



toward
a new horizon

Airiminium

Fellini, the Romagna airport

“L’unione fa la forza. Noi ci siamo!”

L'Aeroporto è uno strumento per lo sviluppo di un progetto del territorio

- **E' un gate di accesso e per collegarsi al mondo:** per i cittadini, per le imprese, per i turisti, per gli studenti, per le merci, per i lavoratori, per i “vagabondi”... insomma per tutti
- **E' la base “da questa parte” di un ponte ideale che collega due territori...** i motivi spesso sfuggono all'aeroporto

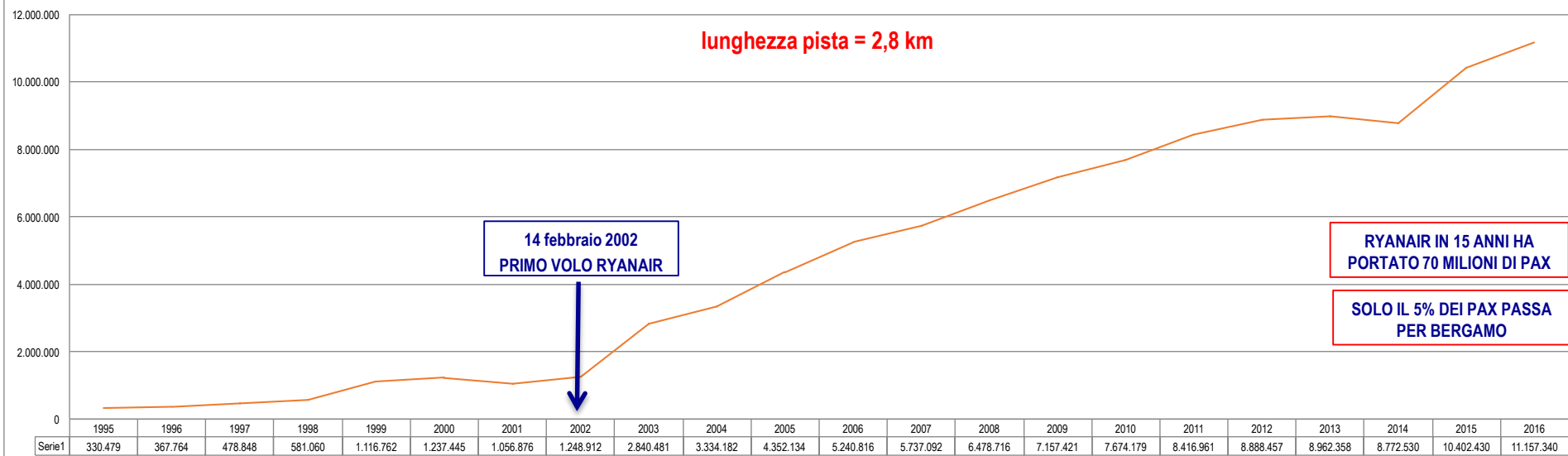


Quale progetto va immaginato per il Fellini per i prossimi 30 anni?

Aeroporto di Bergamo – Orio al Serio: pax 11,2 milioni nel 2016

- **Bergamo**: circa 120 mila abitanti (1,2% della regione); **Lombardia**: circa 10 milioni di abitanti
- **3 Aeroporti vicini a circa km 150 con 32 milioni pax**: **Malpensa** (km 93 e 19,4 milioni pax); **Linate** (km 49 e 9,7 milioni pax) e **Verona** (km 107 e 2,8 milioni pax)

Volume Passeggeri aeroporto di Bergamo dal 1995 al 2016 (3° aeroporto italiano per passeggeri)



PROGETTO AVIAZIONE COMMERCIALE:

ORIO CENTER (centro commerciale che oggi opera con **280 negozi**; aperto nel 1998 e ampliato in maniera importante nel 2004) + **RYANAIR**



