

PIANO ESECUTIVO

**PROGETTO
CILENTO BLU CLUB**

Regione
CAMPANIA

PRIMA PARTE - Descrizione del Progetto

1. Anagrafica

Regione: Campania

Responsabile dell'attuazione dell'Accordo: Avv. COLOMBA AURICCHIO

Recapiti: 081/7968788

Fax: 081/7968578

Mail: colomba.auricchio@regione.campania.it

2. Strategia

Il progetto ha la finalità di promuovere e sostenere un sistema integrato di trasporto per migliorare la competitività e la sostenibilità dell'offerta turistica del Cilento legata al mare e alla natura. Infatti, si propone di dare vita ad un sistema integrato di trasporto con la mobilità su ferro che consente di collegare le città del Centro-Nord Italia (Milano, Bologna, Firenze, Roma) con il Cilento e la mobilità via mare che mette in relazione la fascia costiera cilentana con le città di Napoli e Salerno, la Costa Amalfitana e l'Isola di Capri.

L'iniziativa progettuale si basa sull'utilizzo di due tipologie di mezzi di trasporto: **treno-nave** con la finalità di rendere agevolmente raggiungibile le località del Cilento e nel contempo favorire la fruibilità del patrimonio culturale e paesaggistico.

Dal punto di vista strutturale, il progetto si articola su due linee principali:

1) **la mobilità su ferro** con:

- a. il prolungamento di un treno ad alta velocità, già attivo sulla tratta Milano-Salerno, fino a Sapri e ritorno, con almeno una fermata intermedia sul percorso prolungato;
- b. l'implementazione di treni regionali dedicati all'utenza turistica sulla tratta ferroviaria Napoli – Sapri con fermate intermedie nelle località balneari in coincidenza con i treni ad Alta Velocità che terminano la corsa nella stazione di Salerno;

2) **la mobilità alternativa via mare** che mette in relazione i porti considerati *trait d'union* tra la fascia costiera e le aree interne del Cilento nonché nodi nevralgici per i collegamenti marittimi per la Costa Amalfitana, l'isola di Capri e Napoli.

La creazione del sistema integrato di trasporto è finalizzata ad incrementare la mobilità per favorire maggiori flussi turistici nel Cilento e nel contempo decongestionare il traffico sulle arterie stradali.

Nello specifico il progetto mira a:

- favorire l'*incoming* turistico verso le località del Cilento attraverso un sistema di collegamenti multimodale: stazioni ferroviarie - porti marittimi;
- implementare il trasporto marittimo nei periodi di grande concentrazione dei flussi turistici mettendo in relazione il Cilento con le città di Napoli e Salerno, la Costa Amalfitana e l'Isola di Capri;
- realizzare una linea di comunicazione su ferro dedicata esclusivamente ai turisti del Centro-Nord Italia che decidono di trascorrere una vacanza nel Cilento;
- migliorare l'accessibilità e la fruizione del patrimonio culturale del Cilento;
- ridurre le emissioni di CO2 favorendo l'utilizzo di mezzi di trasporto collettivi.

Inoltre il progetto prevede una strategia di comunicazione su scala nazionale che intercetti nuove segmenti della domanda puntando sull'allungamento della stagione turistica nel Cilento.

L'obiettivo finale è quello di attrarre flussi turistici specifici (prioritariamente giovani e famiglie) provenienti dal Centro-Nord Italia, con particolare interesse per l'ambiente marino incontaminato, la macchia mediterranea, gli sport legati al mare, la straordinaria e rinomata mitezza del clima durante tutte le stagioni dell'anno e la cucina mediterranea.

