



## Sotto la lente i crocieristi sbarcati a Genova negli ultimi quattro anni **L'identikit dei crocieristi "free"** *Amano girare per il Centro Storico, ma non spendono in shopping*

**L'**Istituto Internazionale delle Comunicazioni presenta in questa newsletter uno studio, attraverso cui sono stati monitorati, negli ultimi quattro anni, comportamenti, spostamenti e preferenze dei crocieristi cosiddetti "free", ovvero coloro che sbarcano nel porto di Genova, inteso come porto di transito, senza aver acquistato a bordo, pacchetti escursionistici proposti direttamente dalla compagnia di crociera. Grazie alla ricerca, effettuata in collaborazione con il consorzio Genova Crociere, emergono le preferenze dei turisti in visita in Liguria e in particolare nella città di Genova. Il tutto contribuisce a comporre un identikit completo, composto da riferimenti anagrafici, geografici ed economici, relativi ai crocieristi intervistati.

Obiettivi principali dello studio sono stati: l'individuazione, nell'ambito dei poli di attrazione della città di Genova, sia in termini storico-culturali, sia turistici, delle mete più frequentate dai crocieristi in transito, abbinate al livello di soddisfazione che ciascuna di esse ha offerto al visitatore; determinazione dell'ammontare delle spese effettuate dai crocieristi nel corso della loro visita a terra; definizione dell'immagine che offre il "prodotto" Genova, con particolare attenzione ai livelli di ordine e di sicurezza percepiti e di capacità e professionalità degli operatori dell'accoglienza turistica. Per quanto riguarda invece le modalità della ricerca: le interviste sono state effettuate al momento del rientro a bordo e su un campione scelto dagli operatori secondo il metodo dell'estrazione casuale, sulla traccia di un questionario predisposto dall'Istituto Internazionale delle Comunicazioni, in collaborazione con il comitato direttivo di Genova Crociere. Secondo le elaborazioni del 2000, gli italiani rappresentano oltre il 50% del campione intervistato; i francesi, gli inglesi e gli spagnoli, insieme, rappresentano il 40%. Tedeschi, scozzesi e por-



toghesi, insieme, rappresentano il 6%, mentre i crocieristi provenienti da oltre oceano, con particolare riferimento agli USA, sono soltanto il 2%. In termini di fasce di età la maggioranza (58%) è rappresentata dalla fascia intermedia, vale a dire quella compresa tra i 30 ed i 60 anni. Non superano invece i 30 anni, il 32%. Gli "over 60", che forse preferiscono acquistare le escursioni proposte a bordo direttamente dalla compagnia di crociera, rappresentano soltanto il 10% del campione. Tra le mete genovesi più frequentate dai crocieristi, primo il Centro Storico con il 68% delle preferenze, porta Soprana e la casa di Cristoforo Colombo (62%), Palazzo Ducale (59%), Acquario (57%), le chiese e i monumenti della città interessano il 52%. Il livello di soddisfazione è risultato nel complesso elevato: la maggioranza dei crocieristi ha definito le visite "molto interessanti" o "interessanti".

La spesa media sostenuta da ciascun crocierista durante la visita in città ammonta a € 35,60. Per gli americani il livello di spesa media è il più elevato (€ 66,60), seguiti dai canadesi (€ 60), dai portoghesi (€ 47), dai belgi (€ 43,80) e dagli scozzesi (€ 43,40). Gli italiani e gli spagnoli spendono (€ 36,10), risultando quindi molto vicini

al valore medio. Al di sotto della spesa media si collocano invece i crocieristi inglesi (€ 33), i tedeschi (€ 28,4) e i francesi che, sostenendo una spesa media di € 21, risultano i più parsimoniosi. Elevato risulta il livello percepito della professionalità degli operatori turistici genovesi, giudicato ottimo dal 14% degli intervistati, buono dal 76% e sufficiente dal 10%. L'aspetto di Genova che ha invece suscitato le maggiori critiche è rappresentato dallo shop-

