



Miami: alla fiera internazionale delle crociere, il porto di Livorno si mostra in un film

Nella foto il presidente della Porto 2000, Massimo Provinciali.

Livorno, 11 marzo 2015 - Uno stand di 50 mq, schermi touch screen, monitor di 80 pollici e un cortometraggio tutto livornese. Provinciali: «Quest'anno abbiamo raddoppiato gli sforzi»

Immaginate una famiglia americana in partenza da Miami che, come per magia, si ritrovi a Livorno, proiettata verso Firenze, Lucca, Pisa, ma anche verso Bolgheri, Suvereto e le città della costa. Un viaggio cinematografico condensato in venti minuti dal Mar dei Caraibi al Mediterraneo, dall'Ocean Drive di Miami, la via della South Beach con i suo hotel Art Decò e la casa di Gianni Versace, alla Fortezza Vecchia della città dei Quattro Mori. Fatene un film e proiettatelo durante il Seatrade Cruise Shipping, una delle più importanti rassegne internazionali dedicate al crocierismo, e avrete la punta di diamante del progetto di marketing che Port Authority, Camera di Commercio, Porto 2000 e Regione Toscana, presenteranno nella capitale delle crociere il prossimo 17 marzo, in occasione di un Gran Galà Show interamente dedicato alla Toscana ed ai suoi gioielli.

È questo l'asso della manica che stamattina, a Palazzo Rosciano, il presidente della Porto 2000 Massimo Provinciali, il Segretario Generale della Camera di Commercio, Pierluigi Giuntoli, e il dirigente regionale di Toscana Promozione, Alberto Peruzzini, hanno messo sul tavolo, in uno showdown destinato a rafforzare l'immagine di Livorno all'estero e a sviluppare ulteriori relazioni, sia commerciali che politiche con gli Usa. Commerciali perché il progetto coinvolge direttamente i grandi operatori del settore, a partire dal gruppo Carnival, che ha creduto nel sistema Toscana al punto tale da aver deciso di mettere a disposizione gratuitamente, per la prima del film, il proprio terminal al North Cruise Boulevard. Politiche, perché il programma di promozione non soltanto è stato benedetto dal sindaco e dal direttore del Porto di Miami, rispettivamente Tomas Pedro Regalado e Juan Kuryla, ma è anche stato patrocinato dall'Alto Consolato Generale d'Italia a Miami con il supporto dell'ICE (Italian Trade Commission). Si tratta di una sinergia unica che ha messo insieme Livorno e Miami, mostrando all'interno di un unico film i punti di contatto e di interesse che oggi avvicinano i due porti.

Il cortometraggio è stato prodotto da I Licaoni, una realtà di videoproduzione livornese, e sarà proiettato per la prima volta il prossimo 17 marzo, durante il Gran Galà Toscana Show che verrà organizzato al terminal Carnival. Dopo la presentazione del film, lo show continua con una degustazione di prodotti toscani.

Tutto questo verrà ripetuto nei giorni successivi. La pellicola verrà infatti proiettata continuamente nei principali terminal della città statunitense. Ad aderire al progetto anche altre compagnie, come Norwegian Line e Royal Caribbean. Nello stesso tempo, iniziative simili verranno messe in campo al Terminal Alto Fondale, a Livorno, dove i crocieristi potranno godersi il film e vedere ciò che Miami ha da offrire al turista.

«Quest'anno - ha detto Provinciali - abbiamo deciso di raddoppiare i nostri sforzi per avvicinare ancora di più le cruise line, le agenzie marittime e le imprese di turismo al territorio toscano. Da una parte, al Seatrade di Miami, saremo presenti all'interno del Padiglione Italia, dall'altra opereremo al di fuori della kermesse, presentando, grazie al film e alle iniziative organizzate nei vari terminal di Miami, una Toscana molto diversa rispetto a quella cui sono abituati i cittadini americani»

Dentro e fuori Seatrade, insomma: in sinergia con l'Autorità Portuale di Piombino, che sarà presente all'interno dello Stand, e, soprattutto, assieme alla Regione Toscana, che è il vero winner player di questa strategica partita che l'Italia sta giocando con gli Usa. Fondamentale, infatti, è stato il sostegno economico dell'Agenzia Toscana Promozione, che - per la terza volta consecutiva - ha riconosciuto il valore del progetto di Porto 2000 ed ha inserito il Seatrade Miami nel proprio piano promozionale.

«Quello statunitense - ha dichiarato Alberto Peruzzini - è tra i mercati su cui lavoreremo con maggior intensità per quest'anno. La presenza toscana al Seatrade è un punto fondamentale della strategia di promozione turistica della nostra regione. Le previsioni degli esperti di settore, infatti, parlano di un 2015 da record. Per la prima volta potrebbero essere superati i 23 milioni di passeggeri sulle navi da crociera, di cui quasi 11 milioni imbarcati o in transito dai porti italiani. Siamo convinti che la strategia messa a punto assieme al sistema portuale toscano vada nella direzione giusta per fare del 2015 l'anno della svolta per il crocierismo in Toscana».

Nel Padiglione Italia, la Toscana sarà insomma ben rappresentata e avrà a disposizione uno stand di 50 mq per mostrare in dettaglio il nuovo Piano Regolatore del Porto livornese e, con esso, il nuovo polo delle crociere che sorgerà al Terminal Alto Fondale: un table touch screen a 65 pollici, iper tecnologico, fungerà da tavolo interattivo, facendo vedere ai turisti come si svilupperà il progetto di espansione del traffico crocieristico labronico, mentre un monitor di 80 pollici proietterà, dopo la prima del 17, il cortometraggio, che potrà essere fruito dai passanti grazie alla cuffie in wifi.

Ma dietro la tecnologia, dietro la degustazione di vini e prodotti toscani, c'è anche un altro progetto, che Provinciali non ha esitato a definire prioritario: «Vogliamo coinvolgere la società Sat di Pisa in un progetto che faciliti l'interconnessione tra Porto e Aeroporto. Vogliamo promuovere Livorno come home port e creare una sinergia con la società Aeroportuale per definire nuovi rapporti commerciali con le cruise line. Vediamo quale sarà il feedback di questa iniziativa, ma credo che getterà le premesse per allargare le prospettive del crocierismo labronico».

Prospettive di crescita che ben si inquadrano all'interno delle previsioni di sviluppo dei traffici livornesi: con 367 scali schedulati nel 2015, per un totale di 700 mila passeggeri, e 366 per l'anno successivo, che porteranno in dote allo scalo labronico 816 mila crocieristi, Livorno torna pienamente alla ribalta: «Speriamo che la favola diventi realtà - ha detto Giuntoli a margine della conferenza stampa - l'obiettivo comune della Camera di Commercio, della Regione Toscana, dell'Authority e di Porto 2000 è massimizzare il potenziale delle politiche territoriali per stimolare la

competitività del settore turistico toscano. Il Seatrade ci dirà se la strada intrapresa è quella giusta».