

L'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Settentrionale si trova a riprogettare la relazione con il territorio in un contesto mondiale in cui ci si è da tempo convinti che la competitività dei porti passi anche per le sue performances sociali e ciò è stato oramai attestato da diversi anni presso tutte le associazioni di categoria a livello internazionale: si pensi ad esempio che la Carta di Sydney su "Lo Sviluppo Sostenibile delle Città Portuali" è stata stilata ancora nel 2006 dall'Associazione Internazionale delle Città-Porto-AIVP, l'Associazione Europea dei Porti-ESPO intitola alla Integrazione Sociale dei porti un Premio annuale, nel 2010, AIVP crea il Port Center Network, nel 2012, l'OECD esprime precise raccomandazioni in merito alle Open Port policy nel suo studio sulla competitività delle città portuali.

Alla luce degli spunti emersi da tali documenti, si ritiene utile evidenziare come il rilancio della relazione con il territorio passi per cinque filoni di intervento:

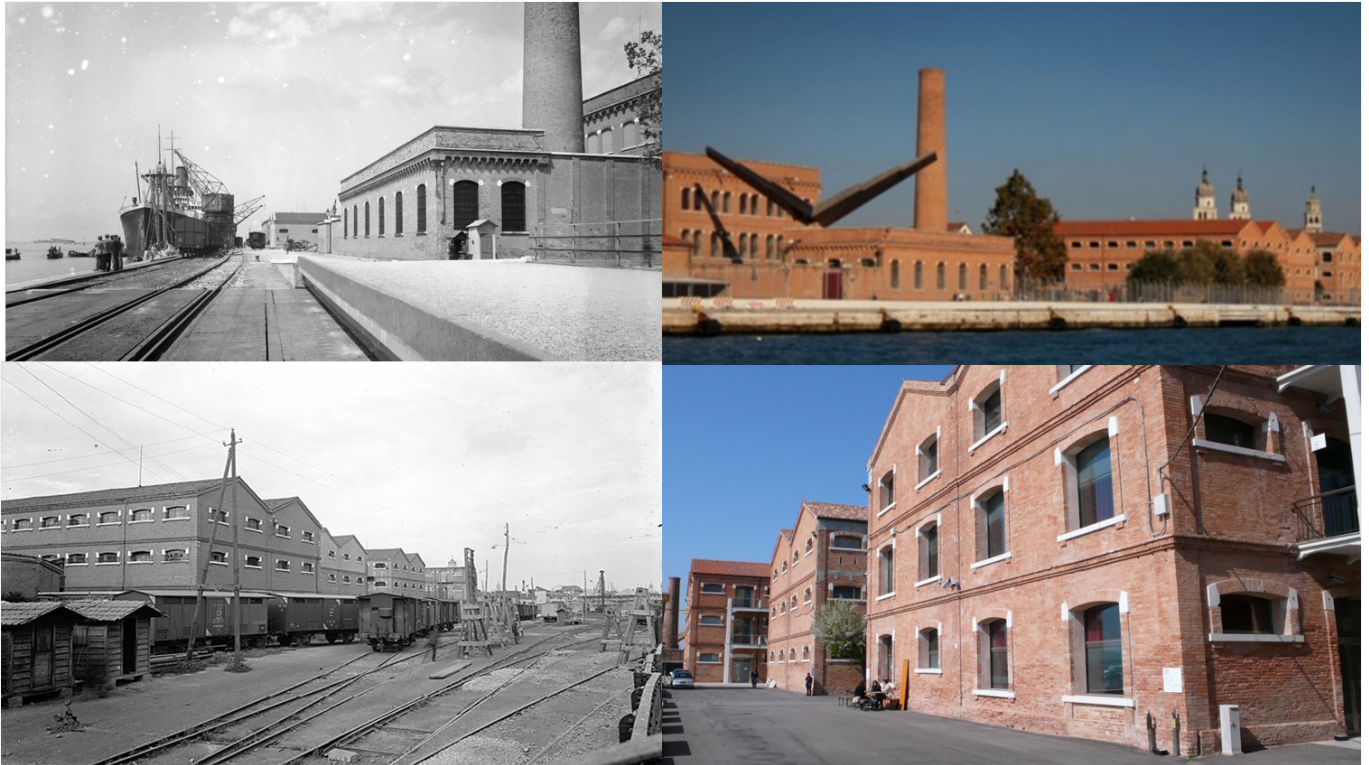
- La trasformazione del Waterfront in un nuovo hub culturale;
- Il rinnovamento delle attività di "Porto Aperto";
- Lo sviluppo di un museo virtuale del porto;
- L'investimento sul Capitale Umano;
- La trasformazione della comunicazione in un processo di relazione costante.