segue a pag. 3

### RICONFERMATO UGO MARCHESE

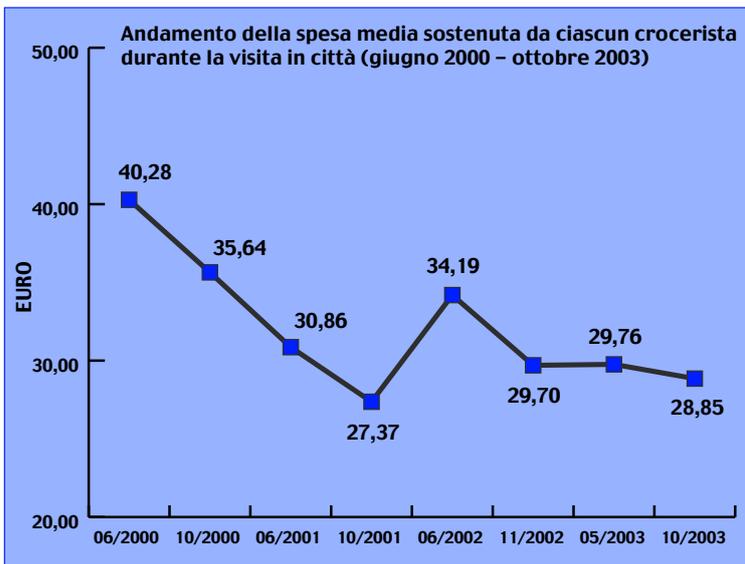
Il professore Ugo Marchese è stato riconfermato nella sua carica di Presidente dell'Istituto Internazionale delle Comunicazioni per il triennio 2004-2006.



E' quanto emerso al termine del Consiglio di amministrazione dell'Istituto Internazionale delle Comunicazioni, svoltosi il 30 gennaio scorso. Il direttivo ha quindi espresso parere unanime sulla riconferma della carica del professor Marchese.

Il professor Ugo Marchese, emerito presso l'Ateneo di Genova, ha svolto l'attività di docente di Economia Politica ed Economia dei Trasporti presso le facoltà universitarie di Scienze Politiche ed Economia e Commercio. Riconosciuto e stimato esperto di Logistica e Trasporti, ha anche diretto l'Istituto di Trasporti.

Durante il primo triennio di presidenza del professor Ugo Marchese sono state potenziate le attività di studio e di ricerca sui temi della mobilità, delle merci e dei passeggeri, oltre all'ulteriore sviluppo delle attività congressuali di livello internazionale, iniziative storiche dell'Istituto Internazionale delle Comunicazioni, ad iniziare dai convegni colombiani su Genova e la Liguria.



IIC news pag. 2

Infotransport pag. 2

Mobility Management pag. 4

# Fabio Capocaccia, nuovo presidente di Infotransport

## *Nuovi vertici per Infotransport, Associazione per l'Informatica nei Trasporti*

L'ingegner Fabio Capocaccia ha assunto la carica di presidente di Infotransport, l'associazione per l'Informatica nei trasporti. Una nomina che si pone in perfetta armonia con il segno della continuità rispetto alla gestione precedente, guidata per dieci anni dal professor Alberto Russo Frattasi del Politecnico di Torino (oggi Presidente Onorario dell'Associazione). Le cariche sociali sono state rinnovate proprio nei giorni scorsi a Roma, nel corso dell'ultimo Consiglio di Amministrazione.

Il nuovo Presidente è l'ingegner Fabio Capocaccia (segretario generale dell'Autorità Portuale di Genova, di cui è stato anche commissario nel 1995), che sarà coadiuvato da due vice presidenti, il dottor Massimo Bondoni (Alitalia), responsabile per i passeggeri e il dottor Guido Nasta, responsabile per le merci. Il dottor Giovanni Gaudino (Elsag) è stato nominato responsabile per la sicurezza, mentre il dottor Gilberto Galloni (Interporto di Bologna) ha conservato l'incarico di tesoriere; la segreteria generale è stata invece affidata al dottor Alberto Cappato, infine è stata affidata all'ingegner Riccardo Lippi le responsabilità delle relazioni esterne dell'associazione.

