le principali attività previste per il 2021, vengono qui di seguito suddivise in funzione dei primi tre punti sopra citati: a), b) e c). Al termine, un riferimento alla predisposizione del materiale promozionale d).

a

Relazioni istituzionali locali, regionali e nazionali

Promozione e relazioni del Sistema Portuale con Istituzioni e soggetti istituzionali

L'AdSP del Mar Tirreno Settentrionale è inserita nel tessuto istituzionale locale e nazionale in funzione del suo ruolo di *governance* sui territori portuali di riferimento consolidato ormai da anni. L'attività di promozione e relazioni esterne a questo livello deve pertanto mirare a consolidare le relazioni fondamentali per il buon svolgimento del ruolo di "mediatore" dell'Autorità di Sistema Portuale tra gli enti pubblici che hanno una relazione con l'ambito marittimo e portuale.

Tale attività di respiro locale, regionale e nazionale è pertanto svolta in particolare con la Regione Toscana e con i Comuni di Livorno, di Piombino, di Portoferraio, di Rio e di Capraia Isola. Inoltre, è svolta in relazione alla comunità portuale nel suo complesso, *in primis* la Capitaneria di Porto e l'Accademia Navale, ma anche le associazioni di categoria di settore (Spedimar, Asamar, Assimprese, Assoterminal), la CCIAA, l'Agenzia delle Dogane e Monopoli, gli interporti di riferimento, "A. Vespucci" di Guasticce e "Interporto Toscana centrale" di Prato, l'Autoparco "Il Faldo" e con istanze locali e nazionali come il Polo Universitario Sistemi Logistici, il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, il Ministero dell'Ambiente, della Tutela del Territorio e del Mare, il Ministero dello Sviluppo Economico, la Presidenza del Consiglio dei Ministri, ASSOPORTI, Invitalia, istituti di ricerca e agenzie in materia di ambiente e territorio. Inoltre, nell'ambito della promozione nazionale, il Servizio Promozione e Comunicazione si propone di ampliare, riprendere e fortificare i rapporti con i vari distretti economici ed industriali del bacino di utenza degli



Porti di Livorno, Piombino,
Capraia Isola, Portoferraio,
Rio Marina, Cavo

scali del sistema, anche tramite i partner del sistema logistico nazionale, come per esempio gli Interporti di Bologna e di Padova (vedi paragrafo C, punto 2).

Dal 2019 AdSP MTS aderisce infine a ICD - *La Casa dei Porti Crocieristici Italiani*, per i tre porti crocieristici del Sistema dell'Alto Tirreno. Livorno, Piombino e Portoferraio compaiono nello spazio informativo, di scambio e di discussione (www.italiancruiseday.it) a disposizione dei terminal crocieristici e di supporto al loro operato, ideato e coordinato da Risposte Turismo, società di ricerca e consulenza a servizio della macroindustria turistica. *Italian Cruise Day* rappresenta l'evento annuale dell'Associazione e fornisce una importante vetrina per il settore crocieristico nazionale, cui prendono parte alcuni tra i principali porti crocieristici del Paese con un *desk* ad essi dedicato che propone materiale informativo e un video aggiornato di anno in anno che offre una panoramica sulle realtà protagoniste dell'iniziativa.

a.1 Azione generale di promozione del rapporto porto-città e del *waterfront* urbano-portuale

L'insieme dei fattori che hanno trasformato i porti negli ultimi anni (unitizzazione della merce, specializzazione del ciclo di movimentazione e automazione delle attività, intermodalità, gigantismo navale e conseguente gigantismo dei terminal, liberalizzazione del mercato del lavoro che ha trasformato le compagnie dei lavoratori portuali in imprese private, ecc.) ha determinato dei grossi cambiamenti nel modo in cui lo spazio portuale e le relazioni tra porto e città sono stati gestiti e percepiti. Se si aggiungono a questi cambiamenti la privatizzazione delle attività di gestione del porto e la riorganizzazione dello spazio portuale a seguito della Legge n. 84/1994 e del recente Decreto Legislativo n. 169/2016, che ha ulteriormente ridisegnato la portualità italiana, è facile comprendere come l'immagine del porto sia cambiata negli ultimi due decenni. Tra porto, città e territorio si è creata una distanza oltre che fisica, sociale e culturale.

IAPH

Da <https://sustainableworldports.org/areas-of-interest/>:

Community outreach and port-city dialogue

Port community actors can develop synergies to solve collective active problems in and outside the port area, such as hinterland bottlenecks, training and education, IT, marketing and promotion as well as innovation and internationalisation. Similarly, port community actors strive for dialogue with urban stakeholders to offer innovative cross-over services that contribute to the attractiveness and resilience of port cities.

Port projects - Partner projects

POTENTIAL TOPICS

stakeholder management, sustainability reporting, community outreach, city-port relations, employment, education, spatial planning, nature in ports, port culture, externalities of port operations.



*Autorità di Sistema Portuale
del Mar Tirreno Settentrionale*



Porti di Livorno, Piombino,
Capraia Isola, Portoferraio,
Rio Marina, Cavo



La nuova sfida delle Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale non si limita dunque alla sfera dello sviluppo economico, ma anche a rilanciare il rapporto tra porto e sistema territoriale, per salvaguardare i caratteri identitari del porto e della città: ciò che il porto produce meglio, le sue risorse e i suoi punti di forza.

L'integrazione fra porto e città costituisce uno degli argomenti dominanti dell'attuale dibattito europeo sui porti.

ESPO

Da <https://www.espo.be/knowledge/>:

SOCIETAL INTEGRATION

During the last decades port-city relations have clearly been changing, because both the ports and the cities have changed. Ports have been facing a serious scale increase starting with the industrial revolution at the end of 19th century. As a result, ports have been obliged to expand, and have been pushed outside the city area. At the same time, cities have changed. During the last decades urban waterfronts have been rediscovered. They have evolved towards trendy areas where fancy lofts, expensive office buildings, recreational areas, posh bars and restaurants are struggling to have their place by the water.

Since 2009, ESPO has been proactively working on improving this challenging port-city relationship with a view to improving the societal integration of ports.

ESPO Code of Practice on Societal Integration of Ports

In 2010, ESPO developed the ESPO Code of Practice on Societal Integration of Ports, with the aim of raising awareness among port authorities about societal integration, giving insight in the tools to use in view of getting public support, giving recommendations on how to responding proactively to this challenge. The code has defined three different target groups: the general public, people who work or could work in a port and finally people living in and around ports. The



ESPO Code of Practice has developed ten concrete recommendations. The Code of Practice on Societal Integration of Ports is available in English and Spanish.

