

Questa seconda parte è correlata all'attività svolta dalle imprese portuali autorizzate ai sensi delle Ordinanze n. 73 (commerciale) e n. 74 (industriale). Rispettivamente si tratta di:

- Lire 930.719.450 (€ 480.676)
- Lire 903.072.202 (€ 466.398)

La situazione è riassunta nella seguente tabella.

Autorizzazioni imprese portuali	Lire
Parte fissa	100.000.000
Parte variabile commerciale	930.719.450
Parte variabile ind.li, c/proprio, CIA, TRM	903.072.202
Totale	1.933.836.632

Entrate derivanti dalle autorizzazioni concesse alle imprese autorizzate ai sensi dell'Ordinanza n. 75/1999.

Anche gli operatori portuali, autorizzati ai sensi dell'Ordinanza n. 75/1999, sono tenuti a corrispondere un canone annuale per l'esercizio della loro attività: tale canone è fissato in Lire 5 milioni (m.€ 2,582).

Complessivamente per gli operatori portuali autorizzati ad operare per l'anno 2000 l'entrata è pari a Lire 115 milioni (m.€ 59).

Entrate derivanti dallo svolgimento di operazioni portuali in regime di autoproduzione.

Per quanto riguarda lo svolgimento di operazioni portuali in regime di autoproduzione, si segnala che, anche in questo caso, il canone è composto di una parte fissa (correlata all'utilizzo delle infrastrutture portuali ed alla durata temporale dell'ormeggio) e di una variabile in funzione della tipologia e della quantità delle merci oggetto delle operazioni.

La situazione è riassunta dalla tabella seguente:

Autoproduzione	Lire
Parte fissa (infrastrutture/ormeggio)	118.000.000
Parte variabile	83.117.100
Totale	201.117.100

Entrate derivanti dai soggetti autorizzati ad operare in porto ai sensi dell'Ordinanza n. 76/1999 (art. 68 C.d.N.).

I soggetti che svolgono un'attività regolamentata dall'Ordinanza n. 76/1999, che disciplina l'applicazione dell'articolo 68 del Codice della Navigazione nel Porto di Venezia pagano annualmente un importo pari a lire 500.000 (258 euro) per l'iscrizione e Lire 250.000 (€ 129) per il rinnovo dell'iscrizione stessa.

Complessivamente l'entrata derivante da questa voce ammonta a Lire 4.745.000 (€ 2.451).

La voce ha risentito dell'entrata in vigore della L. 186/2000 e della conseguente sospensione delle autorizzazioni disposta dall'Autorità Portuale.

Entrate derivanti dalle imprese autorizzate ai sensi dell'Ordinanza n. 82/1999.

L'Ordinanza n. 82/1999 disciplina l'esercizio di attività collaterali alle attività portuali, di deposito e di manipolazione di merci, presso aree private e/o demaniali.

Nel corso del 2000 l'importo relativo a questa voce ammonta a Lire 2.750.000 (€ 1.420); nel corso dei prossimi anni dovrebbe aumentare il numero dei soggetti che chiederanno di essere autorizzati per lo svolgimento di dette attività.

Attività promozionale 2000

Il 1999 ha visto il consolidamento del nuovo assetto organizzativo del porto, a seguito del completamento della privatizzazione e della realizzazione del primo Piano Operativo Triennale (1996-99); ciò ha consentito una visione più chiara della nuova realtà organizzativa e produttiva del porto di Venezia ed ha posto le basi per svolgere, nel corso del 2000, un'attività promozionale più mirata e capillare rispetto a quella portata avanti in precedenza.

Il compito istituzionale (art. 6 , legge 84/94) di promozione delle operazioni portuali e delle altre attività commerciali e industriali esercitate nel porto ha assunto così un ruolo di maggior rilievo e incisività per il perseguimento dell'obiettivo generale dell'Autorità Portuale. Sono stati investiti, sulla scorta delle indicazioni ricevute dal Comitato Portuale e contenute nei documenti di programmazione, maggiori fondi in questa attività (circa 1,5 miliardi di Lire), svolta a partire da un piano annuale che ha toccato tutti i variegati aspetti promozionali e che si è avvalso di strumenti diversi per raggiungere destinatari/target anche molto dissimili tra loro.

I destinatari delle azioni di promozione nel 2000

Nel corso del 2000 l'ordine di priorità assegnato ai diversi destinatari delle azioni di promozione poneva al primo posto i clienti potenziali del porto, al secondo la collettività territoriale e poi gli operatori logistici e le istituzioni.