3. Analisi di contesto

Dagli ultimi dati sulle presenze turistiche registrate nell'ultimo triennio, emerge un dato significativo che segna un graduale incremento di turisti in Campania, interessando in modo particolare le località della fascia costiera del Cilento. Un risultato che appare quanto mai confortante e che è frutto della sinergia attuata negli ultimi anni dalla Regione Campania, dalla Provincia di Salerno, dall'Ente Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano ed Alburni e dall'Ente Provinciale per il Turismo di Salerno. Una sinergia sperimentata anche attraverso il progetto Terre d'aMare, promosso dall'Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali della Regione Campania, che ha consentito ai turisti di fruire dei tesori del Cilento grazie ai collegamenti marittimi e all'implementazione di itinerari culturali in bus. Un ventaglio di proposte di visite "integrate" che hanno messo in rete le località costiere con i borghi interni del Cilento e del Vallo di Diano.

Le intense azioni di comunicazione e promozione messe in campo negli ultimi anni hanno posizionato il Cilento tra le destinazioni maggiormente preferite da turisti italiani e stranieri. In tal direzione, infatti, sono state realizzate di importanti trasmissioni televisive tra cui Sereno Variabile, Easy Driver, Alle falde del Kilimangiaro, Tg3 Campania, Ambiente Italia. Inoltre, in collaborazione con le delegazioni ENIT, sono stati curati articoli di promozione su rinomate riviste nazionali e internazionali (Cosmopolitan, Ryanair magazine, De Viajes, Ulisse, il Mondo, Bell'Italia, Den, Meridiani).

In tutto il vasto territorio del Cilento sono presenti 209 alberghi e più di 1.000 esercizi extralberghieri; di questi ultimi circa 500 sono case per vacanze o alloggi in affitto.

Le strutture alberghiere hanno una disponibilità di 12.500 posti letto mentre il comparto extralberghiero ha una capacità di accoglienza di 50mila posti letto, distribuiti in villaggi turistici, campeggi, B&B e residence.

Il sistema ricettivo è in continua e interessante evoluzione, attraverso la qualificazione delle strutture e del personale. La riconversione della forma più semplice ed economica del campeggio in quella più sofisticata del villaggio turistico è una delle spie della nuova ricerca di competitività che si sta sempre di più affermando. Particolare cura è rivolta alla qualificazione degli agriturismi che hanno migliorato gli standard di qualità dell'ospitalità rurale.

Fra le azioni ritenute prioritarie dagli imprenditori turistici cilentani per lo sviluppo del territorio vi sono in primo luogo la risoluzione dei problemi legati alla viabilità e ai trasporti "per" e "nel" Cilento. Inoltre è richiesta alle Istituzioni pubbliche una più incisiva politica di valorizzazione del patrimonio culturale per attrarre quei visitatori che amano alternare ad una vacanza di tipo balneare momenti di scoperta delle bellezze storiche, artistiche e architettoniche del luogo in cui soggiornano.

4. Tempi di realizzazione del progetto

Data inizio	Data fine	Durata in mesi
1 febbraio 2016	31 maggio 2017	16

5. Linee di intervento

Linea 1: Creazione di servizi di mobilità ferroviaria

Descrizione

Il sistema dei trasporti, in Europa come in Italia, è il settore industriale maggiormente responsabile per l'assorbimento di energia e le emissioni di CO₂. La produzione di gas serra derivante dalla gestione della mobilità (auto, aerei, navi, treni) è infatti del 24 per cento nei Paesi dell'UE.

Il trasporto ferroviario ha tuttavia un ruolo molto contenuto incidendo solo per il 2 per cento del totale. A parità di percorso, l'energia richiesta dal treno per trasportare persone e merci è un terzo rispetto a quella necessaria alla gomma e all'aereo. Ogni passeggero che viaggia sui binari produce in media il 76 per cento di gas serra in meno rispetto a chi usa l'aereo e il 66 per cento in meno di chi usa l'auto. Per questo, nell'intero scenario della mobilità, il treno rappresenta la scelta più responsabile e sostenibile per proteggere l'ambiente e migliorare la qualità della vita e dell'aria.

La linea n. 1 prevede la realizzazione di servizi di trasporto su ferro dedicati ai turisti del Centro-Nord Italia che scelgono la destinazione Cilento per le proprie vacanze.