ESPO AWARD

To promote the efforts made by different European ports to enhance the city port relations through innovative projects, ESPO decided in 2009 to give out an annual ESPO award on Societal Integration of Ports. After the two first editions, it was decided to focus each year on one different aspect of societal integration.

The themes addressed so far are: Creative Strategies to Communicate the Port to the Wider Public (2011), Youth (2012), Heritage (2013), Innovative Environmental Projects (2014), Relationship with Schools and Universities (2015), Nature in Ports (2016) and Art and Cultural involvement of the port (2017). Every year, the winner is selected by an independent jury of international experts. The award is given during a ceremony that takes place in Brussels and gathers more than 200 guests.

More than 140 port projects have been submitted to compete for the ESPO Award on societal integration of ports since its establishment in 2009.

ECOPORTS

EcoPorts is the main environmental initiative of the European port sector. It was initiated by a number of proactive ports in 1996 and has been fully integrated into ESPO since 2011.

The founding principle of EcoPorts is to create a level playing field on environment through co-operation and sharing of knowledge between ports. Serving the principle of "ports-helping-ports", EcoPorts is focused on outcomes with applied practical value, namely on tools and methodologies that assist port environmental managers in their daily work. The well-established EcoPorts tools, Self Diagnosis Method (SDM) and Port Environmental Review System (PERS) actively assist ports in their environmental management and are subject to continuous development and refinement.

Each year the EcoPorts network is growing. It now counts around 90 ports from 23 countries.

One third of the EcoPorts members have now acquired PERS, which is the only port specific environmental management standard. Compliance with the PERS standard is independently assessed by Lloyd's Register and the certificate has a validity of two years. PERS is revised after the 2-year period to make sure that the port continues to meet the requirements.

The **EcoPorts tools** are available to ports and terminals outside Europe through the ECO Sustainable Logistic Chain Foundation (ECOSLC).

SELF DIAGNOSIS METHOD (SDM)

The "passport" to the EcoPorts network is the completion of the Self Diagnosis Method (SDM). SDM is a checklist against which port managers can assess the environmental management programme of their port in relation to both the sector and international standards. As such, SDM assists ports in identifying environmental risks and establishing priorities for action and compliance. The data provided by the individual ports help to build up and update the sector's benchmark of performance in environmental management.

PORT ENVIRONMENTAL REVIEW SYSTEM (PERS)

The second tool, the Port Environmental Review System (PERS) has firmly established its reputation as the only port sector specific environmental management standard. Developed by the ports themselves, PERS incorporates the main general requirements of recognised environmental

management standards (e.g. ISO 14001), but is specifically adapted to the realities of port environmental management. The scheme effectively builds upon the policy recommendations of ESPO and gives ports clear objectives to aim for. Last but not least, its implementation can be independently certified by Lloyd's Register.

La creazione di un rapporto sinergico fra porto e città presenta in molte realtà internazionali interventi di natura diversa volti a favorire la riqualificazione e messa in sicurezza dei collegamenti fra porto e città, ma anche a migliorare i servizi di accoglienza ai turisti e l'accessibilità dei servizi della zona portuale e fronte porto. Tale integrazione spesso comprende altresì azioni di valorizzazione del patrimonio storico del porto e di razionalizzazione delle funzioni urbane e portuali nell'area di interfaccia con la città. Inoltre, far conoscere cosa si fa all'interno della cinta doganale e quanto sia importante per tutti è diventato ormai imprescindibile, anche allo scopo di invertire il *trend* di esasperazione, nelle regioni costiere, della cosiddetta sindrome *Nimby (Not In My Back Yard)* che sta mortificando un po' ovunque le prospettive di sviluppo infrastrutturale dei porti, bloccando i dragaggi dei fondali e congelando i progetti di realizzazione di nuovi terminal per deficit di conoscenza.

Al fine di favorire l'integrazione fra porto e città, oltre ad implementare strategie di *governance* da realizzarsi attraverso la collaborazione fra istituzioni locali e portuali e la cooperazione con istituzioni internazionali quali ESPO, AIVP-*Villes et ports* e *MedCruise*, il Servizio Promozione e Comunicazione dell'AdSP del Mar Tirreno Settentrionale nel 2021 intende perseguire i seguenti progetti di integrazione porto-città allo scopo di incrementare l'azione di promozione e relazioni esterne sia sul piano città/territorio che su quello esterno, affinché le relazioni tra Autorità di Sistema Portuale, comunità portuale, utenza portuale e società urbana locale e regionale diventino un elemento focale dello sviluppo dei porti:

- i. **PROGETTO PORTO APERTO** - Prosecuzione del progetto didattico, giunto nell'anno scolastico 2020-2021 alla quattordicesima edizione e strutturato in: tour dei porti di Livorno, Piombino, Portoferraio e Capraia, con possibile estensione anche a Rio Marina-Cavo e delle strutture ed enti territoriali ad essi afferenti (Capitaneria di Porto, Agenzia delle Dogane e Monopoli, Interporto "A. Vespucci", Terminal, Cantieri navali, *Livorno Port Center*-Esposizione delle Imbarcazioni Storiche). Ampliamento dei percorsi di visita con riferimento alla storia dei porti e dei territori del Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale (Livorno, Piombino, Portoferraio, Capraia); adesione alle iniziative promosse da Assoporti (*Port Days* nazionale). Nell'ambito del progetto Porto Aperto si configura anche il rapporto con l'associazione *Il Porto dei Piccoli Onlus*, la cui missione è far conoscere il porto ed il mare ai bambini che hanno problemi di salute affinché attraverso il gioco possano ritrovare gioia e serenità. Per il 2021, si prevede un'azione specifica per l'inaugurazione del piano terra del Silos ubicato nell'area della Stazione Marittima, in collaborazione con la società Porto Immobiliare proprietaria dell'immobile e partecipata dall'AdSP al 72% (il restante 28% lo detiene la CCIAA Maremma e Tirreno).