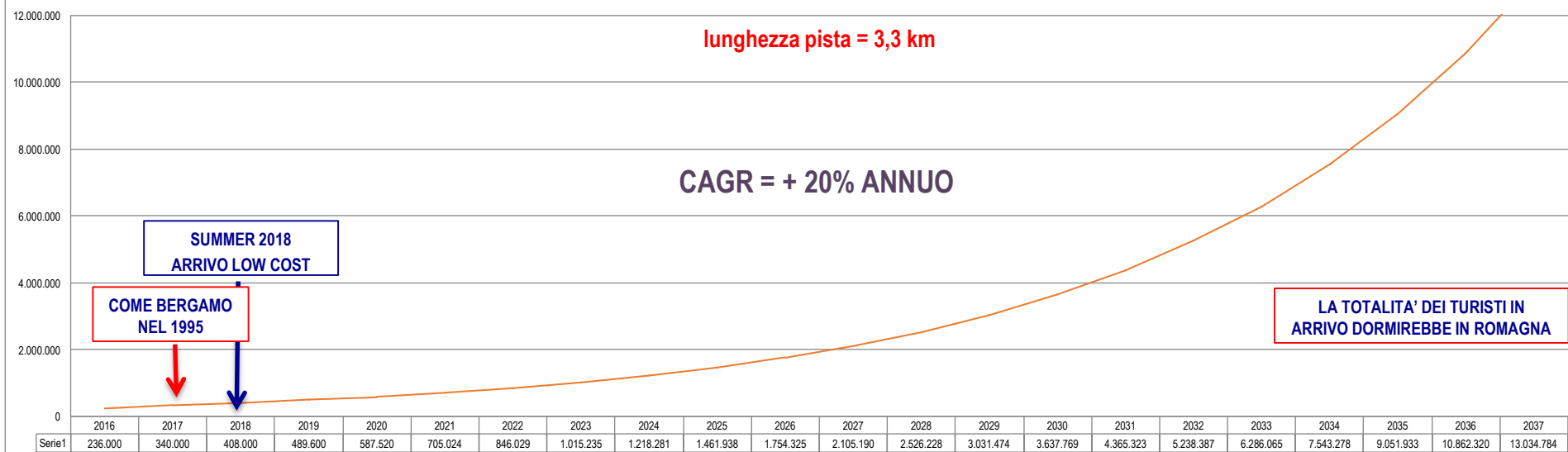
PROGETTO CARGO

DHL (Courier internazionale): dal 1994 è stato sviluppato un Hub logistico che è diventato un benchmark europeo favorito anche dalla prossimità all'autostrada

Aeroporto di Rimini e San Marino – Fellini: pax 0,2 milioni nel 2016

- **Rimini**: circa 149 mila abitanti (3,3% della regione, ma la Romagna con circa 1,4 milioni di abitanti ha il 31,1% della regione); **Emilia Romagna**: circa 4,5 milioni di abitanti
- **3 Aeroporti vicini a circa km 150 con 8,5 milioni pax**: **Ancona** (km 86 e 0,5 milioni pax); **Perugia** (km 164 e 0,2 milioni pax) e **Bologna** (km 124 e 7,7 milioni pax)

Volume Passeggeri aeroporto di Rimini dal 2016 a 2037 (29° aeroporto italiano per passeggeri)



PROGETTO AVIAZIONE COMMERCIALE:

TURISMO (servire l'area adriatica centrale che con la sua disponibilità ricettiva superiore a 1 milione di letti può diventare la piattaforma turistica principale europea) + **LOW COST**