L'intervento prevede due azioni:

1. il prolungamento di un treno ad alta velocità fino a Sapri. L'estensione del percorso consentirà ai turisti di raggiungere con maggiore facilità il Cilento evitando scomodi cambi di mezzi, anche grazie all'inserimento di almeno una fermata intermedia sul percorso prolungato;
2. il rafforzamento dei collegamenti ferroviari locali da Napoli per il Cilento per consentire ai turisti di spostarsi lungo la costa e di raggiungere le stazioni di interscambio con i treni A/V in arrivo o in partenza dal capoluogo di provincia.

L'iniziativa su rotaia sarà denominata "Cilento Express" e si articolerà nel periodo: 15 giugno – 15 settembre 2016, promossa con un'intensa attività di comunicazione che prevede:

1. personalizzazione grafica dei treni impiegati per i servizi con assistenza sia a terra che a bordo;
2. attività promozionali nelle città di Milano, Bologna, Firenze e Roma per rafforzare e rendere più competitiva l'offerta turistica del Cilento.

Con tale linea di intervento, il progetto si propone la concretizzazione dei seguenti obiettivi:

1. **migliorare la mobilità sostenibile** attraverso l'attivazione di un servizio di trasporto dedicato esclusivamente all'utenza turistica con la finalità di posizionare la destinazione "Cilento" sul mercato nazionale favorendo la commercializzazione dei pacchetti turistici;
2. **destagionalizzazione delle attività delle imprese turistiche**. L'iniziativa è finalizzata ad incrementare i flussi turistici nei periodi di media e bassa stagione.

Linea 2: Creazione di servizi di mobilità marittima

Descrizione

È indubbio che la risorsa mare, implementata nella progressiva realizzazione delle sue enormi potenzialità, può rappresentare un valore strategico per lo sviluppo turistico dell'intero territorio attraendo vasti segmenti della domanda turistica sia nazionale che internazionale. Passate esperienze di irrobustimento dell'offerta turistica attraverso una

dedicata forma di mobilità lungo le coste hanno evidenziato la valenza delle vie del mare nella più complessiva strategia di sviluppo turistico.

Infatti, l'accesso diretto dal mare ad un determinato territorio costituisce un aspetto importante della politica regionale, in quanto consente, attraverso un trasferimento che al comfort affianca la sicurezza e il superamento delle problematiche dei collegamenti stradali particolarmente saturi nella stagione estiva, di ammirare le bellezze della costa direttamente dal mare e, in un'ottica di integrazione e multimodalità, di scoprire le bellezze del territorio nei suoi aspetti storici, culturali e paesaggistici.

Dall'analisi dei flussi emerge che negli ultimi dieci anni è raddoppiato il numero di turisti che hanno preferito accettare proposte comprensive di un'offerta strutturata anche su confortevoli, sicure e veloci forme di spostamento alternative a quelle tradizionali, soprattutto nell'area Cilento, che risulta di difficile e poco agevole accessibilità stradale. Tale elemento di sviluppo turistico è divenuto parte integrante sia nell'offerta (i più appetibili "pacchetti" proposti dagli operatori turistici locali lo prevedono) che nella comune concezione del turista in visita nel Cilento.

Si è quindi radicata anche nelle popolazioni di regioni limitrofe la convinzione di poter usufruire turisticamente del Cilento, se, nell'offerta complessiva, è compresa la possibilità di comodi e agevoli spostamenti marittimi da e per il Cilento, fino ad arrivare in Costa d'Amalfi, all'isola di Capri e a Napoli.

Inoltre, l'offerta turistica integrata, ossia costituita da diversi elementi che la compongono e la qualificano, risulta di elevato gradimento al crescente numero di turisti stranieri che prediligono una vacanza che coniughi il mare e i paesaggi interni della fascia costiera. Sovente, un'offerta così articolata determina la scelta della destinazione per la propria vacanza.