- ii. **PORT CENTER** - Livorno: Aggiornamento generale dei contenuti (dati statistici, riferimenti grafici e testuali alla nuova AdSP) e implementazione generale dei contenuti relativi agli altri porti della AdSP; progettazione e realizzazione del *Port Center* di Piombino e della rete dei *Port Centers dell'Alto Tirreno*; realizzazione della biblioteca e della videoteca della rete dei *Port Centers dell'Alto Tirreno*; mantenimento del *Livorno Port Center* come luogo di riferimento per il percorso del Dibattito Pubblico sulla Piattaforma Europa e sulla Stazione Marittima; ampliamento del ruolo del *Port Center* come centro propulsore di attività convegnistiche e seminariali sui temi della portualità e della cultura marittima (programmazione de "I giovedì del *Port Center*"). Progetto *Port Center Network*; consolidamento della sinergia con le strutture omologhe della rete internazionale promossa da AIVP (*Port Center Network*); implementazione dell'azione comunicativa della rete dei *Port Centers dell'Alto Tirreno* attraverso la partecipazione al programma EcoPorts di ESPO.
- iii. **ESPOSIZIONE DELLE IMBARCAZIONI STORICHE** - Manutenzione ordinaria delle imbarcazioni storiche di proprietà di AdSP e degli spazi in cui sono esposte; acquisizione e adeguamento funzionale della campata ovest del Magazzino ex FS attualmente nella disponibilità delle Direzioni Tecnica e Sicurezza e Ambiente; adeguamento funzionale della banchina presso la Darsena Vecchia destinata all'ormeggio definitivo della M/n "B. Gregoretti" di proprietà di AdSP e installazione di un pontile galleggiante; sottoscrizione di accordi e convenzioni con partner locali per la gestione e la valorizzazione del suddetto percorso espositivo.
- iv. **WATERFRONT URBANO-PORTUALE** - Valorizzazione del Patrimonio storico-architettonico dei porti del Sistema in sinergia con le amministrazioni comunali dei porti e con i Tavoli per l'Accoglienza Turistica coordinati dal Servizio Promozione e Comunicazione a Livorno e Piombino-Portoferraio. Elemento fondamentale del *waterfront* urbano-portuale è la **Fortezza Vecchia** che l'AdSP MTS gestisce dal 1° agosto 2013 in virtù delle concessioni temporanee sottoscritte con gli Enti proprietari e auspicate ancor prima dai principali attori politici-economici locali, territoriali e regionali. La concessione iniziale, prorogata per il quadriennio 2016-2020, deve essere riconsiderata in funzione degli indirizzi dell'Amministrazione e in funzione del Protocollo di Intesa siglato con Regione Toscana e Comune di Livorno nel febbraio 2020, nelle more dell'applicazione del federalismo demaniale culturale che dovrebbe concludersi con l'acquisizione in proprietà del complesso monumentale da parte dei due enti territoriali. AdSP MTS si è impegnata e si sta impegnando su questo fronte per la valorizzazione della fortezza nell'ottica dell'arricchimento del *waterfront* livornese e del suo paesaggio definito a ragion veduta urbano e portuale. Se pur con il carattere transitorio della gestione del bene, l'AdSP ha facilitato e continua a prevedere di ospitare una programmazione culturale e ludica di successo, perseguendo la proposta turistico-culturale alla base dell'affidamento.

- v. **COMUNICAZIONE INTEGRATA IN AMBITO PORTUALE** - Comunicazione delle attività di promozione dell'ente attraverso gli strumenti di stampa locale/nazionale/internazionale in collaborazione con l'ufficio Comunicazione; trasmissione "Porto Aperto News" su Telegranducato; proseguimento percorso del Dibattito Pubblico sulla Piattaforma Europa e sulla Stazione Marittima; aggiornamento costante delle sezioni News dei siti web; potenziamento dei canali social.

Indubbiamente la tanto invocata *resilienza* di questo periodo trova il suo banco di prova più forte proprio nel mondo dei porti. Stiamo ormai purtroppo assistendo alla temuta seconda ondata di contagio, con il conseguente ritorno a misure di contenimento stringenti che impongono il distanziamento sociale, con una prospettiva altalenante, sottoposta all'andamento instabile della curva dei contagi - *the hammer and the dance*, "il martello e la danza", come ha scritto qualche mese fa Thomas Pueyo² in un articolo che ha suscitato grande interesse a livello internazionale, tanto da essere definito "virale". In un simile contesto, nel panorama delle associazioni di settore, AIVP propone un costante aggiornamento delle tematiche inerenti all'integrazione porto-città - di cui il Servizio Promozione e Comunicazione AdSP MTS è attivamente partecipe - con una serie di interventi e interviste nelle quali le città portuali stesse manifestano le proprie priorità e la propria progettualità.

AIVP

Da "Port City culture: our topic for the next weeks" <http://www.aivp.org/en/2020/10/16/port-city-culture-our-topic-for-the-next-weeks/>

«Port cities are canvases in which historical periods have left their mark. In them we read the evolution of our society and culture. In most cases, the port was their reason of being and its engine of growth and change. The progression of maritime technologies has changed the waterfront and the activities that took place in it. In this constant quest for innovation, new trades, jobs and social behaviours were constantly overlapped, creating the palimpsest that forms port cities today. This identity has been the foundation on which locals and visitors can identify a specific identity, based on systems of symbols and representations (artistic and not). Today, in difficult times, we still call for this identity to maintain a connection between cities, ports and people».

in un istante

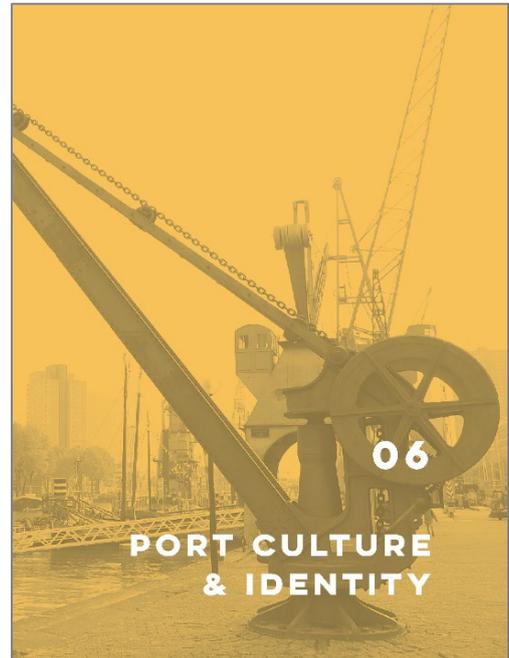
Le azioni culturali assumono un rilievo sostanziale, mantenendo, anche in forme virtuali o miste, il ruolo di contatto tra la realtà portuale, il tessuto cittadino e il mondo esterno in genere, in una fase storica - si spera destinata a chiudersi presto - in cui la stessa libera fruizione del *waterfront* non è così scontata.

In questa prospettiva, AIVP ha deciso di includere tra i 10 obiettivi della sua l'Agenda 2030 la cultura e l'identità portuali, evidenziando come le città portuali abbiano bisogno di sviluppare senso di appartenenza e orgoglio del proprio porto.