Completano il Consiglio di Amministrazione il dottor Francesco Angeleri (Ibm), il dottor Pierantonio Macola (Transpotec), il dottor Frabrizio Maffucci (Eni) ed il dottor Maurizio Pasini (Communauté méditerranéenne des transports). Passati ormai i primi dieci anni di attività, Infotransport intende valorizzare le professionalità, gli sforzi e la documentazione scientifica fino ad oggi prodotta, diffondendo e dando visibilità al proprio marchio e soprattutto ai risultati delle proprie attività utilizzando al meglio le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e dalle applicazioni multimediali; a questo scopo è in corso di potenziamento il sito

web ([www.infotransport.it](http://www.infotransport.it)) che consentirà una agevole consultazione della documentazione scientifica, di informazioni di settore, e per lo scambio di esperienze con associazioni analoghe a livello europeo. Il sito darà, inoltre, visibilità alle aziende associate attraverso una sessione specifica nella quale saranno inseriti i profili delle aziende. Le attività del prossimo futuro, in piena sintonia con lo Statuto, intendono: costituire l'osservatorio della evoluzione tecnologica relativa alla Informatica e alla Telematica nel settore dei trasporti; proporre e promuovere presso i soggetti pubblici e privati le linee guida e gli interventi necessari per lo sviluppo delle attività relative finalizzate al miglioramento del posizionamento competitivo del Sistema Nazionale dei Trasporti; contribuire, anche in collaborazione con le Associazioni di categoria e le Università, ad un'attività di stimolo e di supervisione dei progetti di settore a livello nazionale; svolgere studi, proposte, pubblicazioni, convegni, seminari, corsi di formazione anche in collaborazione con altre associazioni ed enti. I temi oggetto di approfondimento riguardano, sia il comparto merci, sia quello passeggeri.

Particolare attenzione sarà, inoltre, dedicata al tema della localizzazione e gestione delle flotte, attraverso la pubblicazione, tra poche settimane, di un nuovo quaderno Infotransport. Altro tema di grande attualità che sarà trattato riguarda la security, che, negli ultimi due anni, ha assunto un'importanza crescente, diventando vantaggio competitivo decisivo per porti, aeroporti e aziende di logistica. A questo tema sarà dedicato un convegno nel mese di giugno, mentre ad aprile Infotransport sarà "main partner" di Transpotec 2004 a Verona, la più importante manifestazione nel settore dell'autotrasporto e della logistica. Ad aprile sarà organizzato un convegno sulla standar-

dizzazione e informatizzazione dei container. Infotransport, nella sua nuova sede, a Genova, presso l'IIC - Istituto Internazionale delle Comunicazioni, potrà, inoltre, beneficiare di utili sinergie con l'Osservatorio di Logistica e Trasporti, già costituito, per quanto riguarda la condivisione di dati, materiale tecnico scientifico e rassegna stampa di settore. Il mondo dell'informatica, con applicazioni trasversali a tutti i settori dell'attività economica, troverà in Infotransport momenti di approfondimento, incontro, confronto su di un tema, che oltre ad essere di grande fascino, rappresenta la sfida da vincere per il futuro di tutti, singoli, aziende, Paesi: una miglior gestione della mobilità delle merci e dei passeggeri attraverso le applicazioni dell'ICT.