Si prefigura una strategia di collegamento via mare tra i litorali delle province di Napoli e Salerno in una sorta di sistema che unisce la costa con l'entroterra, sperimentando iniziative di turismo integrato.

Dal punto di vista strutturale le attività in questione si articolano in tre linee principali attive nel periodo: 1° luglio – 31 agosto 2016 e interesseranno le località di seguito riportate (fatta salva l'agibilità delle banchine destinate all'attracco dei mezzi marittimi in utilizzo):

1. **linea Salerno – Costa del Cilento**, che mette in relazione i porti di Salerno, Agropoli, San Marco di Castellabate, Acciaroli, Casal Velino, Pisciotta, Palinuro e Camerota;
2. **linea Cilento – Costa d'Amalfi**, che interessa i porti di Salerno, Agropoli, San Marco, Amalfi e Positano, con coincidenze di altri vettori diretti a Capri;
3. **linea Sapri – Capri – Napoli** con fermate nei porti di Sapri, Camerota, Pisciotta, Casal Velino, Capri e Napoli.

Il progetto con questo intervento si propone la concretizzazione dei seguenti obiettivi:

1. **promuovere e sostenere** l'aggregazione e la collaborazione sinergica tra gli attori appartenenti alla filiera del turismo del mare;
2. **comporre un'offerta integrata** che facilita la commercializzazione delle proposte turistiche del Cilento.

Linea 3: Azioni di comunicazione

Descrizione

Le azioni di comunicazione e promozione verranno svolte prevalentemente nelle città di Milano, Bologna, Firenze e Roma.

Verranno sensibilizzati i *tour operator*, le agenzie di viaggio, i CRAL aziendali e le associazioni di categoria delle città *target*.

Obiettivi specifici saranno:

	a) obiettivi di <i>branding</i>: 1. rafforzare visibilità e conoscenza della destinazione Cilento sui mercati nazionali; 2. consolidare il posizionamento del <i>brand</i> "Cilento" declinando l'immagine ed i valori collegati al turismo in Campania; 3. promuovere gli itinerari del Cilento inserendoli nel quadro di offerte di viaggio/soggiorno in Campania; b) obiettivi di <i>direct response</i>: ottenere visite al sito dedicato all'iniziativa Cilento Blu, funzionali all'approfondimento dell'offerta. Il piano media del progetto mirerà al raggiungimento di un obiettivo concreto: intercettare i turisti nelle grandi aree metropolitane del Centro-Nord Italia per incrementare le presenze turistiche nel Cilento nei periodi di bassa e media stagione. Sarà utilizzato il web ed alcuni mezzi tipici dell'advertising on-line: 1. <i>direct e-mailing</i>; 2. <i>bannering</i> (banner di grande impatto visivo che consentono un elevato numero di esposizioni con un basso rapporto costo/contatto); 3. spot video su circuiti chiusi presso le stazioni di Milano, Bologna, Firenze e Roma. La promozione dovrà necessariamente passare attraverso la produzione di strumenti <i>below the line</i> ed attraverso attività di <i>direct marketing</i>. In particolare, andranno realizzati e circuitati: - <i>flyer</i>; - <i>leaflet</i> con contenuti un po' più dettagliati e l'inserimento di Guide/mappe; - sito web; - newsletter. Al fine di supportare la promozione e la pubblicità delle azioni progettuali, saranno organizzati incontri e workshop con gli operatori del Cilento.	
--	---	--

6. Indicatori di risultato

In questa sezione la Regione deve segnalare gli indicatori di risultato finalizzati a misurare la capacità della strategia di raggiungere gli obiettivi. Vanno indicate la tipologia di indicatore su cui si intende focalizzare l'attenzione (arrivi/presenze italiani/stranieri, movimento passeggeri aeroporti, ecc.), l'unità di misura adottata (numero arrivi/presenze, numero passeggeri, ecc.), il valore numerico iniziale (ossia quello rilevato al momento della compilazione del Piano), il valore numerico obiettivo (ossia quello che si stima raggiungere al termine del progetto) ed eventuali note.