La trasformazione del Waterfront di San Basilio-Santa in un nuovo hub culturale

Il Waterfront antico di Venezia, ossia le aree portuali di San Basilio e Santa Marta, fu creato nel 1896-97 come parte di un progetto più grande per costruire il nuovo porto di Venezia, in seguito alla costruzione del ponte ferroviario nel 1846. La superficie coperta era di circa 30.000 mq, suddivisi tra 9 magazzini e altri edifici ospitanti istituzioni portuali.

Dal 2000 è stato attuato un grande progetto di riqualificazione e apertura alla città. Con l'istituzione dell'Autorità Portuale di Venezia nel 1994 e l'avvio delle sue attività dal 1996, si fece un ragionamento ad ampio respiro sulle trasformazioni della portualità nel suo complesso, valutando di trasformare la complessità delle diverse e separate aree portuali in un asset competitivo, investendo nella specializzazione di ciascuna di esse nelle funzioni portuali più confacenti. Riguardo al waterfront, essendo insediato proprio nel Centro

Storico, si pensò ad un'area mista urbana-portuale che potesse servire solo piccoli natanti, e dove la separazione fisica degli spazi potesse essere superata.



Porto Aperto: riqualificazione del Waterfront. (© AdSP MAS)

L'Autorità Portuale di Venezia (oggi Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Settentrionale) ha rigenerato quindi l'intera area, restaurando gli antichi magazzini e dandoli in concessione a diversi stakeholder, a condizione che le attività svolte qui possano contribuire in qualche modo alla salvaguardia della cultura portuale e marittima; le attività portuali che qui si svolgono ancora hanno impatto minimo. Il waterfront di Santa Marta e San Basilio è stato quindi reso fruibile agli studenti, a chi fa cultura e arte (Spazio Porto e Arterminal) e ai cittadini e ai turisti che partecipano a VeniceMarathon (ottobre), "Su e zo per i ponti" (aprile), Venice Night Trail (aprile). Dal 1999, inoltre, l'AdSP organizza tour guidati differenziati per categoria di visitatori per un totale di 20.000 persone coinvolte nella scoperta del porto.

Per effetto di tali trasformazioni, il waterfront oggi è vissuto e frequentato da chi lavora per il porto o con il porto, da chi si aggiorna o fa tirocinio nei centri di formazione legati alle professioni del mare, da chi frequenta gli Atenei o i centri culturali ivi insediati, da chi è in vacanza a Venezia per via marittima e non, da chi partecipa ad eventi tradizionali cittadini perché, veneziano o visitatore che sia, vuole fruire della Città in modo diverso e originale.

Il rinnovamento delle attività di “Porto Aperto”

Il programma di attività “Porto Aperto” sostiene il dialogo tra la realtà portuale e quella cittadina da ormai più di 15 anni, coinvolgendo un vasto numero di persone tra studenti e cittadini di tutte le età, curiosi di approfondire la conoscenza di un ambiente dinamico come quello portuale.

Tra le attività di “Porto Aperto”, molte sono rivolte in particolare agli istituti scolastici, con l’obiettivo di accompagnarli - attraverso il trinomio formazione, informazione e intrattenimento - alla riscoperta della cultura del mare.



Porto Aperto: oltre 10.000 persone nel waterfront per la “Su e Zo per i Ponti”. (© AdSP MAS)

Dal 2015 “Venezia Porto Aperto! Navigando tra le banchine di ieri e di oggi” si caratterizza per aver scelto di far conoscere la realtà portuale attraverso un percorso storico, che racconta Venezia, le sue origini marittime e il rapporto simbiotico con il suo porto. Venezia è da sempre una città-porto, e gli scambi per via marittima portano, oggi come ieri, ricchezza, cultura e apertura internazionale alla città.



Porto Aperto: laboratori con i bimbi delle elementari. (© AdSP MAS)

Tra le iniziative realizzate già dall'allora Autorità Portuale di Venezia, grande successo riscuotono le visite guidate, volte a far conoscere spazi, infrastrutture, attività portuali, e il contributo socio-economico che queste recano al territorio. I visitatori, a bordo di motoscafi, risalgono i canali portuali di Marittima e di Marghera, da cui possono osservare alcune aree di Venezia normalmente non accessibili, accompagnati da personale dell'Autorità Portuale che fornisce spiegazioni su navi, merci e operazioni che si svolgono sulle banchine.