² <https://tomaspueyo.medium.com/coronavirus-the-hammer-and-the-dance-be9337092b56>



Porti di Livorno, Piombino,
Capraia Isola, Portoferraio,
Rio Marina, Cavo



Cruciale in tal senso è il ruolo dei *Port Center*. Non a caso il Servizio Promozione e Comunicazione, in collaborazione con il SID e con la Direzione Infrastrutture di Piombino-Elba, si è attivata per realizzare un *Port Center* diffuso o *Port Center* di rete dell'Alto Tirreno (Prot. Int. 13024 del 20.04.2020 e 21546 del 08.07.2020) che, sulla scia dell'esperienza livornese, intende esportarne e ampliarne le funzioni, coinvolgendo una comunità più ampia e veicolando un'immagine positiva dell'istituzione promotrice dell'azione nei territori di competenza di AdSP MTS.

visittuscany.com

b

Relazioni istituzionali internazionali

Promozione e relazioni del Sistema Portuale con Associazioni internazionali

Il Servizio Promozione e Comunicazione dell'AdSP elabora le linee strategiche per le attività promozionali a seguito di un'oggettiva analisi degli obiettivi raggiunti e delle difficoltà incontrate nei piani di promozione adottati negli anni passati, oltre a un attento studio dei nuovi scenari internazionali e dei mercati di produzione e distribuzione di riferimento. Quale elemento fondamentale in questo esercizio di analisi e programmazione relativa alle attività di promozione e relazioni esterne prevista per il 2021 si pongono gli accordi di cooperazione siglati negli anni passati e tutt'ora vigenti e la partecipazione dell'AdSP ad associazioni di settore, rispetto ai quali l'ente è chiamato a svolgere le attività istituzionali, associative e di sviluppo

strettamente necessarie per la loro attuazione. Ciò acquista maggior senso nel complesso quadro generale delle crisi sanitaria ed economica in corso, che vede impegnate le associazioni internazionali della portualità nell'elaborazione di strategie di contrasto e di resilienza il più possibile allargate e condivise, tese al perseguimento di standard internazionali che consentano di rispondere in maniera il più possibile omogenea, efficace ed efficiente al fenomeno globale contingente causato dal Coronavirus, ma non solo.

In questo esercizio di analisi, il rapporto costante con le associazioni istituzionali internazionali, risulta essenziale non solo per confrontarsi, ma anche per prendere spunto dagli altri porti, facendo da sfondo sia alla promozione in un'ottica più commerciale che alla ricerca di creazione o di fidelizzazione di opportunità in Paesi esteri. Alla luce di questo, si può ravvisare come elemento prioritario di consolidamento dell'attività internazionale dell'AdSP MTS, la presenza presso i primari soggetti istituzionali esteri:

- i. **ESPO (*European Sea Ports Organization*)** - partecipazione al *Cruises and Ferries Network*, con particolare riferimento alla tematica del rapporto tra porto e città.
- ii. **AIVP (*Association International Villes et Ports*)** - nuova opportunità di partecipazione al Consiglio di Amministrazione da valutare, partecipazione alla rete dei *Port Centers (Port Center Network-PCN)*, presenza agli eventi annuali.
- iii. **MedCruise (*The Association of Mediterranean Cruise Ports*)** - partecipazione agli incontri dell'Associazione dei Porti Crocieristici del Mediterraneo e partecipazione ai gruppi di lavoro, con particolare riferimento al tema porto-città e ambiente.
- iv. **IAPH (*International Association Ports and Harbours*)** - partecipazione alla conferenza annuale che dà diritto ad un anno di iscrizione all'associazione gratuito per prova (2021).

Se diffondere agli *stakeholder* nazionali ed internazionali, istituzionali e non, gli ultimi piani infrastrutturali gestiti dal Piano Regolatore Portuale di Sistema e dai POT e promuovere i servizi dei porti rappresentano senz'altro un elemento alla base dell'attività di promozione, oltre alle azioni strategiche strettamente promozionali/istituzionali legate alle associazioni internazionali, gli accordi con altre amministrazioni portuali si pongono come elemento altrettanto essenziale per lo sviluppo dei porti e dei loro traffici. Conseguentemente, l'attività del Servizio Promozione e Comunicazione ricomprenderà il coordinamento degli accordi di cooperazione istituzionale già sottoscritti con soggetti istituzionali esteri negli esercizi passati, nonché quello del ricevimento di delegazioni cittadine, nazionali o estere. Per questo punto, si richiamano fondamentalmente gli accordi già operativi nell'area del



Porti di Livorno, Piombino,
Capraia Isola, Portoferraio,
Rio Marina, Cavo

Mediterraneo, in particolare con i porti del Nord Africa, e più in generale dell'area del Vicino Oriente, degli USA e del Sud-Est Asiatico³.

All'interno di tali accordi, le attività di cooperazione si articolano lungo i tre fondamentali assi della promozione di nuove linee commerciali, della formazione in ambito portuale e logistico, dell'innovazione tecnologica e della sostenibilità. Questa cooperazione, già avviata, deve portare all'implementazione di soluzioni congiunte e all'avvio di programmi condivisi di interesse per l'Autorità di Sistema nell'ottica del consolidamento dei rapporti istituzionali e commerciali, dell'armonizzazione delle procedure e della competitività globale delle filiere logistiche.

Guardando all'area extra-Mediterranea, è necessaria non solo una fidelizzazione, ma anche l'attivazione di servizi o la creazione di opportunità, istituzionali e non, su piattaforme geografiche che stanno vivendo uno sviluppo notevole negli ultimi anni: Brasile, Paese in grande espansione; Colombia (per la quale si ricordano gli accordi con il porto di Santa Marta e con la Camera di Commercio Italo-Colombiana per la tracciabilità *hi-tech* innovativa e lungo tutta la filiera dei carichi di caffè, gestiti dal Dipartimento Sviluppo ed Innovazione Tecnologica); Uruguay, Paese di elezione per l'importazione di cellulosa; India, Russia e Cina che continuano a rappresentare i principali mercati di sbocco a livello mondiale, grazie ai tassi di crescita che si sono mantenuti positivi anche nel periodo di crisi globale e alla domanda che sono in grado di esprimere e che si sta orientando verso le nuove necessità legate alla diversificazione dell'economia.

Particolare rilievo assumono infine le attività promozionali legate alla sperimentazione della digitalizzazione dei flussi informativi generati dalle linee commerciali con i porti di sistema portuale e all'attivazione operativa di procedure standardizzate anche con i porti extra-Mediterraneo, nell'ottica della facilitazione dell'interscambio commerciale che renda possibile l'attivazione di nuovi collegamenti marittimi. In questo senso, si sottolinea come sia da curare particolarmente la cooperazione con porti cinesi e del Medio Oriente, che si potrà articolare lungo le filiere produttive chiave della cellulosa, auto nuove, *break bulk*, con soluzioni innovative e proposte commerciali congiunte per l'attivazione di nuovi traffici con particolare riferimento, nel *break bulk* ad alto valore aggiunto, allo scalo di Piombino.

