

Il barometro dell'economia

Crescono i crocieristi ma Napoli non è ancora «home port»

Gli ultimi dati sul settore delle crociere hanno confermato la valenza che riveste questo comparto per la nostra economia. Il nostro Paese vede ogni anno, infatti, circa 11 milioni di turisti imbarcati in una nave da crociera ed è significativa la crescita che si è registrata rispetto a 10 anni fa: nel 2006 i turisti erano poco più di 6 milioni, quindi, rispetto al 2015, si è segnato un incremento di circa l'80%. Così come è significativo l'aumento delle «toccate nave» che è anche indicatore dell'intensità del naviglio che attracca nei nostri porti: si è passati da poco meno di 3.700 nel 2006 alle oltre 4.400 del 2015 (+19%).

Le crociere sono da ritenere un asset strategico dell'Italia; sono anch'esse uno strumento che favorisce la visibilità turistica, nazionale ed internazionale del nostro Paese, stimolando l'accessibilità ai siti più belli ed importanti d'Italia e generando un significativo impatto economico. Il Mediterraneo, inoltre, va accrescendo la propria appetibilità per il crocierista: pur rimanendo sempre leader mondiali le rotte caraibiche (33,7% del totale), il Mare nostrum è passato dal 13% del 2006 al 19% nel 2016, la seconda rotta più «battuta» al mondo delle otto più note. A livello mondiale inoltre vi sono ordini programmati fino al 2020 per oltre 90 navi da crociera (di cui 52 oceaniche).

Concentrandosi sulla nostra regione, lusinghieri sono i risultati raggiunti dal porto di Napoli nel comparto. Lo scalo campano ha quasi raggiunto gli 1,270 milioni di turisti (+14% rispetto al 2014 e +31 sul 2006) che lo hanno confermato il terzo porto in Italia (dopo Civitavecchia e Venezia) e il primo del Mezzogiorno. Ed anche Salerno, pur facendo segnare numeri di dimensioni più ridotte, ha avuto una buona performance: 190 mila passeggeri, con un aumento di quasi un terzo rispetto al 2014. Segno di un crescente interesse per la nostra regione da parte della compagnie e dei turisti stessi.

Ciò che lascia comunque pensare in modo ottimistico anche per il futuro è l'incremento fatto registrare nel 2015 da quasi tutti i porti del Mezzogiorno, in particolare quelli delle isole maggiori: Palermo (+3%), Messina (+2,5%), Cagliari (+225%) e Olbia (+41%). In totale nel Mezzogiorno sono stati registrati 3,4 milioni di crocieristi con una performance quasi doppia del resto del Paese (Mezzogiorno +13,2% sul 2014; Totale Italia +7,4%).

Il calo delle destinazioni del sud del Mediterraneo è tra i fattori che hanno influenzato queste dinamiche.

Una maggiore concentrazione del traffico si è avuta nei mesi estivi (giugno-settembre) ma alcuni porti mostrano anche segnali di destagionalizzazione; ad esempio la stessa Napoli nella stagione calda ha registrato il 55% delle crociere (il 13% in inverno), Palermo il 40,2% (il 21,7% in inverno), Bari il 64,5%. Anche le previsioni confermano, per il porto di Napoli, numeri positivi; autorevoli stime prevedono, un traffico sostanzialmente stabile per il 2016 (+0,8%, totale Italia +2,7%) e, soprattutto, un sensibile incremento delle «toccate nave» che dovrebbero crescere da 445 a 495 (+11,2%, totale Italia +3,7%).

L'importanza del comparto è stata dunque messa in luce dai dati elaborati; occorrerebbe, tuttavia, mettere in campo strategie più efficaci in modo da rendere Napoli - ed in generale i porti del Mezzogiorno - home port cioè porto in cui i passeggeri iniziano o terminano la crociera e non solo porto di transito. A parità di passeggeri, infatti, un home port beneficia di maggiori ricadute economiche. Da una parte la spesa media dei crocieristi è più elevata perché spesso pernottano prima o dopo la crociera per uno o più giorni; dall'altra, anche la spesa delle compagnie di navigazione è superiore dovendo esse acquistare beni e servizi che non sono generalmente acquistati nei porti di transito, come le provviste di bordo, i combustibili e i servizi strettamente connessi all'imbarco e sbarco dei passeggeri.

Napoli è un porto in cui il 90% dei passeggeri è in transito e ciò crea quindi minor valore aggiunto per il territorio (a Venezia è esattamente l'inverso).

I dati evidenziano come un'adeguata strategia diretta ad aumentare la competitività delle nostre infrastrutture portuali possa condurre a buoni risultati e debba, però, essere integrata da una incisiva programmazione dello sviluppo turistico, rivolta al centro i settori collegati al mare; il crocierismo è uno di questi. Il luogo comune che la crociera «non crei valore aggiunto» è quindi da interpretare con le dovute cautele poiché se le politiche messe in campo sono quelle giuste il mare dà sempre la sua risposta.

**A cura di Srm
in collaborazione
con il Banco di Napoli**