Tipologia Indicatore	Unità di Misura	Valore iniziale	Valore Obiettivo	Note
Corse effettuate con treno ad alta velocità sulla tratta di a/r Milano-Salerno-Sapri	N.	0	70	Riduzione di CO2 sulle arterie stradali interessate
Utenti che usufruiscono della mobilità ferroviaria	N.	0	100.000	
Incremento presenze turistiche generate nelle strutture ricettive dalle azioni progettuali	N.	0	50.000	Pernottamenti incrementati presso le strutture ricettive del Cilento
Corse di a/r effettuate con traghetti e aliscafi sulle linee proposte	N.	0	100	
Utenti che usufruiscono dei collegamenti marittimi	N.	0	30.000	

7. Piano finanziario complessivo

LINEE DI INTERVENTO	Quota a carico legge 27 dicembre 2006, n. 296	Regione/ Provincia autonoma	Altro	TOTALE
Linea di intervento 1	€ 788.374,56	€ 91.625,44		€ 880.000,00
Linea di intervento 2	€ 716.704,15	€ 83.295,85		€ 800.000,00
Linea di intervento 3	€ 134.382,03	€ 15.617,97		€ 150.000,00
Spese generali di progetto	€ 81.403,17	€ 9.460,73		€ 90.863,90
TOTALE	€ 1.720.863,90	€ 200.000,00		€ 1.920.863,90

SECONDA PARTE - Dettaglio delle attività

Linee di intervento

Linea 1: Creazione di servizi di mobilità ferroviaria

Responsabile:

Obiettivi Operativi :

- 1.1** – Migliorare la mobilità sostenibile su rotaia attraverso l'implementazione di treni per il trasporto dei turisti
- 1.2** – Incrementare le presenze turistiche nelle strutture ricettive del Cilento nei periodi di media e bassa stagione

Attività:

- 1.1.1** – Prolungamento di un treno ad alta velocità sulla tratta a/r Milano – Salerno fino a Sapri.
- 1.1.2** – Implementazione treni regionali sulla tratta Salerno – Sapri.
- 1.2.1** – Campagna pubblicitaria nelle città di Milano, Bologna, Firenze e Roma
- 1.2.2** – Personalizzazione grafica dei treni per la promozione dell'iniziativa sulla rete ferroviaria italiana

Indicatori di Realizzazione

Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Prolungamento treno AV e implementazione treni regionali sulla tratta Salerno - Sapri	N/giorno	0	6
Azioni pubblicitarie da realizzare nelle città di Milano, Bologna, Firenze e Roma	N.	0	4
Incremento presenze turistiche strutture ricettive del Cilento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente	N.	0	50.000
Personalizzazione grafica dei treni	N.	0	6

Linea 2: Creazione di servizi di mobilità marittima

Responsabile:

Obiettivi Operativi

- 2.1** – Migliorare la mobilità favorendo l'accesso alle località del Cilento attraverso il mare.