**Scopri il patrimonio
del tuo spazio
in un istante
che sa di eternità.**

³ Nello specifico, il Servizio Promozione e Comunicazione si pone l'obiettivo di assicurare l'adeguata rappresentatività e promozione del Sistema Portuale, allo scopo di rispettare i seguenti accordi di cooperazione e collaborazione direttamente curati in passato dalla Direzione Promozione e Studi dell'AP di Livorno: Accordo di cooperazione e collaborazione con il Porto di Ceuta (2015), Accordo di cooperazione e collaborazione con il Porto di Ashdod (2014), Accordo di cooperazione con il Porto di New York-New Jersey (2000), Accordo di cooperazione con il Porto di Miami-Florida (2012), Accordo di cooperazione tecnica con l'Amministrazione dei Porti di Santos, Paranà e Antonina (2014), Accordo di cooperazione con i Porti di Ningbo e di Wenshou (2000).

C

Promozione e relazioni non istituzionali

Promozione e relazioni del Sistema Portuale tese al consolidamento dei rapporti commerciali e alla fidelizzazione o creazione di opportunità in Paesi esteri

Benché l'attività commerciale in senso specifico sia preclusa all'AdSP in virtù della legge di riferimento, un'azione che mira alla promozione commerciale delle filiere logistiche del Sistema Portuale, magari in collaborazione con gli operatori portuali, è essenziale. È quindi intendimento del Servizio Promozione e Comunicazione continuare a dare impulso nei settori delle macroaree dei traffici commerciali degli scali del sistema, quali quelle dei contenitori, dei prodotti forestali, delle merci varie e rinfuse, dei passeggeri crociere e traghetti e delle autostrade del mare.

In questo senso, si intravedono tre assi principali di promozione commerciale:

1. le fiere (nazionali ed internazionali), che rappresenteranno anche per il 2021 un'occasione utile per promuovere la conoscenza dei porti, essendo importanti momenti di incontro e confronto fra il mercato della domanda e dell'offerta. Tale attività fieristica - che verosimilmente anche per il 2021 vedrà una commistione di eventi *online* (sulla scia del *Seatrade Cruise Virtual 2020* e del *Green Logistics 2020*) e in presenza, con una prevalenza dei primi - sarà focalizzata sulla promozione delle filiere prioritarie identificate nel POT 2018-2020 e riproposti nella bozza di POT 2021-2023 recentemente presentata all'Amministrazione (*Break Bulk*, *Auto Nuove*, *Agroalimentare*, *Ro-Ro*, *Contenitori*, *Oil&Gas-Chemicals*) e delle opportunità legate all'economia *blue* e *circular*, nonché all'integrazione del sistema portuale nelle reti di trasporto euro-mediterranea, consolidando con nuovi servizi le linee già esistenti e promuovendo l'attivazione di nuove connessioni intermodali.

Da alcuni anni ormai, la programmazione dell'attività fieristica si inserisce appieno nel programma promozionale proposto da Assoport, che ha siglato un accordo proprio con ICE e UIR per presentare il Sistema Italia nel panorama logistico internazionale, oltre che intese con Invitalia e ENIT. Di seguito, uno stralcio dal "Piano di Comunicazione 2020-2021 - Attività di promozione e comunicazione" di Assoport citato in premessa:

Iniziative promozionali all'estero previste da Assoport

(Dall'aggiornamento del Piano di Comunicazione 2020-2021 - Attività di promozione e comunicazione di Assoport (Prot. AdSP MTS 0037005 del 06.11.2020):

«Le iniziative comprese nella presente azione riguardano (*main objective*):



- partecipazione a fiere o manifestazioni finalizzate a supportare la promozione commerciale o finalizzate alla promozione della conoscenza all'estero delle aree e dei territori;
- manifestazioni, come ad esempio *workshop* delle aree e dei territori, incontri per promuovere i contatti commerciali, presentazioni della portualità, anche non a livello associativo con le collaborazioni di altri soggetti;
- attività di promozione sui mercati esteri a carattere integrato, anche plurisettoriali che, attraverso la promozione dell'offerta turistica e culturale degli scali consentano di promuovere il sistema portuale nel suo complesso.

Per quanto concerne la partecipazione alle fiere, si ritiene opportuno privilegiare la partecipazione ad eventi di carattere settoriale, rilevanti in termini di notorietà e presenza di operatori professionali, interessanti soprattutto – anche se in maniera non esclusiva – i mercati europei tradizionali. Gli interventi si estendono anche in ambito extra europeo, in particolare in quei Paesi in cui i margini di sviluppo registrati negli ultimi anni hanno chiaramente indicato un'espansione che deve essere guidata e incentivata da una programmazione con una regia nazionale. La partecipazione alle manifestazioni fieristiche potrà avvenire anche attraverso l'organizzazione di stand collettivi che prevedano al loro interno degli spazi dedicati alle AdSP ai quali potrà essere richiesta la corresponsione di una quota di partecipazione».

È auspicabile che la partecipazione ad eventi fieristici, sia pure in versione digitale per il 2021, venga come sempre programmata dall'AdSP MTS in collaborazione con la comunità portuale, con gli operatori e con le associazioni di categoria (Assiterminal, Spedimar, Asamar, Assimprese) e con la CCIAA, allo scopo di presentare il sistema portuale nella sua interezza. Per il 2021 si prevede pertanto:

- se l'attività promozionale riparte in presenza, un'adesione tendenzialmente congiunta alle altre entità istituzionali e commerciali nazionali, quali Assoport/ICE/Invitalia/UIR/ENIT, enti territoriali e CCIAA, all'interno di *Padiglioni Italia* allestiti *ad hoc*, che si sono confermati nel tempo una scelta di marketing vincente;
- per alcune fiere di settore particolarmente attinente ai traffici dei porti del sistema dell'Alto Tirreno (come *Fruit Logistica* di Berlino e *Break Bulk*), partecipazione in autonomia rispetto ad Assoport, ma in uno stand coordinato con gli operatori locali del settore;
- se l'attività promozionale è costretta a rimanere virtuale, la partecipazione ad eventi *online* sia in collaborazione con i suddetti soggetti che individualmente come Sistema Portuale dell'Alto Tirreno.

