

TAVOLO DI LAVORO SULLA CRESCITA BLU

DOCUMENTO FINALE 2017

Pescara, 8 giugno 2017

1. Introduzione

La bozza progettuale elaborata dalla Camera di Commercio di Bari e poi discussa al tavolo è la seguente:

NAUTICAL REFITTING E TURISMO NAUTICO. VECCHIE NAVI COME:

- laboratori per un refitting transnazionale
- location per un turismo nautico moderno

Segue l'illustrazione del progetto da parte del progettista della Camera di Commercio di Bari, Dott. Cosmo Albertini, seguito dalle relazioni tecniche dei keynote speaker (Professori Rossana Carullo e Michele Fiorentino, del Politecnico di Bari) e quindi dagli interventi degli altri iscritti al tavolo, che contribuiscono a definire la seguente ipotesi di progetto europeo.

2. Linee strategiche

- Il **nautical refitting**: servizi di restauro e trasformazione d'imbarcazioni e superyacht che restituiscono loro nuova vita in termini di comfort, tecnologia, sicurezza, sostenibilità ambientale;
- Una attività anticiclica: perché, mentre i cantieri sono in difficoltà nelle vendite del "nuovo", una grande quantità di barche necessita di sostanziali manutenzioni;
- Il **turismo nautico**: un'esperienza turistica in cui la motivazione è la navigazione e l'esperienza a bordo e a terra, funzionale a ricreazione, sport, intrattenimento, socializzazione, ecc.
- Un turismo multifunzionale, in cui si combinano attività varie, alcune delle quali con una riconoscibile componente marittima.
- **Esistono realtà che potrebbero sviluppare il refitting** (Università e Politecnici, cantieri navali, designer, imprese manifatturiere/artigiane, armatori/associazioni nautiche, porti specializzati, cooperative turistiche per la gestione delle navi) ma **manca completamente un collegamento in filiera fra queste realtà**;
- Il **turismo nautico viene vissuto come un mercato a sé stante; manca completamente una saldatura fra la gita in barca, l'economia dell'entroterra** (turismo, ristorazione, servizi alla persona) e la vendita di questi pacchetti turistici;
- Il **ruolo centrale delle Camere di Commercio**: attivare queste filiere, coordinarle, promuovere i pacchetti turistici legati alle barche rimesse a nuovo (casi pilota).
- The Telegraph, August 2016: "Aspettatevi di assistere ad uno spostamento dall'attuale mercato di massa del turismo dalle vacanze costruite su internet a una nuova offerta che esprima **una più personalizzata comprensione della personalità del vacanziero, dei suoi interessi, dei suoi bisogni sociali**".
- **"Spiccata personalizzazione e segmentazione"**, come sta già avvenendo negli USA: viaggi per soli gay, per amanti del ciclismo, per ebrei single, per sostenitori del partito repubblicano. Tour a tema per appassionati di Pokemon Go o del telefilm Trono di Spade.

TAVOLO DI LAVORO SULLA CRESCITA BLU

3. Conclusioni

CHI occorrerà integrare in un'unica filiera

Attore filiera	Cosa deve fare
Armatori/associazioni nautiche	Sottopongono una propria imbarcazione al refitting
Università e Politecnici	Progettano e gestiscono il refitting, coordinando i fornitori
Cantieri navali, maestri d'ascia	Ospitano l'imbarcazione, realizzano materialmente il refitting
Designer, allestitori di interni, ebanisti, artigiani	Si occupano di allestire gli interni e progettare oggetti da coperta
Cooperative turistiche	Gestiscono le navi dopo il refitting, creano i pacchetti turistici (coinvolgendo attività turistiche sulla terraferma)
Attività turistiche sulla terraferma	<ul style="list-style-type: none"> • beach resort; • aree protette marine; • SPA e centri benessere; • gestori di attività acquatiche (immersioni subacquee, canoa, surf, sci d'acqua); • parchi acquatici; • ristorazione.
Società di dating (Meetic?)	Offrono i pacchetti turistici ai loro associati (il lato domanda).

4. Azioni concordate

Il tavolo definisce come possibile azione la realizzazione di un progetto europeo che si proponga le seguenti azioni:

- **Realizzazione del nautical refitting di una barca;**
- **Attivazione di filiere per il nautical refitting** (anche tramite contratti di rete e un concorso per i designer);
- **Individuazione di potenziali cooperative per la gestione delle navi e la vendita dei pacchetti turistici;**
- **Individuazione delle location e dei fornitori ideali per i pacchetti di turismo nautico;**
- **Lancio sul mercato dei pacchetti turistici, ove possibile (altrimenti, studio di fattibilità).**