## IIC NEWS

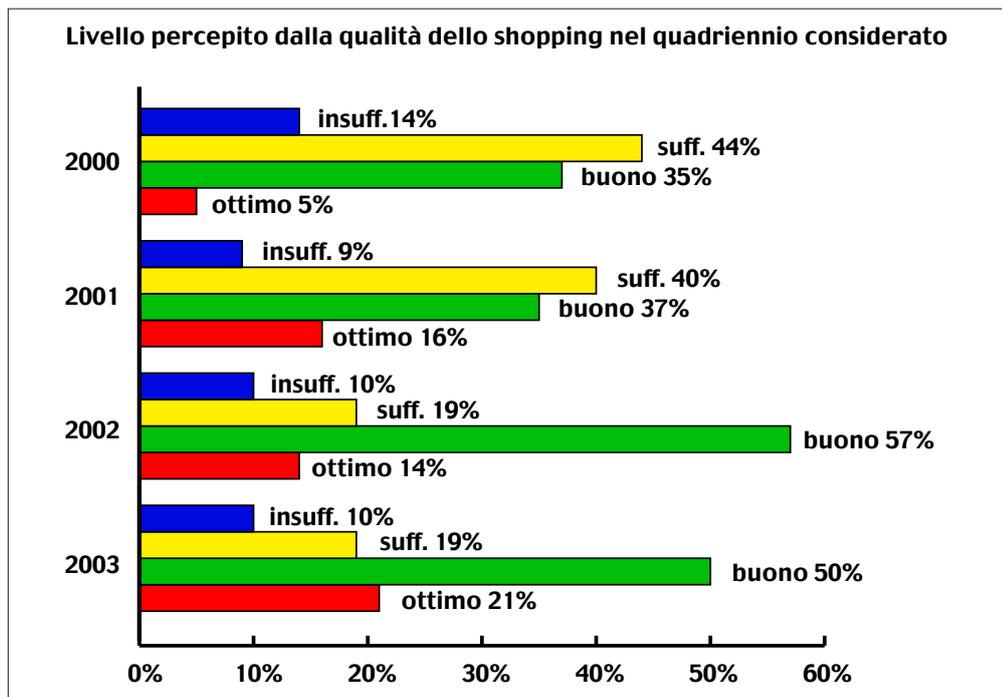
### L'APPUNTAMENTO

Il 2 aprile si svolgerà a Palazzo San Giorgio il convegno "Nuovi standard europei sulle unità di carico intermodali", promosso da Infotransport, Bic (Bureau International des Containers), Cisco (Council of Intermodal Shipping Consultants) e realizzato grazie all'Autorità Portuale di Genova e all'Istituto Internazionale delle Comunicazioni. Argomento centrale sarà la proposta dell'U.E. di creare un'unità di carico intermodale ottimale (Ueci), che combini i vantaggi del contenitore e della cassa mobile, soddisfacendo quattro diverse modalità di trasporto (strada, rotaia, trasporto marittimo e vie navigabili), semplificando le operazioni e aumentando l'efficacia del sistema.