2. Nel settore della promozione non istituzionale, si avverte inoltre la necessità di potenziare le strategie indirizzandole non solo verso eventi, fiere e relazioni istituzionali, ma anche organizzando missioni mirate a interlocutori potenzialmente

interessati a svolgere traffici utilizzando le infrastrutture del sistema portuale. Allo scopo di implementare le attività di promozione dirette in funzione dei mercati di riferimento dei porti, si ritiene quindi opportuno:

- organizzare incontri e presentazioni mirati con le realtà legate al ciclo produzione/esportazione/importazione per offrire o prospettare loro dei servizi (marittimi in primis). Nello specifico: associazioni locali degli operatori, CCIAA, ecc. a seconda anche delle aree geografiche della produzione (Triveneto, Emilia-Romagna, ecc.). Da tener presente che spesso si tratta anche di piccole realtà che sono solo interessate a far circolare le proprie merci e quindi non tanto ad eventuali presenze logistiche nei nostri porti. Si tratta di impostare un lavoro un po' più capillare, già svolto in passato dalla struttura Promozione e Comunicazione, per prendere contatto con il territorio e ripartire attraverso la conoscenza delle caratteristiche produttive di queste aree;
 - organizzare incontri mirati (B2B) fra imprese/operatori portuali ed esponenti delle più importanti compagnie specializzate nel trasporto marittimo di qualunque tipo, nonché operatori nazionali ed internazionali interessati ad intraprendere *business e/o relationship*. Ovviamente così come per le manifestazioni fieristiche, quanto per le relazioni B2B dovrà essere considerata l'opzione a distanza, attraverso gli strumenti del *virtual meeting*.
3. Per il 2021 è stato ipotizzato anche un percorso promozionale in stretta collaborazione con la struttura dell'*Ufficio Speciale Coordinamento Interventi Strategici* dell'Ente, allo scopo di dare la necessaria visibilità e successivamente favorire l'azione promozionale sia degli interventi strategici in corso che di quelli in programma. Tale azione sarà portata avanti anche in collaborazione con Assoporti ed ICE/Invitalia, allo scopo di proporre un'offerta globale che includa, oltre alla conoscenza della situazione infrastrutturale attuale ed una chiara presentazione dei piani futuri, anche le opportunità e gli strumenti di attrazione degli investimenti per i potenziali investitori. Nello specifico, si propone quindi di organizzare con i soggetti sopra citati un ciclo di *webinar*, da calibrare secondo l'*audience target*, focalizzati su dei macro-temi fra i quali la Piattaforma Europa, il sistema dei porti e degli interporti toscani, il porto di Piombino (vedere scheda allegata al punto 4 dell'Agenda 2021).

Infine, per tutta l'attività promozionale è altresì importante promuovere, con la collaborazione della comunità portuale (*in primis* l'Interporto "A. Vespucci" e l'Autoparco "Il Faldo") e delle associazioni di categoria (Spedimar, Asamar, Assimprese, Assoterminal, Assologistica, ecc.), l'organizzazione e la partecipazione anche congiunta a convegni, studi, forum e giornate a tema.

d

Predisposizione di materiale promozionale

Comunicazione attraverso nuovi *format* virtuali

A rafforzamento dell'attività promozionale prevista per il 2021 e dei nuovi *format* virtuali che necessariamente dovranno essere implementati, il Servizio Promozione e Comunicazione prevede di curare l'aggiornamento del materiale promozionale non solo del Sistema Portuale stesso, ma anche dei progetti futuri dell'Autorità di Sistema Portuale, nonché la predisposizione di nuovo materiale e, in generale, di pubblicazioni, libri, DVD ed altro materiale mediatico, anche sulle pagine *social* gestite dal Servizio (Fortezza vecchia e *Port Center*) vetrine irrinunciabili sulle quali esporre i servizi, attività ed infrastrutture portuali.

Già nel secondo semestre del 2020, a seguito dell'emergenza sanitaria, nel contesto della *Team Crisis* istituita dalla Regione Toscana, il Servizio Promozione e Comunicazione ha avviato il progetto di rielaborazione e diffusione del kit "Toscana. Rinascimento senza fine" per la promozione dell'immagine dei porti crocieristici AdSP MTS sopra esposto. Un primo lancio è stato sperimentato nell'ottobre 2020 nel corso del *Seatrade Cruise Virtual*, prima esperienza di fiera virtuale cui AdSP MTS ha preso parte, in collaborazione con Porto di Livorno 2000 e Tuscany Terminal, nell'ambito della collettiva di Assoport.

Sempre in quest'ottica, il Servizio Promozione e Comunicazione sta realizzando, in collaborazione con il fornitore di servizi incaricato nell'ambito del PORTO APERTO, una *Videoteca del Port Center* (video, cortometraggi, *loop* fotografici) con contenuti multimediali relativi alle aree e alle attività delle città porto ricomprese sotto la competenza di AdSP MTS. Verranno inoltre riproposti "I giovedì del *Port Center*" in versione *online*: il *format* ormai rodato degli incontri tematici del *Livorno Port Center* assume la veste di *webinar*, mantenendo una programmazione mensile su argomenti di integrazione porto-città e di portualità locale in genere.

Nell'ottica di una promozione e di una comunicazione integrate dell'immagine del porto, nell'ambito del progetto PORTO APERTO l'Ufficio Promozione e Relazioni Esterne collaborerà anche per il 2021 con l'Ufficio Comunicazione per l'organizzazione della trasmissione "Porto Aperto News", in collaborazione con l'emittente televisiva locale Telegranducato, che diventa un'occasione interessante di presentazione a livello territoriale della realtà dei porti del sistema. In relazione a PORTO APERTO, sulla base di un'immagine coordinata dell'evento verrà predisposto anche un pacchetto comunicazione: manifesti, *dépliant* informativi, pubblicità tabellare sulla stampa locale e su quella di settore, sia di tutta l'iniziativa che di eventi in particolare, diffusione di notizie *ad hoc* sui siti web dell'AdSP del Mar Tirreno Settentrionale e del *Livorno Port Center*.



Porti di Livorno, Piombino,
Capraia Isola, Portoferraio,
Rio Marina, Cavo

Prima di passare all' Agenda AdSP MTS 2021, il piano si conclude riprendendo le parole dell'aggiornamento del "Piano di Comunicazione 2020-2021-attività di promozione e comunicazione" di Assoporti già citato in premessa con l'auspicio di rendere questo periodo di crisi un'occasione per il futuro.