PROGETTO CARGO

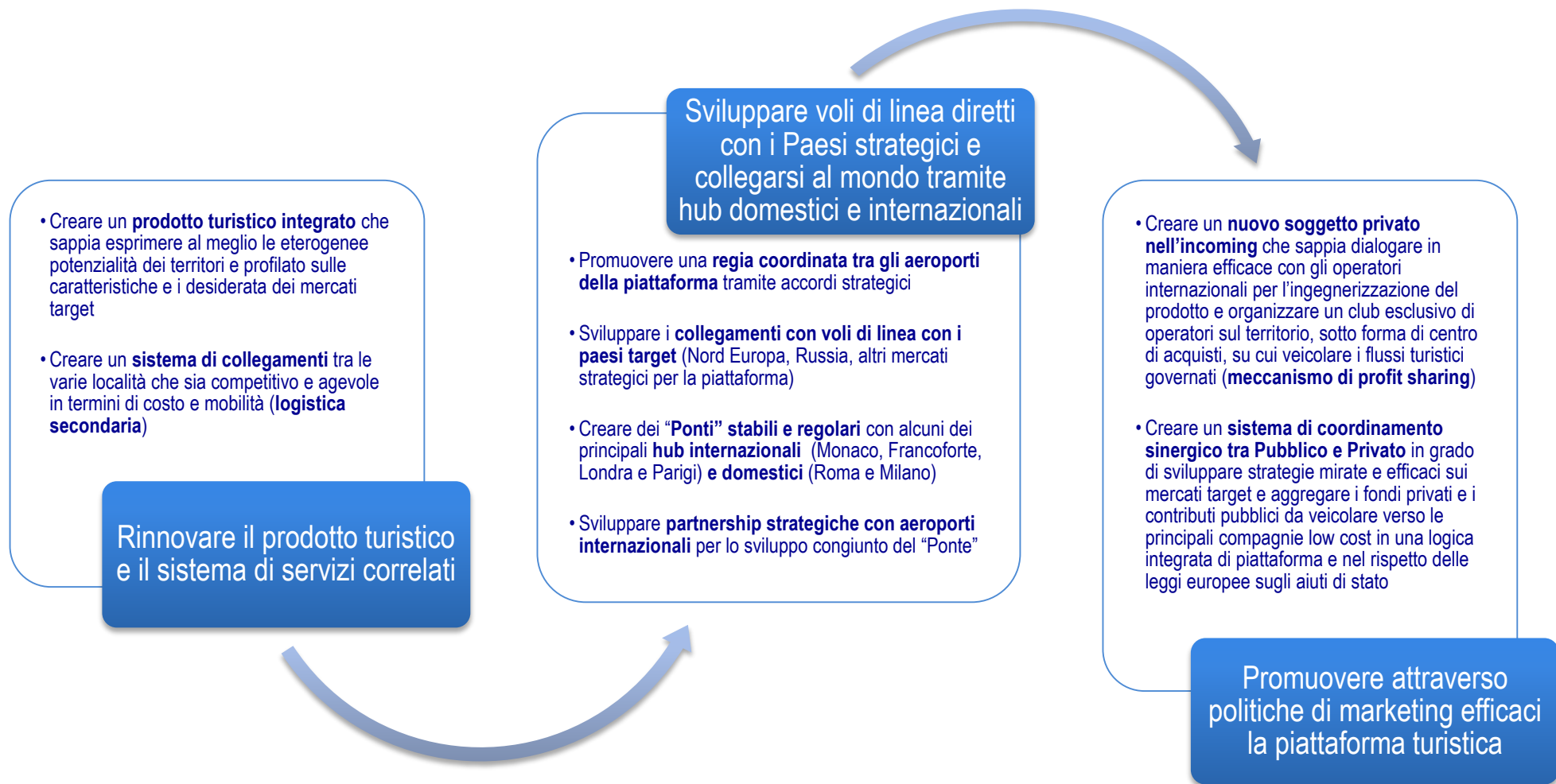
CATENA DEL FREDDO (sviluppare la principale base logistica nel centro Italia; la prossimità dell'autostrada può far decollare il progetto) + **COURIER INTERNAZIONALE**