...segue dalla prima pagina

# L'identikit dei crocieristi "free"

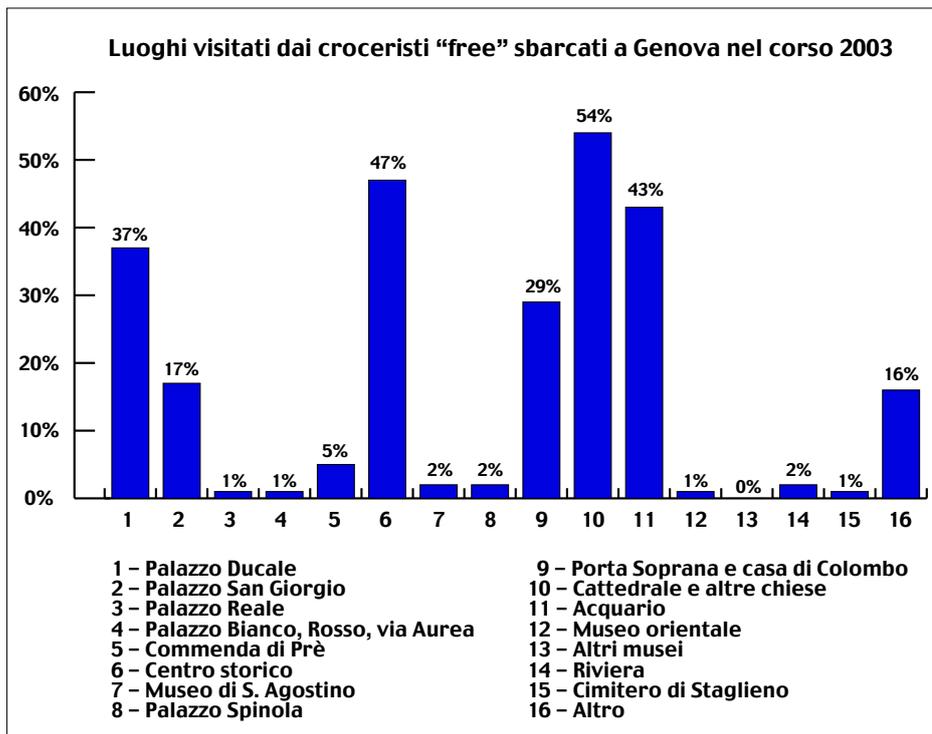
ping, reputato ottimo solo dal 5% degli intervistati, buono dal 37%, sufficiente dal 44% e insufficiente da ben il 14%. Negativo è stato anche il giudizio sul livello dell'arredo urbano, giudicato ottimo solo dall'1% degli intervistati, buono dal 45%, sufficiente dal 46% e insufficiente dall'8%, nonché dell'ordine pubblico e della sicurezza, considerato ottimo dal 10%, buono dal 42%, sufficiente dal 47% e insufficiente dall'1%. Infine, la netta maggioranza dei crocieristi intervistati (81%) arrivava a Genova per la prima volta e la stragrande maggioranza, al termine della visita, ha risposto che tornerebbe o ne consiglierebbe la visita. Nello studio effettuato nel 2001 gli italiani rappresentano invece il 48% del campione intervistato (contro il 50% del 2000). I francesi, i tedeschi e gli spagnoli, insieme, rappresentano il 37%, americani, canadesi, insieme, rappresentano il 6%. Nel 2000 i crocieristi provenienti da oltre oceano furono soltanto il 2%. La maggioranza (58%) è compresa tra i 30 ed i 60 anni. Con riferimento alla stagione 2000 si rileva una differente distribuzione per le altre due fasce di età: coloro che non superano i 30 anni rappresentano il 26% del campione, contro il 32 % della scorsa stagione. Per gli "over 60" si è invece riscontrato un aumento rispetto al 2000 (16% contro 10%). Come l'anno precedente, agli americani è associato il livello di spesa media più elevato (42,86 €), seguiti dagli italiani (31,50 €), dai canadesi (27,37 €), dagli spagnoli (25,30 €) dagli inglesi (21,17 €) e dai tedeschi (14,97 €). Interessante risulta essere il dato relativo alla spesa media fino al luglio 2001 pari a 31,50 € e quella per il periodo successivo di rilevazione 27,37 €. Tale calo è da attribuire al fatto che la maggioranza delle navi nel periodo successivo al mese di luglio è attraccata a Genova di domenica. Il 60% degli intervistati (contro il 59% del 2000) dichiara di aver effettuato spese per visite e svaghi, il 56% in shopping, il 46% in ristorazione (contro l'80% rilevato fino al mese di luglio 2001) ed il 2% in altre spese tra cui quelle di trasporto. La netta maggioranza dei crocieristi intervistati nel 2001 (79%) arrivava a Genova per la prima volta e