(Dall'aggiornamento del Piano di Comunicazione 2020-2021 - Attività di promozione e comunicazione di Assoporti (Prot. AdSP MTS 0037005 del 06.11.2020):

«Non è dato infatti sapere quando [la pandemia] finirà, ma - quel che è ormai certo - in più ambiti ed a più livelli, è che al termine dell'emergenza poche cose riprenderanno nello stesso modo cui si era abituati nel periodo pre-Covid. Se la crisi, come la letteratura insegna (Morin, 1976), è uno degli elementi che spinge un'organizzazione ad adattarsi e a trasformarsi, essa può essere anche la causa dominante che conduce ad una riorganizzazione generale. E la conoscenza la base essenziale della capacità di resilienza, adattamento e trasformazione. Questo nuovo Piano rappresenta quindi non solo un modo per riprendere il filo del discorso interrotto dall'emergenza, ma anche un'occasione per riflettere su come questo filo dovrebbe essere ripreso. Ciò anche allo scopo di ristabilire alcuni ruoli, in particolare quelli istituzionali, come quelli svolti dalle Autorità di Sistema Portuale. La portualità, in quanto sistema di sistemi governati da impulsi e regole economiche che rappresentano la dimensione locale-nazionale-internazionale del territorio, proiettandola nei contesti globali del mercato, è particolarmente sensibile alle dinamiche della performatività. L'attuale contesto di crisi - inattesa, impalpabile e paralizzante - si profila sempre di più come un momento di rottura, o catastrofe in senso storicistico, che pone in discussione il villaggio globale, i flussi di persone e di merci. Il Virus, più di ogni altro moto economico-finanziario, più delle drammatiche improrogabili istanze ecologiche, ha messo il punto. L'accapo è tutto da scrivere e i porti continueranno ad essere il primo fronte sul quale si misurerà la reazione di domani».

visittuscany.com

Di seguito, al termine della relazione, il programma previsto, suscettibile di cambiamenti in funzione delle esigenze dell'Amministrazione e degli eventuali suggerimenti da parte degli operatori portuali e ovviamente in relazione alla pandemia in atto.

**Scopri il più grande
del tempo e dello spazio
in un istante
che sa di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

Agenda 2021 Programma delle iniziative in presenza e *online*

Si propone una scheda riassuntiva delle iniziative in programma per il 2021, molte delle quali previste dal Piano di Comunicazione e Promozione di Assoporti, cui AdSP MTS intende aderire, altre invece più strettamente legate ai porti dell'Alto Tirreno.



1. INIZIATIVE PROMOZIONALI A LIVELLO NAZIONALE

Italian Cruise Day | Si tratta di un evento che Assoporti segue con interesse e che si svolge ogni anno tra il mese di settembre e ottobre. Assoporti mette a disposizione un patrocinio oneroso in cambio di un accredito per ciascuna AdSP (Presidente, Segretario Generale), la partecipazione alla Conferenza con almeno un relatore, nonché la promozione congiunta di tutta l'iniziativa. Inoltre, nell'ottica della valorizzazione delle attività accademiche, l'Associazione riserva un premio per studenti che presentano tesi di laurea in riferimento alla crocieristica.

Naples Shipping Week e Genoa Shipping Week | All'interno dell'organizzazione della settimana dello *shipping* di Napoli, che si alterna con *Genoa Shipping Week*, Assoporti organizza un *panel* di qualificati interventi su temi di maggior attualità.

RemTech Expo | Si tratta di un evento propedeutico di carattere tecnico, oltre alla costruzione della c.d. Conferenza Nazionale dei Porti, che affronta i principali temi del settore ambiente, incluso sedimenti, bonifiche e nuove energie. Si tiene in genere a settembre di ogni anno a Ferrara. Il contributo include la possibilità di organizzare sia l'evento che un desk per le AdSP, al fine di supportare attività nel settore ambientale. L'accordo con *RemTech* prevede, inoltre, l'organizzazione di un evento propedeutico, a Roma, per discutere di modifiche normative, relative al tema ambientale così delicato e attuale.

Sealogy | Primo salone europeo della *Blue Economy* organizzato a marzo 2020 presso la Fiera di Ferrara. Potrebbe essere utile proporre una partecipazione come Sistema Italia.

Italian Port Days | Le Giornate dei Porti Italiani oppure Giornate Nazionali dei Porti si terranno a maggio 2021 con un programma vario e concordato e con un'attività di comunicazione istituzionale e informazione alla stampa condiviso tra le AdSP e largamente concordato in sede associativa. Il successo riscontrato ha reso utile proseguire e ulteriormente migliorare questa iniziativa, anche in seguito alla partecipazione all'ESPO Award con la pubblicazione dedicata ed il successivo inserimento dell'iniziativa quale buona pratica dell'obiettivo n.6 dell'agenda 2030 (precedentemente menzionata). La modalità mista digitale/presenza, dal 1° al 10 ottobre 2020 ha utilizzato il sito www.italianportsday.it. Infine, il progetto è stato inserito nell'agenda EMD in My Country della Commissione Europea. Una volta cessate le restrizioni attualmente in atto, si, riproporranno le visite ai Port Centre già esistenti in Italia (Genova e Livorno) nonché ad altre strutture che si propongono quale cerniere di collegamento e integrazione tra porto e aree circostanti.

VI Biennale Spazi Pubblici 2021 - I bambini e lo spazio pubblico | Primo approccio a questo importante appuntamento in relazione al progetto PORTO APERTO e alla Fortezza Vecchia.



2. INIZIATIVE PROMOZIONALI ALL'ESTERO IN COLLABORAZIONE CON ASSOPORTI

Le iniziative comprese nella presente sezione riguardano la azione riguardano la partecipazione a fiere o manifestazioni finalizzate a supportare la promozione commerciale o finalizzate alla promozione della conoscenza all'estero dei porti del sistema. Si dividono in due macro-aree, secondo quanto Assoporti propone:

a. FIERE INTERNAZIONALI DEL SETTORE CROCIERE

La *leadership* dell'Italia all'interno della crocieristica Europea è nota. Si tratta di una *leadership* di traffico, di numero di porti, di impianti economici ed occupazionali, di cantieristica, di compagnie che scalano lungo le nostre coste. Per tale motivo, da qualche anno, Assoporti organizza la partecipazione collettiva del sistema portuale italiano alle fiere del crocieristico, sotto il logo *Cruiseltaly* in collaborazione con ENIT. Di particolare interesse, la realizzazione delle fiere virtuali che ha preso il via nella seconda parte del 2020 e che si svilupperà nel 2021. In particolare, l'esperienza di *Seatrade Cruise Virtual* di ottobre 2020 ha gettato le basi per una soluzione temporanea in caso di prolungate restrizioni.