Piattaforma adriatica centrale: circa 3,7 milioni di abitanti e 0,9 milioni pax



- **Aeroporti attualmente operativi:** 3 (Rimini, Ancona e Perugia)
- **Aeroporti in attesa di rientrare in pista:** 1 (Forlì)
- **Collegamento Rimini con Roma Fiumicino** (principale hub aeroportuale italiano con circa 40 milioni pax):
 - treno: lento e non diretto, almeno 4 ore
 - autostrada: spesso trafficata soprattutto in estate, almeno 4,5 ore
 - strade statali: lente, a tratti con lavori in corso e trafficate
- **Collegamento Rimini con Malpensa** (secondo hub aeroportuale italiano con circa 20 milioni pax):
 - treno: lento e non diretto, almeno 4,5 ore
 - autostrada: spesso trafficata soprattutto in estate 4 ore
 - strade statali: lente, a tratti con lavori in corso e trafficate
- **Collegamento Rimini con Bologna** (principale aeroporto regionale con circa 7,8 milioni pax):
 - treno: almeno 2,5 / 3 ore dall'aeroporto alla stazione di Rimini
 - autostrada: circa 2,5 / 3 ore considerando il tratto in tangenziale e autostrada spesso trafficata in estate
 - strade statali: lente, a tratti con lavori in corso e trafficate

Action plan per incrementare la competitività attrattiva della piattaforma



Proposta di AIRimum 2014 agli operatori privati e ai soggetti istituzionali

1. Rinnovare il prodotto e i servizi

1.1. Centro di ricerca sul turismo (Fabbrica Prodotto) sviluppato da privati unitamente all'Università: ENTRO APRILE 2018

- affrontare le varie tematiche (mercati target, prodotti da ingegnerizzare e servizi da implementare, gap analysis con altre esperienze di successo, stima del volume di investimenti, identificazione del mix equilibrato delle fonti finanziarie, ecc.) con un approccio scientifico

1.2. Meccanismo di interazione per la pianificazione strategica tra i principali soggetti privati e quelli pubblici delegati al turismo: ENTRO I PROSSIMI 12 MESI

- condividere i paesi target e le strategie di penetrazione
- studiare forme di intervento pubblico volte a stimolare investimenti privati (ammodernamento delle strutture recettive, ecc.) e pubblici nei servizi collegati al turismo (rete e sistema collegamenti secondari: strade, ferrovie e trasporto pubblico)

2. Sviluppare collegamenti aerei e partnership strategiche con aeroporti internazionali

2.1. Regia coordinata degli aeroporti della piattaforma: ENTRO DICEMBRE 2018

- definire una strategia commerciale volta a ottimizzare le potenzialità effettive della piattaforma sviluppando un network coordinato e sinergico di collegamenti aerei nei diversi Paesi ritenuti strategici
- presentarsi insieme alle principali compagnie aeree per impostare con loro le strategie di collegamento dell'area evidentemente con un maggiore potere negoziale

2.2. Partnership strategiche con i principali aeroporti internazionali: ENTRO IL 2020

- creazione di un network internazionale di aeroporti strategici (Francoforte, Monaco, Londra, Parigi, San Pietroburgo, Mosca, ecc.) che favorisca collegamenti stabili e duraturi su cui poter investire in una logica di medio lungo termine

3. Creare un nuovo sistema di promozione

3.1. Agenzia privata di promozione che coinvolga i principali operatori del turismo: ENTRO APRILE 2018

- promuovere il prodotto dell'area turistica direttamente nei paesi target con una rete commerciale che impieghi persone della stessa nazionalità e parlino la lingua dei Paesi che si vuole penetrare
- sviluppare un progetto industriale nel settore incoming per strutturare sul mercato, tramite un "Club esclusivo di operatori", il prodotto sviluppato dalla Fabbrica prodotto e profilato sulle effettive esigenze dei mercati target (**modello di profit sharing**)

3.2. Meccanismo pubblico-privato per veicolare i fondi privati e i contributi pubblici verso le compagnie low cost e i principali tour operator (L'UNIONE FA LA FORZA): ENTRO I PROSSIMI 12 MESI

L'unione fa la forza...



...NOI CI SIAMO! E VOI?