la stragrande maggioranza (97%), al termine della visita, ha risposto che tornerebbe, un risultato sicuramente incoraggiante. Nel rapporto del 2002 si nota un decremento dei crocieristi italiani (dal 52% al 39%) e degli inglesi che sono diminuiti passando dal 17% all'8%; un incremento dei francesi (9% nel 2000, 8% nel 2001, 20% nel 2002) e dei tedeschi che dal 2% nel 2000 sono passati al 12% nel 2001 per raggiungere, nell'ultimo anno di rilevazione, l'11%. Rispetto alla stagione crocieristica 2000 e 2001, si assiste questa volta ad una sensibile diminuzione degli "under 30" a favore di un'estensione della fascia di età intermedia e di quella "over 60". Nel 2002 si è rilevato che ai canadesi è stato associato il livello di spesa più elevato (€ 108,00), seguiti dagli statunitensi (€ 68,44) e dai francesi (€ 34,39). Gli italiani si trovano di poco al di sotto del livello di spesa media, con € 28,90, mentre i più parsimoniosi risultano gli

inglesi con soli 20,83 €. La spesa media in città ammonta a € 29,70; si registra così, rispetto al 2001, un incremento della spesa media dell'8%. Il 66% degli intervistati dichiara di avere effettuato spese per visite e svaghi (soprattutto per attrazioni, con una spesa media intorno ai 12 €); il 45 % si è dedicato allo shopping, spendendo una media di 47 € in abbigliamento e accessori e di 17 € in regali e souvenirs. Per il 2003, le analisi dei commenti e delle impressioni manifestate dagli intervistati rivela che per molti non è stato possibile effettuare lo shopping a causa della chiusura dei negozi ed è per questo che hanno anche auspicato l'apertura degli esercizi commerciali nelle giornate festive (21%); l'11% di questi crocieristi ha trovato la città troppo sporca e il tempo a disposizione per la visita a terra della città è stato considerato troppo poco (9%); la città è stata ritenuta cara (7%), è mancata l'informazione dell'esistenza del servizio di navetta gratuito (2%); è stata segnalata, infine, una carenza di cartellonistica informativa, come ad esempio mappe con percorsi segnati sulle maggiori destinazioni di interesse turistico, tutto questo in aggiunta alla mancanza di indicazioni in lingua inglese (2%). Ecco invece la ripartizione dettagliata della spesa complessiva effettuata dai crocieristi intervistati: visite e svaghi 21%, abbigliamento ed accessori 29%, regali e souvenir 30%, bar e fast food 12%, ristoranti 4%, altro, 4%. Il 98% dei crocieristi intervistati tornerebbe a Genova.

Sull'indice di gradimento circa il livello percepito dall'ordine e dall'arredo urbano è ottimo per il 57%, buono per il 25%, sufficiente per il 10 %, insufficiente l'8%. Sul Livello percepito dalla promozione turistica della città: giudizio buono espresso dal 62%, ottimo dal 25%, sufficiente dal 10% e infine il 3% ha manifestato parere insufficiente. Buono il livello percepito della qualità dell'accoglienza turistica per il 62%, ottimo per il 32%, sufficiente per il 6% e infine insufficiente 0%. Nel 2003 la spesa di 119.500 passeggeri "free" è stata di Euro 3.501.350. Questa invece la ripartizione della spesa media per nazionalità: inglese 31,89 euro, francesi 29,89 euro, tedeschi 29,80 euro, Italiani 27,37 euro, americani 21,61 euro, spagnola 18,74 euro.



# Mobility Management, la nuova gestione della mobilità

**Mobility Management** significa letteralmente "gestione della mobilità" e consiste in un approccio nel quale vengono utilizzate diverse leve e diversi strumenti al fine di ottenere un duplice risultato: migliorare la mobilità nelle aree urbane rendendo più efficienti i flussi di persone, veicoli e merci; contemporaneamente, salvaguardare e valorizzare l'ambiente attraverso soluzioni innovative e basso impatto ambientale.

Il mobility management inizia ad affermarsi all'inizio degli anni '90 negli Stati Uniti e in alcuni paesi europei, tra cui il Belgio, la Gran Bretagna, l'Olanda e la Svizzera.