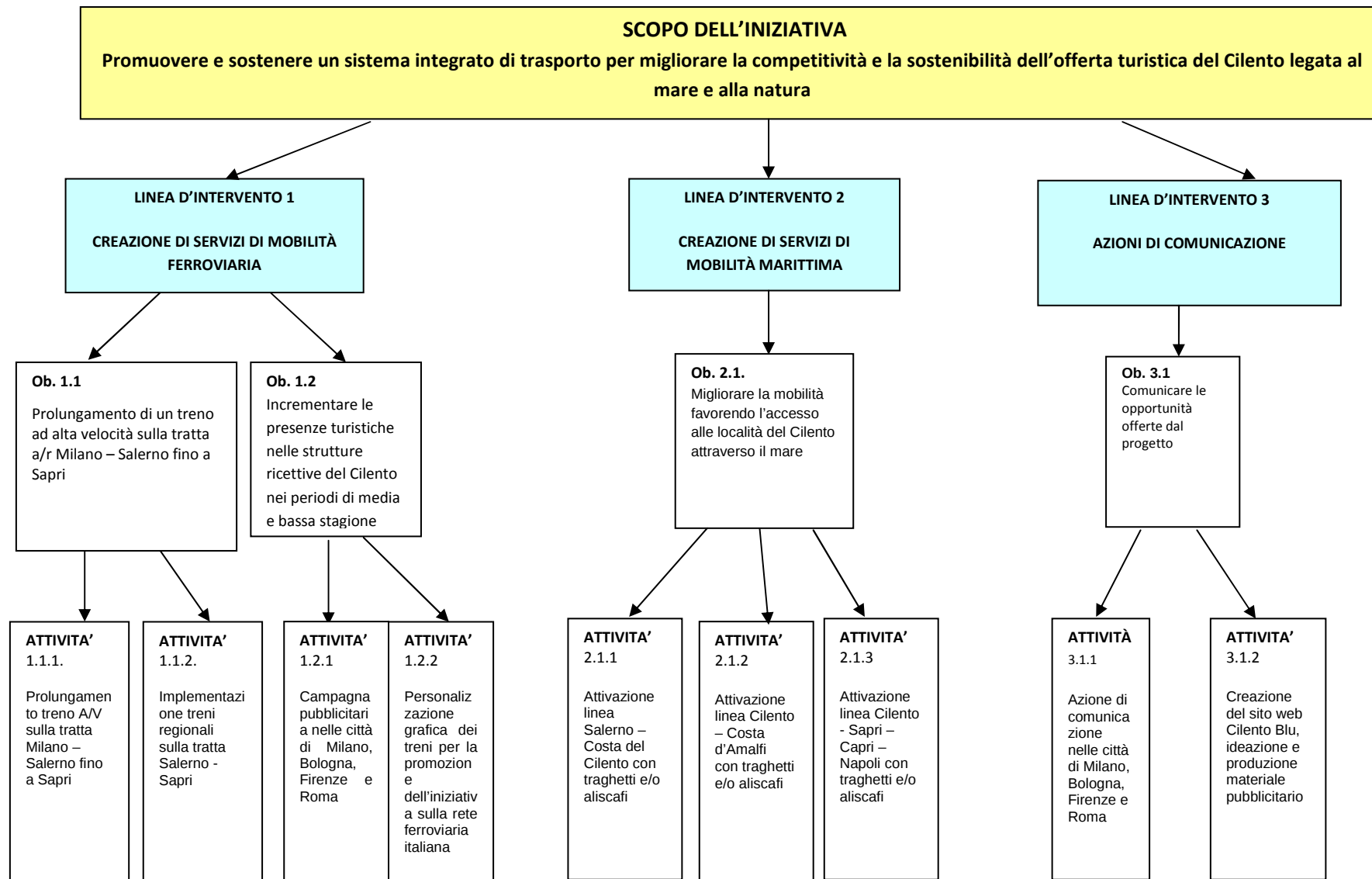
Attività:**2.1.1** – Attivazione linea Salerno – Costa del Cilento con traghetti e/o aliscafi**2.1.2** – Attivazione linea Cilento – Costa d'Amalfi con traghetti e/o aliscafi**2.1.3** – Attivazione linea Cilento – Sapri – Capri - Napoli con traghetti e/o aliscafi**Indicatori di Realizzazione**

Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Implementazione linee marittime	N.	0	3
Vettori marittimi impiegati	N.	0	3
Utenza turistica delle linee marittime	N.	0	30.000

Linea 3: Azioni di comunicazione**Responsabile:****Obiettivo Operativo****3.1** – Comunicare le opportunità offerte dal progetto**Attività:****3.1.1** – Azione di comunicazione nelle città di Milano, Bologna, Firenze e Roma**3.1.2** – Creazione del sito web Cilento Blu, ideazione e produzione materiale pubblicitario**Indicatori di Realizzazione**

Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Azioni di comunicazione	N.	0	4
Creazione del sito web Cilento Blu	N.	0	1
Accessi al sito Cilento Blu	N.	0	500.000

9. Rappresentazione grafica del Quadro Logico interventi



10. Gantt di progetto interventi

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA' REGIONE				2016				2017			
Codifica	Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
1	LINEA DI INTERVENTO 1 CREAZIONE DI SERVIZI DI MOBILITÀ FERROVIARIA (avvio, esecuzione e rendicontazione delle attività)	01/02/2016	31/05/2017	X	X	X	X	X	X		
2	LINEA DI INTERVENTO 2 CREAZIONE DI SERVIZI DI MOBILITÀ MARITTIMA (avvio, esecuzione e rendicontazione delle attività)	01/02/2016	31/05/2017	X	X	X	X	X	X		
3	LINEA DI INTERVENTO 3 AZIONI DI COMUNICAZIONE ATTIVITÀ PROGETTUALI (avvio, esecuzione e rendicontazione delle attività)	01/02/2016	31/05/2017	X	X	X	X	X	X		
4	SPESE GENERALI DI PROGETTO	01/02/2016	31/05/2017	X	X	X	X	X	X		

11. Piano economico e finanziario

Scheda dei costi

LINEA DI INTERVENTO	ATTIVITA'	IMPORTI ATTIVITA'
LINEA DI INTERVENTO 1: CREAZIONE DI SERVIZI DI MOBILITÀ FERROVIARIA	1.1.1 Prolungamento treno A/V e implementazione treni dedicati	€ 840.000,00
	1.2.1 Servizio di accoglienza a bordo treno e personalizzazione grafica dei treni	€ 40.000,00
TOTALE LINEA 1		€ 880.000,00
LINEA DI INTERVENTO 2: CREAZIONE DI SERVIZI DI MOBILITÀ MARITTIMA	2.1.1 Attivazione linea Salerno – Costa del Cilento con traghetti e/o aliscafi	€ 110.000,00
	2.1.2 Attivazione linea Cilento – Costa d'Amalfi con traghetti e/o aliscafi	€ 240.000,00
	2.1.3 Attivazione linea Cilento (Sapri – Capri – Napoli) con traghetti e/o aliscafi	450.000,00
TOTALE LINEA 2		€ 800.000,00
LINEA DI INTERVENTO 3: AZIONI DI COMUNICAZIONE	3.1.1 – Azione di comunicazione nelle città di Milano, Bologna, Firenze e Roma	€ 85.000,00
	3.2.1 – Creazione del sito web Cilento Blu, ideazione e produzione materiale pubblicitario	€ 65.000,00
TOTALE LINEA 3		€ 150.000,00
SPESE GENERALI DI PROGETTO		€ 90. 863,90
TOTALE GENERALE		€ 1.920.863,90

Piano finanziario Interventi

ANNO 2016	Quota a carico legge 27 dicembre 2006, n. 296	Regione/ Provincia autonoma	Altro	TOTALE ANNO 2016
Linea di intervento 1	€ 788.374,56	€ 91.625,44		€ 880.000,00
Linea di intervento 2	€ 716.704,15	€ 83.295,85		€ 800.000,00
Linea di intervento 3	€ 134.382,03	€ 15.617,97		€ 150.000,00
Spese generali di progetto	€ 62.711,61	€ 7.288,39		€ 70.000,00
TOTALE	€ 1.702.172,35	€ 197.827,65		€ 1.900.000,00

ANNO 2017	Quota a carico legge 27 dicembre 2006, n. 296	Regione/ Provincia autonoma	Altro	TOTALE ANNO 2017
Spese generali di progetto	€ 18.691,55	€ 2.172,35		€ 20.863,90
TOTALE	€ 18.691,55	€ 2.172,35		€ 20.863,90