Si è infatti ritenuto che, portate a termine le trasformazioni più rilevanti e raggiunti i primi significativi risultati, il porto dovesse iniziare a proporsi all'esterno dell'ambito territoriale locale e puntare in primo luogo ai distretti produttivi più dinamici del Nord-Est, presentandosi agli stessi come una rinnovata opportunità di vantaggio competitivo.

D'altro canto, la positiva esperienza maturata nei primi mesi del 2000 ha mostrato quanto fosse necessaria la campagna di sensibilizzazione svolta nei confronti delle istituzioni locali e della popolazione residente. Tale campagna ha consentito un notevole recupero dei rapporti con la collettività territoriale che nel corso degli anni

si era andato progressivamente deteriorando. Il ristabilire un positivo clima nel rapporto porto-città rappresenta peraltro un obiettivo di medio-lungo periodo e richiede quindi un'azione costante, azione che è proseguita per tutto il 2000 così come nei primi mesi del 2001.

Infine, grazie all'attività promozionale realizzata nel corso dell'ultimo esercizio sia le principali istituzioni a livello europeo e nazionale che gli operatori del mondo dei trasporti e della logistica sono giunti a conoscere almeno i principali elementi di trasformazione che hanno caratterizzato gli ultimi anni della storia del porto di Venezia.

Gli strumenti dell'attività di promozione nel 2000

Il mutato ordine di priorità tra i target si è riflesso sull'ordine di priorità tra gli strumenti di promozione e quindi sulla distribuzione del budget promozionale tra le tre principali voci di spesa: “partecipazione a mostre e convegni”, “attività promozionali varie”, “pubblicità”.

Infatti, mentre nel triennio precedente la voce di spesa “pubblicità” aveva un peso di gran lunga inferiore rispetto alle altre voci di bilancio, nel 2000, si è fatto largo uso dello strumento pubblicitario, sia in forma “statica” che “dinamica”.

A tal fine si è intrapresa una campagna pubblicitaria avente un duplice obiettivo, ossia continuare l'opera di identificazione tra Città e porto, sottolineando il contributo del porto allo sviluppo socio-economico locale, e promuovere il porto presso i suoi potenziali clienti.

E' rimasto preponderante il peso delle “attività promozionali varie” in quanto aggregano strumenti di marketing anche molto diversi tra loro a seconda dei target di riferimento, classificabili come:

- iniziative per la città, come: OPENDAY, ossia: periodo di apertura del porto alla Città, con visite guidate gratuite; supporto sia economico che logistico-organizzativo alle manifestazioni cittadine sia tradizionali (Carnevale, Redentore, ecc.) che nuove (Venezia Suona, Video Festival Città di Mestre, ecc.); contributi per il recupero del patrimonio storico-artistico di Venezia

(ricostruzione del “Teatro La Fenice”, progetto “IMAGO DEI”, creazione di un archivio storico fotografico sul porto e altro);

- iniziative culturali (come le collaborazioni con Università, Centri di Ricerca e Istituzioni per l’attivazione di master e corsi, l’organizzazione di lezioni, seminari e convegni e altro);
- iniziative commerciali (promozione di incontri e seminari di tipo tecnico rivolte agli operatori economici di riferimento del porto di Venezia);
- sponsorizzazioni;
- pubblicazioni (come il News & Sailing List, video e CD-Rom promozionali con diverso taglio a seconda del target e altro);
- materiali promozionali riportanti il logo ed altre immagini promozionali dell’Autorità Portuale;
- strumenti di comunicazione di massa (Internet, spot televisivi e radio, ecc.).

Infine, l’organizzazione di iniziative promozionali all’estero (a partire dalla presentazione del sistema logistico veneto presso il Parlamento Europeo nel gennaio 2000) e la partecipazione a fiere e convegni internazionali (come il Convegno IMTA) sono state ritenute uno strumento di marketing valido, in quanto occasioni utili per incontrare istituzioni e imprese leader di settore con i quali il porto di Venezia, nel contesto di competizione globale in cui opera, è chiamato a confrontarsi.