In Italia è stato introdotto dal Decreto Ronchi nel marzo del 1998. In quell'occasione è stata individuata la figura del Mobility Manager di Area come interlocutore di riferimento del Mobility Manager Aziendale. I Mobility Manager di Area hanno dunque il compito di raccogliere le esigenze dei singoli mobility manager, elaborare strategie orientate alla gestione della domanda di mobilità casa-lavoro nel suo complesso e promuovere misure da implementare in linea con le esigenze della cittadinanza. Il quadro complessivo del mobility management in Italia mostra una realtà in positiva evoluzione.

Un Mobility Manager ha la possibilità di promuovere numerosi servizi alternativi e il compito di individuare quelli più adatti al suo target di riferimento. Le seguenti iniziative sono quelle maggiormente promosse e implementate: il "car pooling", si intende l'utilizzo collettivo di un'auto in un tratto di strada comune o nell'intero tragitto. Il "car sharing" è invece l'uso individuale di un parco di autoveicoli di proprietà dell'operatore del servizio. L'utente paga un corrispettivo in proporzione alla percorrenza in chilometri e al tempo di utilizzo del mezzo. Il "car sharing" si presenta come un'alternativa flessibile e vantaggiosa al possesso di un'auto, soprattutto per coloro che percorrono al di sotto di 15.000 km annui. Il "tpl", mezzo di trasporto collettivo, è la principale alternativa modale proposta da un mobility manager. Per incoraggiare l'utilizzo del "tpl", il mobility manager deve riuscire a modificare l'opinione diffusa che il trasporto pubblico urbano è una forma poco prestigiosa di mobilità, utilizzata solo da coloro che non hanno l'alternativa dell'auto. Questo diffuso retaggio culturale può essere affrontato attraverso campagne di comunicazione "ad hoc" e la predisposizione di forme di incentivo. "Il telelavoro" rappresenta invece la possibilità di svolgere il proprio lavoro in un luogo diverso da quello tradizionale, in particolar modo da casa. Il "telelavoro" può essere effettuato sia a tempo pieno sia a part-time. Nella "mobilità ciclo-pedonale", la bicicletta si propone quale mezzo di trasporto integrativo, non inquinante e particolarmente indicato nei brevi tragitti urbani. Tuttavia, uno dei più consistenti ostacoli alla diffusione dell'uso della bicicletta è la pericolosità del conflitto con il traffico veicolare e quindi la percezione dell'insufficiente sicurezza per i ciclisti. Pertanto, il compito del Mobility Manager di Area sarà di cercare di migliorare le condizioni esterne, tali da consentire ai mobility manager aziendali di promuovere con maggiore tranquillità e persuasione l'uso della bicicletta, soprattutto per gli spostamenti casa-lavoro inferiori ai 5 km.

**La mobilità ciclo-pedonale.** La bicicletta si propone quale mezzo di trasporto integrativo, non inquinante e particolarmente indicato nei brevi tragitti urbani. Tuttavia, uno dei più consistenti ostacoli alla diffusione dell'uso della bicicletta è