Porto Aperto: “Open Factory” nel porto di Venezia - i cittadini sulle banchine. (© AdSP MAS)

All'interno del programma “Porto Aperto” vengono realizzati o sostenuti eventi cittadini di rilievo per il territorio. Tra di essi, vi sono manifestazioni tradizionali che coinvolgono la comunità locale ed eventi sportivi che attraversano il waterfront cittadino o che riguardano discipline remiere e nautiche. Grazie alle iniziative del programma, è possibile venire a contatto con il lato “portuale” e “lagunare” di Venezia, attraversando il waterfront di Santa Marta, San Basilio e San Giuliano, praticando sport a contatto con l’ecosistema della laguna, o visitando i terminal portuali da vicino.

Per poter fornire al progetto un'identità che fosse riconoscibile e efficace sul piano comunicativo, si è deciso di fornirgli un "volto", accostando ad esso un'immagine ufficiale, una grafica che racchiuda tutti i concetti e le nozioni che si intende trasmettere. È stato realizzato un vero e proprio marchio che racchiude al suo interno una serie di simboli che esprimono i concetti chiave della relazione storica tra il porto, rappresentato con l'icona del faro, e il territorio, rappresentato in tutte le sue componenti (natura, edifici, ecc.) che risulta illuminato dalla sua luce.

Le immagini mirano a fornire suggerimenti, spunti, idee, lasciando però la libertà di usare la fantasia per completare il quadro, in modo che il messaggio sia veicolo di informazioni e al tempo stesso strumento di stimolazione dell'intelletto.

Investimento sul Capitale Umano

Nella convinzione che lo sviluppo di un porto in termini infrastrutturali non possa prescindere da un'attenta programmazione e pianificazione delle risorse umane da impiegare nel settore dei servizi portuali e logistici l'ente portuale ha rafforzato gli investimenti in attività formative.

Venezia ha sempre puntato sulla formazione con il Consorzio CFLI che da 18 anni propone corsi orientati all'inserimento nel mondo della logistica e dal 2015 ha costituito l'ITS Marco Polo che mette in rete la comunità portuale, il mondo imprenditoriale e le scuole superiori di logistica per offrire un percorso tecnico parallelo all'Università più orientato al mondo del lavoro. Per tutti gli allievi, sono previste diverse azioni di placement sia attraverso la pubblicazione dei CV nel sito istituzionale itsmarcopolo.it e i social media, sia mobilitando le Agenzie per il lavoro al fine di trovare opportunità lavorative per collocare gli studenti.

Trasformare la comunicazione in un processo di relazione costante

La relazione costante con le diverse componenti del territorio, partendo dall'ascolto, per costruire una visione comune di sviluppo sostenibile è fondamento della nostra idea di comunicazione. Sotto questo profilo l'ente portuale ha investito negli strumenti e nei canali di comunicazione anche puntando sui social media per migliorare la reputation del porto.

Venezia ha attivato il canale twitter, arrivando in due anni in pole position in Italia per numero di follower, e lanciato diverse iniziative sui social come instameet e challenge fotografici. Ad aggiungersi a questi canali e strumenti, Porto in Onda, un programma all'interno del palinsesto di Radio Ca'Foscari (la web radio dell'Università Ca' Foscari di Venezia) con diverse rubriche e interviste a cadenza quindicinale che informa sia sui progress del porto, sia sulle attività in corso da parte dell'ente, con una redazione trasversale e su diversi temi.

Non ultimo il canale youtube via via popolato di video tematici sui diversi comparti di traffico e sulle attività di Porto Aperto.

[one_half]



[/one_half]

[one_half_last]

PORTO IN ONDA
echi dalle banchine

[/one_half_last]



Porto Aperto: un marchio per descrivere la relazione simbiotica tra porto e città. (© AdSP MAS)

Porto in Onda: una web radio per relazionarsi con i giovani. (© AdSP MAS)

Il museo virtuale del porto

Tra i progetti inseriti nel Piano Operativo Triennale dell’Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Settentrionale, quello di un museo virtuale del porto volto a far riemergere l’orgoglio per i valori della Serenissima che nel passato hanno garantito i fasti della città lagunare, nel presente e in prospettiva possono essere considerati come una preziosa risorsa per Venezia.

Lo sviluppo di tale museo prevede un racconto di parallelismi tra passato e presente della portualità lagunare creando quelle *liasons* che consentano ai cittadini o ai visitatori di guardare al passato non come un qualcosa che è lontano e che si è concluso, ma come l’origine di ciò che la portualità veneta esprime oggi con la sua funzionalità, la sua offerta in termini di lavoro, produzione, investimenti, in continuità storica. Il museo virtuale rappresenterà quindi uno strumento culturale che metterà in connessione passato e presente, porto e città, centro storico con Terraferma, diventando uno strumento di “apertura della città portuale” che farà entrare in uno spazio virtuale cittadini, turisti, studenti, giovani e meno giovani.

Head Image: Porto Aperto: progetto Bimbi a bordo, 2017. (© AdSP MAS)