I. ATTIVITÀ PROMOZIONALI VARIE

1. Iniziative per la città

Le azioni di marketing volte a tenere vivo il dialogo tra la realtà urbana e quella portuale e rilanciare l’immagine del porto come sistema che contribuisce attivamente allo sviluppo sociale ed economico della Città, si sono concretizzate in ciò che segue:

- l’iniziativa denominata “OPENDAY: la città incontra il suo porto” che consiste in una serie di visite guidate alle aree portuali, a mezzo di motoscafo, rivolte ai

- cittadini ed in particolare agli istituti scolastici superiori (sia tecnici che licei) precedute da incontri propedeutici organizzati presso gli stessi;
- il supporto logistico-organizzativo nonché finanziario alla realizzazione delle manifestazioni tipicamente veneziane, ottima occasione per sensibilizzare l'opinione pubblica sulle sinergie che possono derivare dall'integrazione della vita cittadina con l'attività portuale;
 - le azioni atte al miglioramento della qualità dei servizi di interesse generale offerti alla collettività che ospita le strutture portuali e quindi testimonianza della volontà del porto di promuovere il benessere sociale (come i contributi alla ricostruzione del Teatro La Fenice, il progetto IMAGO DEI per il restauro di opere del patrimonio artistico veneziano e altro);
 - le attività che da sempre hanno mantenuto vivo il dialogo tra il porto e le altre realtà cittadine: le visite guidate alle aree portuali di Marittima e di Porto Marghera, lezioni e seminari sul porto.

2. Iniziative culturali

Nell'ambito delle iniziative volte a consolidare e rafforzare i rapporti tra la realtà portuale e le principali istituzioni locali, si è intensificata la collaborazione con Università, Scuole di Specializzazione, Centri di Ricerca ed altre Associazioni per la realizzazione di iniziative di carattere economico-culturale focalizzate su temi di interesse per la portualità veneziana.

Tale sostegno di volta in volta ha preso la forma di sponsorizzazioni, dell'accettazione di stagiaires presso le proprie strutture, della promozione di convegni e workshop di taglio sia accademico che tecnico-commerciale.

3. Pubblicazioni

Considerata l'efficacia dei diversi tipi di pubblicazioni prodotti fino ad oggi dall'Autorità Portuale (il mensile del Porto di Venezia "News & Sailing List" e il volume biennale "Port of Venice Handbook"), si è proceduto alla ristampa degli stessi, corredandoli anche, a volte, con supplementi monografici su argomenti specialistici (come il tema della "sicurezza").

Inoltre, si è proceduto alla realizzazione di materiale informativo relativo ad alcuni dei principali progetti pianificati dall'Autorità Portuale, ciascuno avente un particolare taglio rispondente allo specifico destinatario dell'azione di comunicazione (come per esempio una brochure descrittiva sui progetti finanziati dall'UE destinata alla Commissione Europea, nonché supporti informativi sia multimediali, che cartacei di accompagnamento del progetto di recupero di beni artistici veneziani rivolti alla Città, nonché ancora una pubblicazione che illustra i nuovi servizi del porto turistico di Venezia, rivolta agli utenti del settore).

4. Materiale promozionale

Anche nel corso del 2000, si è ritenuto opportuno avvalersi di materiali promozionali nonché procedere ad una differenziazione dei gadgets, tenuto conto che la platea dell'utenza portuale è sempre più ampia e composita e le occasioni di contatto e di incontro con la stessa sono dissimili tra loro. In particolare, si è provveduto alla realizzazione di strumenti di comunicazione visiva (filmati, Cd-Rom, ecc.) che possono meglio rappresentare le recenti trasformazioni delle nostre aree e strutture portuali e di gadgets di vario tipo riportanti il logo ed altre immagini promozionali dell'Autorità Portuale, da offrire in dono in occasione di contatti commerciali, visite di delegazioni nazionali ed estere, manifestazioni fieristiche.

II. CONVEGNI E MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

L'Autorità Portuale ha partecipato a numerose fiere nazionali ed internazionali sia per promuovere il porto di Venezia che per promuovere il Sistema Logistico Veneto, coinvolgendo i principali operatori dei trasporti del Veneto (come la conferenza internazionale di IMTA, la presentazione del Sistema Logistico Veneto presso il Parlamento Europeo e altro).

Tali manifestazioni restano uno strumento di marketing valido, in quanto utili occasioni di incontro e confronto con realtà istituzionali e imprenditoriali appartenenti al settore trasportistico ed ai settori collegati.

III. PUBBLICITÀ

Nel corso del 2000 si è intrapresa una campagna di comunicazione pubblicitaria indirizzata agli operatori di settore ed a sensibilizzare l'opinione pubblica locale sui principali temi riguardanti lo sviluppo del porto e delle sue attività.

Al fine di raggiungere target di utenza diversificati, da un lato si sono ampliati gli strumenti editoriali sui quali pubblicare i messaggi promozionali del porto di Venezia (affiancando alle ormai consuete presenze sulle riviste di settore, alcune inserzioni sui principali quotidiani regionali, di più vasta diffusione presso il pubblico) e dall'altro si è proceduto alla realizzazione di alcune forme di pubblicità dinamica.

ONERI SPESE PROMOZIONALI ANNO 2000

VOCI SPESE PROMOZIONALI	2000
Attività promozionali diverse	816 milioni
Partecipazione fiere-convegni	178 milioni
Pubblicità	480 milioni
TOTALE	1.474 milioni circa

L'investimento complessivo di 1,5 miliardi di lire circa ha riguardato innumerevoli attività, le più importanti delle quali sono rappresentate da:

- 12 iniziative per la Città
- 42 visite al porto
- 5 visite di delegazioni istituzionali
- 4 seminari
- 6 iniziative commerciali
- 4 contributi istituzionali
- 5 pubblicazioni
- 8 materiali promozionali
- 1 studio del sito internet
- 9 partecipazioni a mostre e convegni
- 25 strumenti editoriali utilizzati per pubblicità statica
- 2 reti televisive utilizzate per spot promozionali
- 1 radio utilizzata per spot promozionali
- 2 tipi di spazi/supporti per pubblicità dinamica

12 INIZIATIVE PER LA CITTÀ

- I. Carnevale a Castello
- II. Inaugurazione Rampa
- III. OPENDAY
- IV. Mostra Palazzo Ducale
- V. Venezia Suona
- VI. Contributo Fenice
- VII. IMAGO DEI (2 eventi: lancio progetto e inaugurazione esposizione opere)
- VIII. Festa di S. Pietro di Castello
- IX. PROGETTO ACCADEMIA BELLE ARTI
- X. VENICEMARATHON - EXPOSPORT
- XI. III Video Festival Città di Mestre (El Leon En Moleca)
- XII. Archivio fotografico porto (presentazione 1° tranche)

42 VISITE AL PORTO**VISITE**

- 28 Istituti scolastici regionali
- 4 Università nazionali ed estere
- 5 Corsi di specializzazione nazionali ed esteri
- 5 Delegazioni istituzionali nazionali ed estere

di cui 5 Visite delegazioni istituzionali:

Presidente del Consiglio
Ambasciatore italiano in Svizzera
VIII Commissione Provinciale
Sottosegretario Ministero dei Trasporti
Palm Beach County

4 SEMINARI

Città portuali
Sedimenti inquinati
Nuova portualità e sviluppo urbano
Risk management of contaminated sediments

6 INIZIATIVE COMMERCIALI

Conferenza stampa nuove linee Festival Crociere
Visita al porto imprese vicentine
Presentazione CD-Rom CCIAA
Incontro di presentazione LOGIS
Business meeting Delta Air Lines
Conferenza stampa IMTA

4 CONTRIBUTI ISTITUZIONALI

- CONVEGNO PRIMAVERA ARCHITETTURA (IUAV/LA BIENNALE DI VENEZIA)
- STELLA MARIS
- INIZIATIVA UMANITARIA
- ISTITUTO MARCO POLO

5 PUBBLICAZIONI

- BROCHURE PROGETTI
- CATALOGO PROGETTO IMAGO DEI
- CD-ROM PROGETTO IMAGO DEI
- N&S LIST + SUPPLEMENTI
- GRAND TOUR

MATERIALI PROMOZIONALI

- cravatte con logo
- foulards/sciarpe seta
- magliette di vario tipo
- cartelline
- pannelli di vario tipo
- sviluppi grafici per allestimenti
- CD-Rom con progetti animati
- video

PROGETTO SITO INTERNET**9 PARTECIPAZIONE A MOSTRE E CONVEGNI***tipo iniziativa*

- LA LOGISTICA INTEGRATA VENETA NELL'ASSE OVEST-EST
- SEATRADE CONVENTION
- NAV 2000
- TRAMAG 2000
- 1° SALONE D'IMPRESA
- SOFTCOM 2000
- EXPOSPORT
- IMTA
- CONVEGNO FISC

PUBBLICITÀ SU CARTA STAMPATA

TESTATE DI SETTORE

Porti e servizi tecnico nautici

Speciale Porto Nuovo

Lo Spedizionario Doganale

Avvisatore Marittimo

Messaggero Marittimo

Time Table SAVE

Programma accosti VTP

INSULA

GAZZETTA MARITTIMA

ACQUE E TERRE

Time Table VELA

STRUMENTI EDITORIALI CON TARGET AD AMPIO SPETTRO

Guida Pratica del cittadino

Elenco telefonico

Resistenza e Futuro

Gente Veneta

TESTATE LOCALI - SPAZI PER REDAZIONALI

Nuova Venezia

Mattino di Padova

Tribuna di Treviso

Corriere delle Alpi

Il Gazzettino

SUPPLEMENTI TESTATE LOCALI

Supplementi Nuova Venezia

Supplementi Gazzettino

TESTATE ECONOMICHE

Il Sole24Ore Nordest

TOP AZIENDE

CAMPAGNA PUBBLICITARIA MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA

SOPRATTUTTO

GAZZETTINO

TELENUOVO

TELE e RADIO VENEZIA

PUBBLICITA' DINAMICA

Spazi su mezzi pubblici

MOTOSCAFI

AUTOBUS

TRENI

Spazi in luoghi strategici (stazioni ferroviarie, viabilità ad alta intensità di traffico)

Personale ed aspetti organizzativi

La situazione numerica del personale risulta quindi la seguente:

Consistenza del personale in forza al 31 dicembre 1999:

• forza disponibile presso l'Ente	n.	81 unità
• personale in distacco presso T.M.B. S.r.l.	n.	24 unità
• personale in distacco presso V.T.P. S.p.a.	n.	2 unità
• personale in distacco presso Regione Veneto	n.	6 unità
• personale in distacco presso T.I.V. S.r.l.	n.	1 unità
• personale in distacco presso Teleporto Adriatico S.r.l.	n.	5 unità
• personale in distacco presso Vecon S.p.a.	n.	5 unità
totale dipendenti in forza ¹	n.	<u>124 unità</u>

Consistenza del personale in forza al 31 dicembre 2000:

• forza disponibile presso l'Ente	n.	79 unità
• personale in distacco presso T.M.B. S.r.l.	n.	20 unità
• personale in distacco presso V.T.P. S.p.a.	n.	2 unità
• personale in distacco presso Regione Veneto	n.	6 unità
• personale in distacco presso Servizi Ferroviari e Logistici	n.	6 unità
• personale in distacco presso T.I.V. S.r.l.	n.	1 unità
• personale in distacco presso Teleporto Adriatico S.r.l.	n.	5 unità
• personale in distacco presso Vecon S.p.a.	n.	5 unità
totale personale in forza ¹	n.	<u>124 unità</u>

Durante l'anno hanno risolto il rapporto di lavoro due dipendenti.

Sono stati, invece, assunti due impiegati assegnati alla Segreteria di Direzione ed alla Direzione Sicurezza e Ambiente.

Per quanto riguarda il personale in esubero (60 unità), è stata mantenuta, in buona parte, la consistenza numerica di dipendenti in posizione di distacco presso altre imprese e la Regione del Veneto (n.46 unità).

L'area dell'esubero rimane, comunque, un fattore critico nella gestione delle risorse umane; per tale motivo sono stati stipulati accordi con le imprese portuali

aventi la finalità di favorire il passaggio del personale distaccato alle dirette dipendenze delle imprese stesse.

L'attività di formazione ed aggiornamento del personale è proseguita con la partecipazione a corsi svolti soprattutto dal Consorzio di Formazione Logistica Intermodale (di cui l'Ente detiene una quota di partecipazione) con il finanziamento del Fondo Sociale Europeo.

Sul fronte delle relazioni industriali, è stato rinnovato il contratto collettivo nazionale di lavoro del personale dipendente, con scadenza 30 giugno 2004; nell'ambito della contrattazione è stata definita anche la copertura del periodo di vacanza contrattuale (intero anno 1999 e sei mesi dell'anno 2000).

Per quanto riguarda il costo del personale, esso passa da una media, rapportata ad una forza media di 126 unità, di Ml. 101,7 riferita al 1999 (per un costo complessivo di Lire 12.818 milioni, inclusa rivalutazione del fondo TFR) ad una media di Ml. 110,9 registrata nel 2000 (per un costo complessivo di Lire 13.868 milioni).

	Dipendenti disponibili presso l'Ente				Dipendenti in distacco		Totale	
	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai	Enti	Imprese	Qualifica	Categoria
<i>Segretario Generale</i>	1	-	-	-	-	-		1
<i>Dirigenti</i>	5	-	-	-	-	-		5
<i>Quadri ed Impiegati</i>	-	16	52	-	6	22		96
- Quadri		16				4	20	
- Impiegati amm. e ass.			34		6	3	43	
- Impiegati tecnici			7			1	8	
- Impiegati operativi			11			14	25	
<i>Operai</i>	-	-	-	7	-	16		23
- Operai di officina				4			4	
- Gruisti / Autisti				3		16	19	
- Operai altri							-	
	6	16	52	7	6	38		
	81				44			125

L'Amministrazione

Il settore amministrativo è stato interessato da importanti novità nel corso del 2000, primo esercizio di piena operatività dell'Autorità quale ente con compiti autoritativi.

La nuova natura giuridico-fiscale ha imposto, al fine di una corretta gestione dell'aspetto contabile e fiscale in relazione alle attività commerciali residuali, una revisione nelle modalità di effettuazione delle registrazioni contabili. Tale revisione è inoltre coincisa con la dismissione, a causa del “millenium bug”, degli strumenti informatici utilizzati nel corso dei precedenti esercizi e con il conseguente avvio di una nuova procedura di contabilità, procedura che si è rivelata spesso non all'altezza delle aspettative.

Il passaggio al nuovo sistema di contabilità ha imposto un pesante lavoro di conversione degli archivi e di verifica di funzionalità dell'intera procedura, verifica che è talvolta sfociata nella necessità di interventi di rilievo da parte della società produttrice del software.

E' stata avviata come previsto dal Regolamento di Amministrazione e Contabilità, la “Ricognizione dei beni mobili” che si concluderà nel corso del 2001.

L'elevata mole di interventi in corso sulle infrastrutture portuali e le collegate richieste di “reporting” sullo stato di avanzamento provenienti dagli enti finanziatori hanno comportato, e comportano tuttora, un notevole e costante impegno di sistematica verifica ed aggiornamento dei dati tecnici e contabili.

Nel corso del 2000 è stato acceso un nuovo mutuo, garantito dai fondi derivanti dalla legge 295/98, e sono stati gestiti i fondi relativi ai mutui precedentemente contratti in modo da limitare il più possibile gli esborsi per interesse durante la fase di preammortamento. Ciò è stato reso possibile dall'elevato grado di liquidità che ha caratterizzato gli ultimi anni dell'amministrazione dell'Ente.

Riguardo ai vincoli imposti dalla normativa di “Tesoreria Unica” sui flussi finanziari dell’Ente, come già anticipato nel commento al Rendiconto 1999, durante l’anno 2000 è stato necessario, in relazione al limitato plafond derivante dalla forte disponibilità dell’esercizio 1999, richiedere deroga al Ministero del Tesoro per tutti i sei bimestri. Inoltre si è dovuto ricorrere a deroga suppletiva nel 3° bimestre per l’acquisto della partecipazione in ERF S.p.A..

Si evidenzia infine che nel corso del 2001 si ritiene opportuno procedere alla conversione delle scritture contabili nella nuova moneta di conto (Euro) per evitare che tale impegnativa operazione si sovrapponga a quella di chiusura dei conti al termine dell’esercizio. Questa risulta infatti essere l’opzione suggerita da gran parte degli esperti in materia.

Si comunica inoltre che tutti i documenti contabili sottoposti durante l’anno 2000 all’approvazione degli organi competenti (Ministero dei Trasporti e della Navigazione e Ministero del Tesoro), sono stati regolarmente approvati in modo palese e nei termini previsti.

- Bilancio Consuntivo 1999 - Del. Comitato Portuale n. 3/2000 – Disp.DEM1/1518 del 8.6.00
- 1° El.Variazioni Prev.2000- Del.Comitato Portuale n.9/2000 – Disp.DEM1/2166 del 21.9.00
- Bilancio Preventivo 2001 -Del. Comitato Portuale n.11/2000–Disp.DEM1/2782 del 12.12.00
- 2° El.Variazioni Prev.2000-Del.Comitato Portuale n.12/2000 – Disp.DEM1/0010 del 4.1.01