la pericolosità del conflitto con il traffico veicolare e quindi la percezione dell'insufficiente sicurezza per i ciclisti. Pertanto, il compito del Mobility Manager di Area sarà di cercare di migliorare le condizioni esterne tali da consentire ai mobility manager aziendali di promuovere con maggiore tranquillità e persuasione l'uso della bicicletta, soprattutto per gli spostamenti casa-lavoro inferiori ai 5km. Tra i principali incentivi all'utilizzo della bicicletta troviamo: la realizzazione di ricoveri dedicati e sicuri per le biciclette, la predisposizione di infrastrutture idonee, quali spogliatoi e docce; la stipula di convenzioni con officine per la manutenzione delle biciclette; la fornitura di biciclette gratuite, magari a pedalata assistita, per coloro che utilizzano la bicicletta per recarsi al lavoro; un rimborso chilometrico per chi utilizza la bicicletta per gli spostamenti di lavoro. **Gli obiettivi:** Migliorare la mobilità e ridurre l'inquinamento nell'area urbana di Genova attraverso specifiche attività di riorganizzazione e ottimizzazione degli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti sono gli obiettivi strategici del progetto che vengono perseguiti attraverso un mix di azioni specifiche sviluppate su misura per ciascuna organizzazione coinvolta. **Le azioni:** mix di strumenti coinvolge l'organizzazione del lavoro (sviluppo del telelavoro, flessibilità degli orari di lavoro, automazione delle sedi distaccate), introduzione di nuovi servizi (navette di collegamento, riorganizzazione dei parcheggi aziendali e rinnovo del parco mezzi con veicoli elettrici), la concessione di benefit (abbonamenti a condizioni vantaggiose ai servizi di trasporto pubblico), l'organizzazione di iniziative di car pooling (più dipendenti condividono un'auto per raggiungere il luogo di lavoro). **I risultati attesi.** Le azioni sviluppate nel progetto sono finalizzate a migliorare l'accessibilità aziendale, cioè a fare in modo che i dipendenti possano viaggiare tra casa e lavoro in comodità, sicurezza e velocità favorendo l'uso di mezzi di trasporto collettivo, pubblico o privato. Naturalmente, ai risultati specifici se ne aggiungono altri non meno importanti come la riduzione dell'inquinamento atmosferico e acustico, l'aumento della sicurezza stradale e la diffusione di una nuova cultura della mobilità.

**A Genova,** l'iniziativa si chiama "Ufficio Mobility Manager" e coinvolgerà i dipendenti del Comune, essendo l'Azienda con il maggior numero di impiegati (8.000 circa), ma anche gli addetti di altri trentadue enti ed imprese del territorio, secondo le indicazioni del Decreto. Ciascuna impresa o ente deve nominare un Mobility manager aziendale, responsabile per la redazione del PSCL. Per quanto riguarda il Comune di Genova, tale compito viene rivestito da una figura professionale con funzioni più ampie: il Mobility manager di area territoriale urbana. Egli deve fornire un importante supporto tecnico per i Mobility manager aziendali ed assolvere al compito di coordinatore ed intermediario tra le differenti parti coinvolte: Aziende private, Amministrazioni comunali e Aziende di trasporto pubblico. A Genova, la sede operativa del "Mobility Manager di Area Territoriale Urbana" si trova presso il Settore Mobilità Trasporti e Parcheggi - sezione Pianificazione. In tale contesto si inserisce "Il modo migliore per andare al lavoro", ovvero il progetto, attualmente in attesa di co-finanziamento da parte del Ministero dell'Ambiente, ai sensi del Decreto del 20/12/00, che verrà realizzato attraverso la partecipazione del Comune di Genova (addetti 7.836), Amt S.p.a. (Azienda Mobilità e Trasporti), che conta circa 3.000 addetti; Amga S.p.a. (Azienda Mediterranea Gas Acqua) con 770 addetti; la Provincia di Genova con 1000; il VTE (Voltri Terminal Europa) - addetti 500 e infine l'Istituto Tumori, che conta 750 addetti. L'Istituto Internazionale delle Comunicazioni con la collaborazione di alcuni dei soci fondatori (Comune, Camera di Commercio di Genova, Banca Carige, Autorità Portuale di Genova) ha condotto una ricerca "Progetto mobilità intelligente" per inquadrare meglio possibili soluzioni di trasporto alternativo. In seguito a questa ricerca, l'IIC promuove la costituzione del "Club dei Mobility Manager genovesi", rivolta ai responsabili di aziende pubbliche e private, a professionisti di settore, nonché ai responsabili delle principali aziende esercenti, servizi di trasporto collettivo, con la partecipazione di docenti universitari. Gli incontri avverranno nella sede dell'Istituto Internazionale delle Comunicazioni.