- *Seatrade Cruise Global Miami* | Si tratta della più grande manifestazione del segmento crociere al mondo. La presenza italiana è oramai garantita da oltre 20 anni con diverse formule adottate nel corso del tempo, che hanno portato l'Associazione ad intervenire per abbattere costi e creare una presenza coordinata del Paese destinazione. Grazie all'esperienza maturata nel corso delle edizioni precedenti, l'Associazione, in collaborazione con i propri associati, ha integrato la propria presenza con ENIT Italia-Agenzia Nazionale del Turismo. L'idea grafica viene concordata per creare una destinazione Paese completa con la presenza diretta anche di rappresentanti delle Regioni italiane. Alcune delle iniziative concordate riguardano: cena istituzionale e taglio del nastro con autorità e stampa locale, presenza di membri del Governo italiano sullo stand ed eventi regionali dedicati. Gli spazi a disposizione garantiscono *privacy* nel corso degli incontri specifici. È prevista la raccolta di adesioni da parte di note aziende italiane per la promozione del *Made in Italy*.
- *Seatrade Cruise Med e Europe* | Si tratta di un evento previsto anche in considerazione dell'accordo Assoporti/MedCruise, che consente la presenza di *Cruiseltaly* all'interno dell'area vasta di tutto il Mediterraneo con una propria riconoscibilità. È un evento biennale che si alterna con *Seatrade Cruise Europe* Amburgo e che ha lo scopo di promuovere il crocierismo del Mediterraneo. Essendo l'Italia il primo Paese nell'area MED in questo settore, è stata solitamente una delle fiere individuate per la partecipazione con risultati importanti in termini di contatti per ogni partecipante. È previsto, in particolare per il rilancio del sistema crociere, un evento nazionale fruibile anche nella modalità online per il quale le AdSP saranno coinvolte unitamente a tutti i player interessati.

b. FIERE INTERNAZIONALI DELLA LOGISTICA

Assoporti ha stipulato un accordo quadro operativo con ICE/Invitalia e UIR, nell'ambito delle finalità del Piano Strategico Nazionale della Portualità e della Logistica che, per i fini del presente piano, costituisce un altro obiettivo principale delle azioni promozionali. Come noto, la partecipazione alle manifestazioni fieristiche in presenza per l'anno 2020 è stata sospesa, a causa della pandemia da Covid-19, per quanto riguarda gli stand collettivi, salvo la possibilità di

collegarsi agli eventi collaterali tramite gli accordi con ICE e ENIT attraverso piattaforme dedicate e con l'invio di documentazione specifica.

Nel 2021, si prevede di partecipare in presenza oppure a distanza (in base alla situazione emergenziale) alle seguenti manifestazioni:

- [Transport Logistics](#), Monaco, maggio 2021 (con padiglione ITALIA)
- [China International Logistics Fair](#), settembre 2021

Altri eventi previsti con ICE/Invitalia in mercato *target*:

- [Dubai EXPO](#) 2021
- Turchia
- Emirati Arabi Uniti
- Qatar

3. INIZIATIVE PROMOZIONALI ADSP MTS IN COLLABORAZIONE CON OPERATORI LOCALI

- [Fruit Logistica](#), Berlino, maggio 2021 (proposta di uno stand collettivo del porto di Livorno in collaborazione con gli operatori presenti lo scorso anno con l'iniziativa Livorno Cold Chain e con altri operatori che si aggiungeranno- In alternativa, prevista partecipazione al desk ICE - Assoporti - UIR che organizzeranno anche un evento).
- [Break-bulk](#) Brema, maggio 2021 (proposta di uno stand collettivo del porto di Livorno in collaborazione con gli operatori interessati).

4. MISSIONI MIRATE SUL TERRITORIO E B2B

Incontri, presentazioni e B2B con le realtà legate al ciclo produzione/importazione/esportazione dei territori di riferimento dei porti dell'Alto Tirreno e con operatori marittimo-portuali.

In considerazione del particolare momento di pandemia, questo programma verrà articolato non prima del secondo trimestre dell'anno.

5. INIZIATIVE PROMOZIONALI DEGLI INTERVENTI STRATEGICI

(Programma da strutturare a partire da gennaio 2021)

Progetto	Azioni		Interlocutori	<input checked="" type="checkbox"/>	Paese
Il sistema dei porti e degli interporti toscani	Singole azioni mirate da definire in tandem con Interporto Vespucci e della Toscana Centrale	Il sistema logistico Porto di Livorno - Interporto Vespucci	Investitori istituzionali	<input type="checkbox"/>	
			Terminal Operator	<input type="checkbox"/>	
			Compagnie marittime	<input type="checkbox"/>	
			Industriali	<input type="checkbox"/>	



Strumenti per il sostegno degli investimenti nel settore delle infrastrutture portuali			Investitori istituzionali	<input type="checkbox"/>	
			Terminal Operator	<input type="checkbox"/>	
			Compagnie marittime	<input type="checkbox"/>	
			Industriali	<input type="checkbox"/>	
Darsena Europa	Terminal contenitori	Terminal RO.RO.	Investitori istituzionali	<input type="checkbox"/>	
			Terminal Operator	<input type="checkbox"/>	
	Compagnie marittime		<input type="checkbox"/>		
	Industriali		<input type="checkbox"/>		
Porto di Piombino	Da definirsi a seguito degli sviluppi su investimenti JSW, Manta Logistics e Liberty Steel Group e della definizione dell'infrastrutturazione stradale e ferroviaria		Investitori istituzionali	<input type="checkbox"/>	
			Terminal Operator	<input type="checkbox"/>	
			Compagnie marittime	<input type="checkbox"/>	
			Industriali	<input type="checkbox"/>	

in un istante



6. EVENTI PROMOSSI DA ASSOCIAZIONI INTERNAZIONALI

Associazione	Periodo	Luogo	Denominazione evento
ESPO - <i>European Sea Ports Organization</i>)	27-28 maggio	Oslo (Norvegia)	<i>ESPO Conference 2021</i>
AIVP - <i>Association International Villes et Ports</i>	12-16 ottobre	Tangeri (Marocco)	<i>17th World Conference Cities and Ports</i>



*Autorità di Sistema Portuale
del Mar Tirreno Settentrionale*



Porti di Livorno, Piombino,
Capraia Isola, Portoferraio,
Rio Marina, Cavo

IAPH - International Association Ports and Harbours	23-25 giugno	Anversa	World Port Conference
MedCruise	da definire	da definire	da definire

Servizio Promozione e Comunicazione
Ufficio Promozione e Relazione Esterne



visittuscany.com

**Scoprirti padroni
del tempo e dello spazio
in un istante
che sa di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE