Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità.

Il caso del turismo archeologico subacqueo e sue implicazioni

SRM

Centro Studi con sede a Napoli, collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo, nato come presidio intellettuale e scientifico, ha come obiettivo il miglioramento della conoscenza del territorio sotto il profilo infrastrutturale, produttivo e sociale in una visione europea e mediterranea. É specializzato nell'analisi economica delle dinamiche regionali, con particolare attenzione al Mezzogiorno. Ha creato, inoltre, due Osservatori di ricerca a carattere internazionale che monitorano e analizzano settori strategici come i Trasporti Marittimi, la Logistica e l'Energia.

www.sr-m.it

IL TEAM DI RICERCA

Direttore

Massimo Deandreis

Autori

Salvio Capasso (Responsabile), Agnese Casolaro, Autilia Cozzolino, Luca Forte.

Lo studio rappresenta la prima parte di un lavoro di ricerca in corso di elaborazione che sarà arricchito con alcune analisi aggiuntive sul tema della sostenibilità e sul turismo archeologico e subacqueo.

In copertina

Rappresentazione della statua di Dioniso, particolare del Ninfeo di età giulio-claudia nel Parco sommerso di Baia. Ritrovamento del 1956 ad opera del Capitano Raimondo Bucher.

Concept e grafica

Raffaela Quaglietta

Disclaimer

Le analisi contenute nella ricerca rappresentano i risultati di uno specifico progetto di SRM e non hanno la pretesa di essere esaustivi, inoltre non impegnano né rappresentano in alcun modo il pensiero e l'opinione dei Soci fondatori ed ordinari di SRM. La ricerca ha finalità esclusivamente conoscitiva e informativa, e non costituisce, ad alcun effetto, un parere, un suggerimento di investimento, un giudizio su aziende o persone citate. Le informazioni proposte sono ricavate da fonti ritenute da SRM affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. SRM, inoltre, non è responsabile dei fatti, delle opinioni e dei dati contenuti nei capitoli non elaborati direttamente.
La riproduzione fedele del testo, anche parziale, non può essere effettuata senza l'autorizzazione di SRM. È consentito l'uso della ricerca e delle informazioni in essa contenute ai fini di studio ed approfondimento di settore, citando regolarmente la fonte. Pubblicazione aggiornata con dati e informazioni disponibili a novembre 2021.

INDICE

1. Introduzione 4

2. Lo scenario turistico dell'Italia nel contesto internazionale 5

3. Le tendenze future: il turismo sostenibile tra ambiente e cultura 8

Ambiente: le potenzialità turistiche dell'Italia e del Mezzogiorno

Cultura: le potenzialità turistiche dell'Italia e del Mezzogiorno

4. Turismo subacqueo archeologico 12

5. PNRR: risorse e progetti per lo sviluppo turistico 18

6. Alcune considerazioni conclusive:
le parole chiave del turismo subacqueo archeologico 19

1. Introduzione

Le **Nazioni Unite** riconoscono l'importanza del turismo sostenibile per promuovere la **consapevolezza ambientale** e la **biodiversità**, ma anche la **cultura e la diversità culturale**, in stretto collegamento con le comunità locali e le loro esigenze in termini di benessere e sviluppo.

Il nesso tra ambiente, cultura e turismo in Italia risulta ancora più stretto rispetto al contesto internazionale, considerando l'ampiezza e la varietà del patrimonio storico e artistico, fatto di musei, siti archeologici e monumenti di ogni epoca, e l'ampio ventaglio di esperienze turistiche (folklore, gastronomia, eventi) che il Paese può offrire, concentrati su un territorio tutto sommato ridotto rispetto ad altre aree del mondo caratterizzate da elevata attrattività turistico-culturale.

Il turismo archeologico subacqueo esprime al meglio la simbiosi tra le determinanti delle tendenze turistiche future: tutela per preservare le risorse naturali e valorizzazione per andare incontro alle esigenze di sviluppo.

La ricchezza del patrimonio sommerso nei mari italiani è naturale conseguenza dell'orografia del territorio e della millenaria storia di popolazioni che hanno abitato la penisola e degli scambi commerciali che hanno generato.

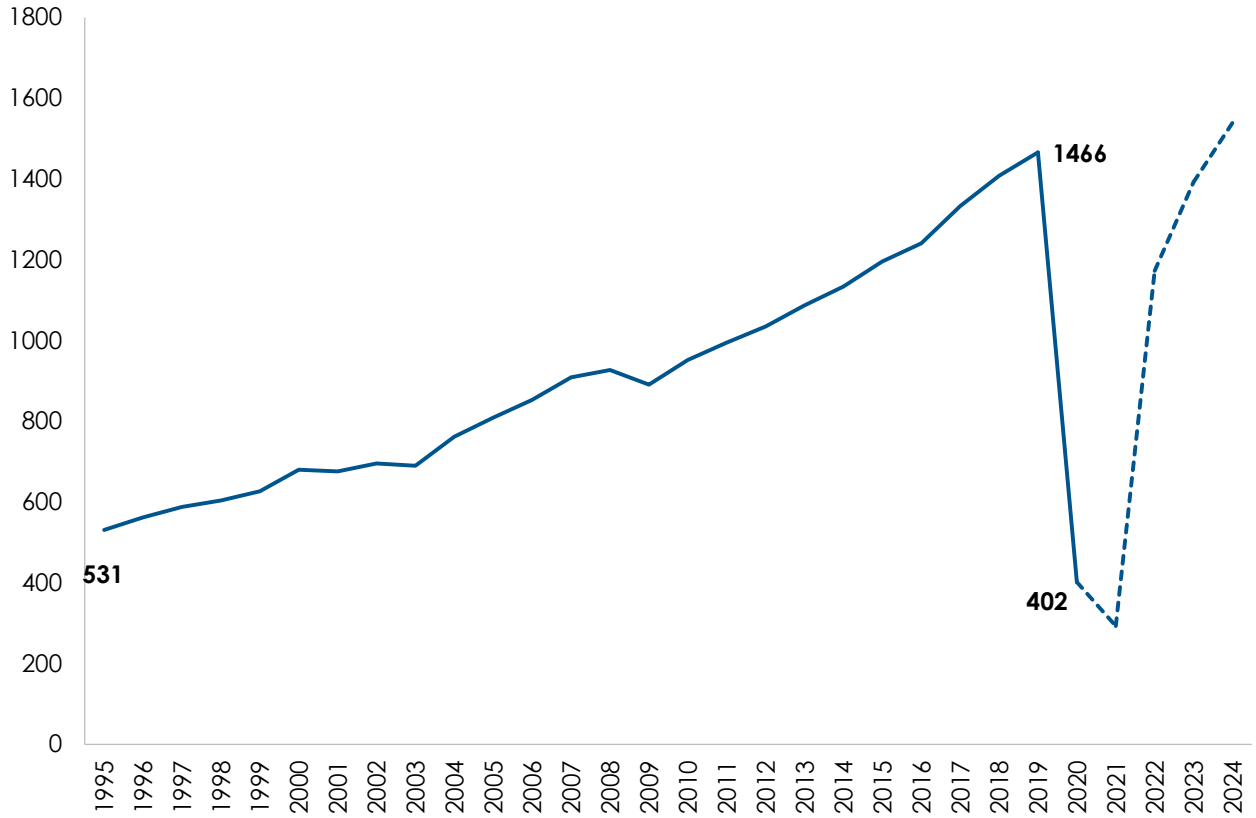
Si tratta di una forma turistica ancora ristretta ma che ha tanto potenziale da sprigionare se si punta ad un'offerta turistica integrata con il territorio e con gli altri punti di interesse. Nello studio, partendo da un'analisi dello scenario turistico internazionale e delle nuove tendenze che coniugano ambiente e cultura nella sostenibilità, si evidenzia ciò che l'Italia ed il Mezzogiorno possono offrire. Si approfondisce, quindi, il patrimonio archeologico sommerso, evidenziando le potenzialità del mercato italiano, in termini di domanda e di offerta, nonché gli impatti economici che si possono attivare sul territorio.

Servono non solo risorse (disponibili nel PNRR) ma anche azioni programmatiche ed operative per dare valore e significato all'unicità della destinazione italiana e meridionale. Occorre fare sistema promovendo la collaborazione tra i vari attori in gioco, innalzare la capacità competitiva delle imprese e, allo stesso tempo, promuovere un'offerta turistica basata su sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi.

2. Lo scenario turistico dell'Italia nel contesto internazionale

Negli ultimi decenni il turismo ha rappresentato, a livello internazionale, un settore in continua espansione: la variazione media annua nell'ultimo quarto di secolo è stata infatti positiva (+4,4% nel periodo 1995/2019), raggiungendo nell'anno pre-pandemico quasi 1,5 miliardi di arrivi turistici internazionali. Si tratta di un settore che ha dimostrato la sua resilienza nel tempo, superando tutte le crisi, e ciò si verificherà anche per l'attuale pandemia.

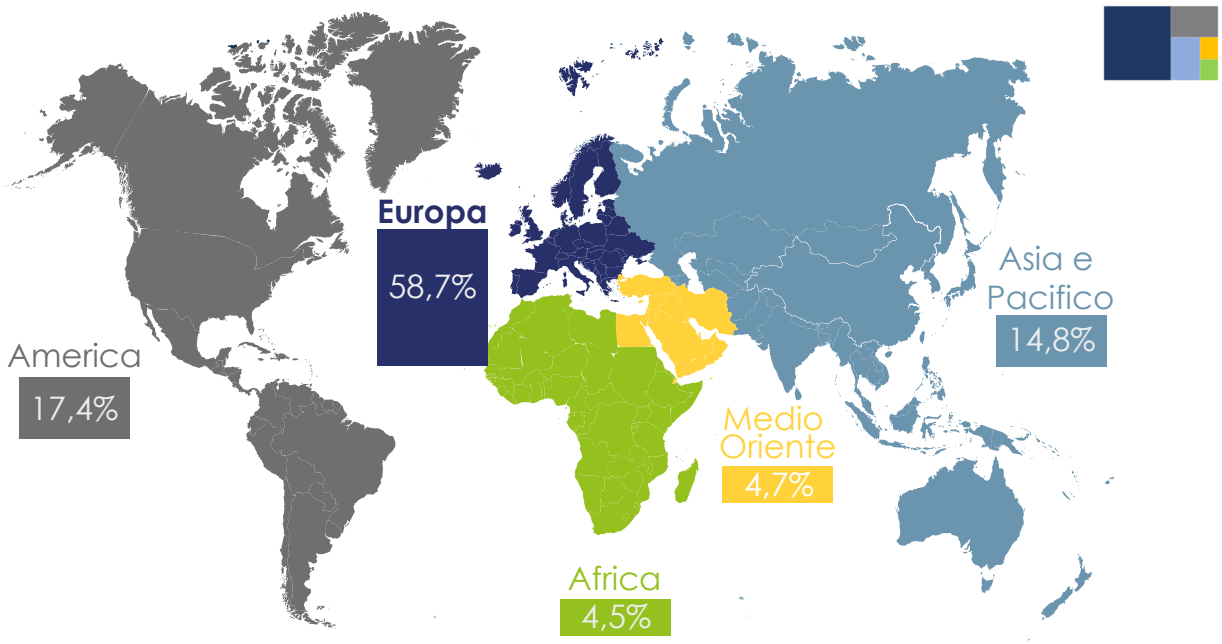
Grafico 1. **Arrivi turistici internazionali (mln)**



Fonte: elaborazioni e stime SRM su dati Unwto

L'Europa è al centro dell'interesse globale con il 58,7% degli arrivi complessivi e **l'Italia** si conferma uno dei Paesi maggiormente coinvolti dalle dinamiche turistiche posizionandosi, con **65 milioni di arrivi, al 5° posto della graduatoria mondiale** dopo Francia (89 milioni), Spagna (84 milioni), USA (79 milioni) e Cina (66 milioni).

Figura 1. **Ripartizione degli arrivi internazionali per aree (%)**



Classifica mondiale dei paesi. Arrivi turistici internazionali. (milioni)

89	84	79	66	65	51	45
Francia	Spagna	USA	Cina	Italia	Turchia	Messico

Fonte: elaborazioni e stime SRM su dati Unwto, 2019

“

In tutto il mondo, nei paesi a tutti i livelli di sviluppo,
molti milioni di posti di lavoro e imprese dipendono da un settore turistico forte e fiorente. Il turismo è stato anche una forza trainante nella protezione del patrimonio naturale e culturale,
preservandoli per le generazioni future.

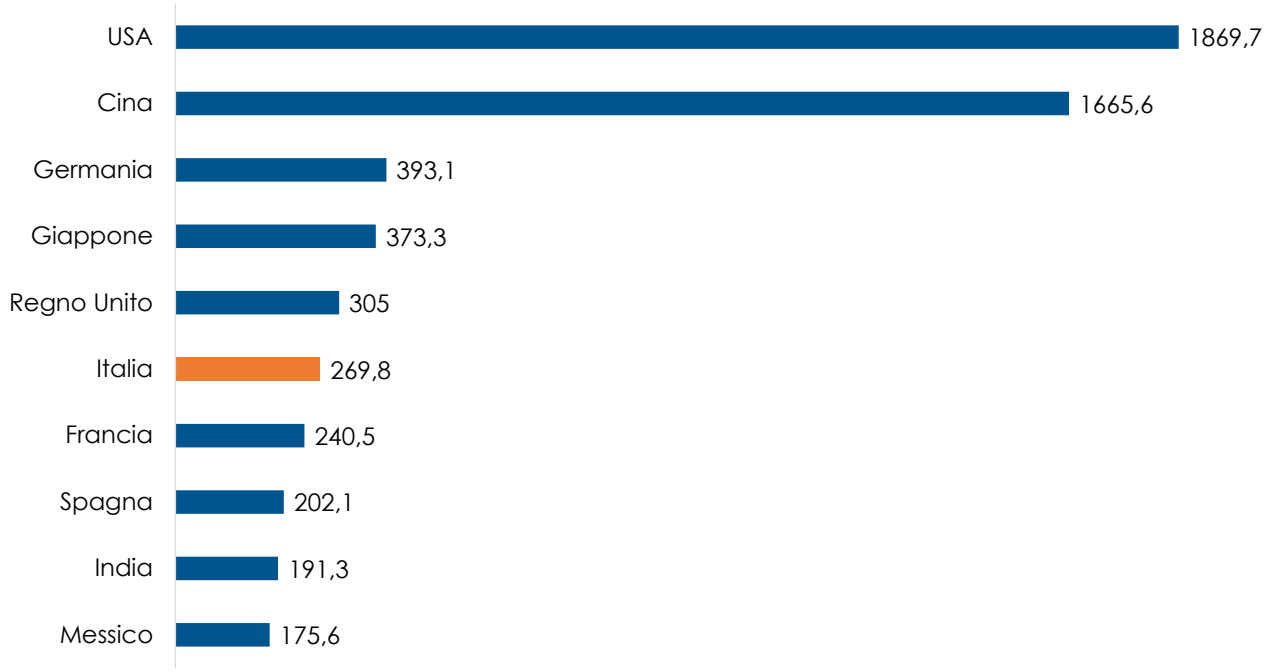
”

(Mr. Zurab Pololikashvili segretario generale dell’UNWTO)

L’impatto socio-economico è quindi rilevante. Basti pensare che il GDP complessivo del settore nel mondo è pari a 9.170 mld $, pari al 10,4% del totale delle attività economiche; allo stesso tempo, l’occupazione raggiunge i 334 mln di posti di lavoro, il 10,6% dell’occupazione mondiale totale. Particolarmente significativa è, inoltre, la valenza per l’occupazione femminile e giovanile: i dati mostrano, infatti, come le donne rappresentano il 54% dell’occupazione mondiale di Travel & Tourism e rivestono il ruolo di datori di lavori per quasi il doppio di quanto espresso da altri settori. La quota di giovani impiegati, dal canto suo, è maggiore rispetto all’economia complessiva.

Guardando all'Italia, il settore turistico riveste un ruolo strategico con oltre il **13,2% di PIL (6° Paese in UE con un valore assoluto di quasi 270 miliardi di dollari) e un'occupazione pari al 15% dei lavoratori totali.**

Grafico 2. **Contributo al Pil (mld $)**



Fonte: elaborazione SRM su Unwto, 2019

Il nostro Paese si conferma, quindi, un'importante meta per un turismo non solo di quantità ma anche di qualità. Nel 2019 si sono registrati infatti 131,4 milioni di turisti (-58% nel 2020) e 436,7 milioni di presenze (-52% nel 2020) con una permanenza media pari a 3,3 giorni e, guardando ai dati per tipologie di strutture interessate, si evidenzia come il 53% degli arrivi (e 48% delle presenze) è associabile a strutture di 4/5 stelle e lusso. Il contributo turistico straniero ha raggiunto il 49,5% per gli arrivi (era 49% nel 2013) ed il 50,5% per le presenze (era 49,4% al 2013), segnando quasi il "sorpasso" rispetto alla componente domestica.

Allo stesso tempo, l'offerta è ben strutturata, potendo contare (nel 2020) su 226.855 esercizi ricettivi e 5,2 milioni di posti letto. Gli alberghi rappresentano oltre il 14% del totale con 32.202 strutture e 2,2 milioni di posti letto.

Cultura e mare sono i due grandi "motori" del turismo italiano assorbendo oltre il 40% degli arrivi presso località di interesse storico-artistico e 18,4% presso località marine; tuttavia, vanno sottolineate le potenzialità e la forza moltiplicativa del valore associato ad un turismo pluritematico. Il **Valore aggiunto associato ad una presenza aggiuntiva è mediamente pari, per l'Italia, a 103,4 euro**, ma si osserva come esso sia più elevato per specifici tematismi: è, infatti, pari a 104,5 euro per il turismo sostenibile, a 105,4 euro per il culturale e si raggiungono i 119,6 euro per quello enogastronomico.

3. Le tendenze future: il turismo sostenibile tra ambiente e cultura

Il 2020 e gli eventi che lo hanno caratterizzato hanno rappresentato un punto di rottura rispetto alle dinamiche, ormai consolidate, di crescita del settore che si son registrate per molti anni. Si stima, infatti, che la ricchezza generata dal settore nel mondo, a causa della crisi pandemica, sia calata del -49,1% (-3,7% tot economia) e del -51% in Italia.

Ciononostante, già nel 2021 si è registrato un rinnovato desiderio di fare viaggi e vacanze con una ripresa, seppure parziale, di quanto perso. Ma la pandemia non ha inciso sul settore solo in termini quantitativi, spingendo al contempo per una trasformazione qualitativa, già in parte in essere, tesa alla riqualificazione e al rinnovamento delle strutture ricettive, alla digitalizzazione dell'offerta turistica e alla massima attenzione alla «sostenibilità ambientale».

L'attenzione, presente già da molti anni, per un turismo in grado di contemperare le esigenze di sviluppo con la preservazione delle risorse naturali ha oggi raggiunto il suo massimo puntando i riflettori sull'importanza delle risorse naturali per lo sviluppo socio-economico, da considerare come stock di ricchezza da conservare per le future generazioni.

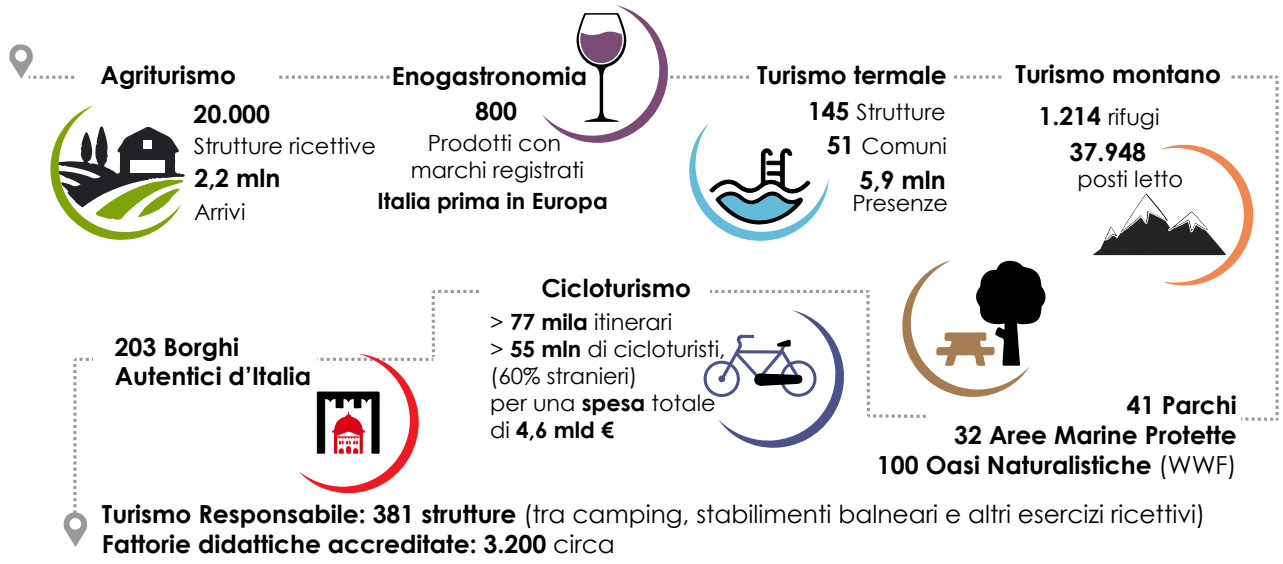
Particolarmente importante per le nuove dinamiche è, quindi, la sostenibilità del turismo con **cultura e ambiente** al centro del nuovo paradigma quali espressioni di uno stesso fenomeno e di una medesima attenzione per uno sviluppo più duraturo e attento al mondo in cui viviamo.

3.1. Ambiente: le potenzialità turistiche dell'Italia e del Mezzogiorno

L'Italia ha già tutti i requisiti per conservare la propria leadership nell'ambito delle nuove tendenze verso la sostenibilità, non solo per i numerosi tematismi su cui può contare ma anche per le pratiche e le modalità di produzione e fruizione dei servizi turistici attuate.

Guardando, infatti, ai singoli comparti, e con attenzione al tema della sostenibilità, è possibile vedere come l'Italia possa contare su numerose attrattività legate ad un ricco patrimonio di strutture e caratteristiche strettamente connesse all'attenzione per l'ambiente: 20.000 strutture agrituristiche (che già fanno registrare 2,2 milioni di arrivi), 800 prodotti enogastronomici a marchio registrato (l'Italia è, in merito, prima in Europa), 145 strutture termali che interessano 51 Comuni italiani e fanno già contare 5,9 milioni di presenza, 1.214 rifugi montani per quasi 38mila posti letto; 41 Parchi, 32 Aree Marine Protette e 100 Oasi Naturalistiche (WWF), 77mila itinerari cicloturistici con 55 milioni di turisti già interessati (60% stranieri) per una spesa di 4,6 milioni di euro, 203 Borghi Autentici, 381 strutture di turismo responsabile (tra camping, stabilimenti balneari e altri esercizi ricettivi e 3.200 fattorie didattiche accreditate.

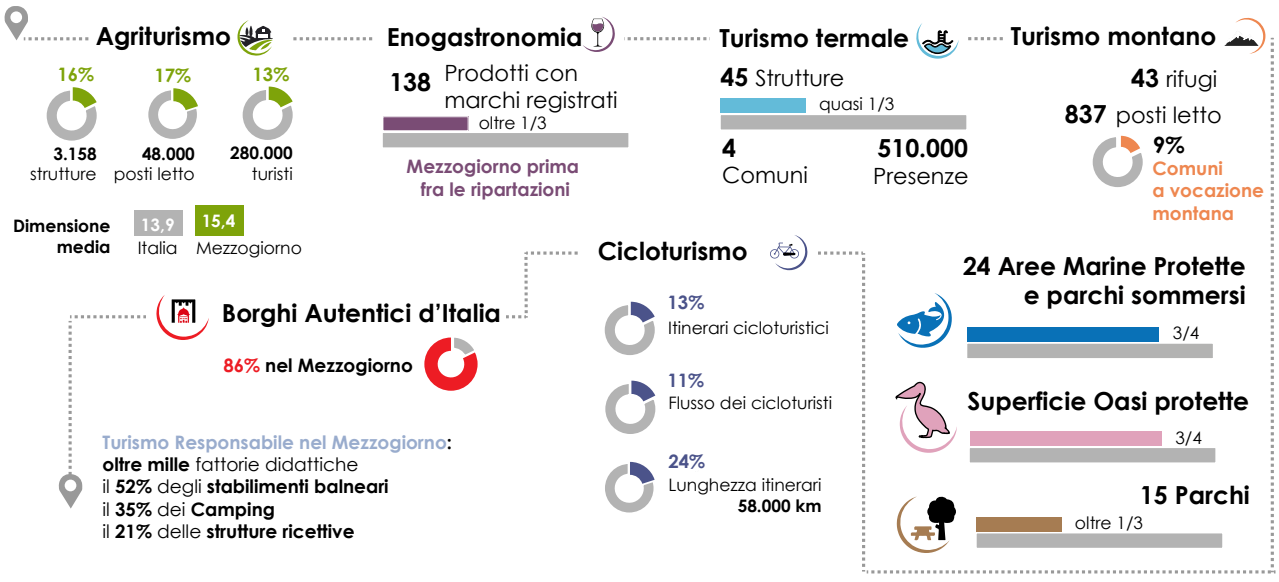
Figura 2. **Ambiente: potenzialità turistica dell'Italia**



Fonte: elaborazione SRM su fonti varie

In tale contesto, **il Mezzogiorno partecipa attivamente** con il 16% degli agriturismi nazionali, oltre 1/3 dei prodotti a marchio, quasi 1/3 delle strutture termali, 43 rifugi montani, 24 Aree Marine Protette e parchi sommersi (i ¾ dell'Italia), il 13% degli itinerari cicloturistici, l'86% dei Borghi Autentici d'Italia, oltre 1.000 fattorie didattiche e una buona parte delle strutture di turismo responsabile (52% degli stabilimenti balneari, 35% dei camping e 21% delle strutture ricettive).

Figura 3. **Ambiente: potenzialità turistica del Mezzogiorno**



Fonte: elaborazione SRM su fonti varie

Sostenibilità, ambiente e cultura rappresentano, quindi, un triangolo vincente per un turismo orientato al futuro.

3.2. Cultura: le potenzialità turistiche dell'Italia e del Mezzogiorno

Come per il turismo, l'Italia ha un ruolo rilevante, in ambito internazionale, per quanto riguarda il patrimonio culturale disponibile: non solo è **prima per siti culturali UNESCO nel mondo** (53 siti) ma è anche **seconda nella classifica europea (dopo la Germania) per numerosità di siti culturali ed archeologici (4.976) e per visitatori (110,6 mln).**

Data tale disponibilità di risorse su cui contare, è rilevante l'attrattività dell'offerta culturale del nostro Paese: si calcola che circa 1 turista internazionale su 2 scelga l'Italia per la sua offerta culturale con percentuali ancora più alte per i viaggiatori più giovani e per coloro che visitano il Paese per la prima volta. La probabilità di scelta del tipo di vacanza dei viaggiatori stranieri in Italia è, infatti, del 50,7% per il culturale (contro il 23,3% del balneare) e raggiunge il 62% se si guarda alla sola fascia d'età 15-34 anni e il 70% se si fa riferimento ai soli turisti che visitano l'Italia per la prima volta.

Probabilità di scelta del tipo di vacanza dei viaggiatori stranieri in Italia (%)

Grafico 3. Per Tematismi

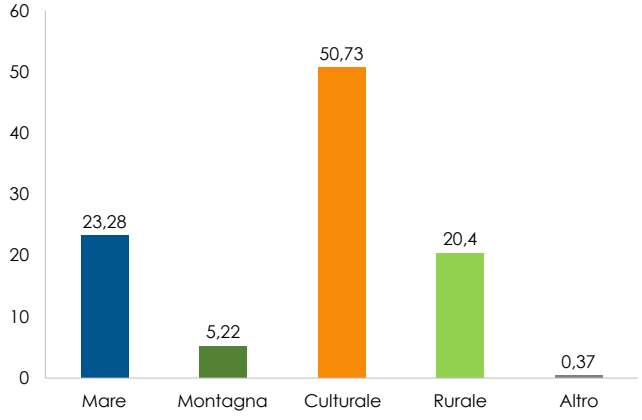
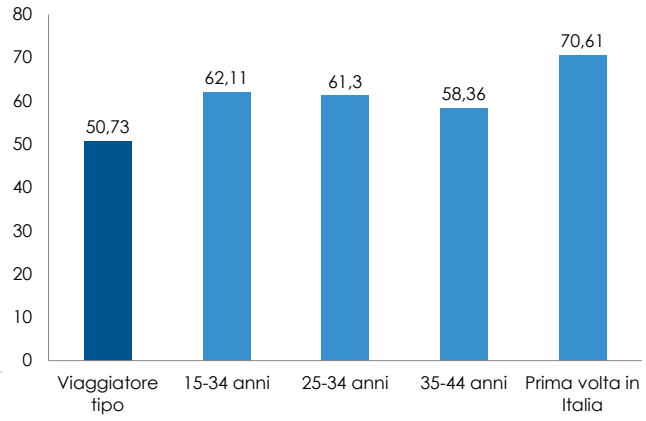


Grafico 4. Culturale per fascia di età



Fonte: elaborazioni su Banca d'Italia (2019). *Gli stranieri in vacanza in Italia: prodotti turistici, destinazioni e caratteristiche dei viaggiatori*

Conseguentemente, rilevante è il valore economico e occupazionale generato dal comparto del patrimonio storico e artistico attestandosi, per il Paese nel suo insieme, a 2,9 miliardi di euro di VA (circa il 3% del totale Sistema Produttivo Culturale e Creativo) e 51 mila occupati (3,3% del totale).

Guardando al **Mezzogiorno, emerge un'offerta turistico-culturale particolarmente ricca di aree museali e siti a carattere archeologico, ma debole in riferimento alla domanda.** Alle regioni del Sud, infatti, è ascrivibile il 26,7% degli istituti culturali nazionali ed il 41,6% di quelli archeologici; mentre la domanda raggiunge il 20% dei visitatori nazionali. Si stima, in ogni caso, un VA prodotto dal patrimonio culturale di oltre 390 mln euro (circa il 13,5% del totale Italia).

Alla base di ciò, vi è il fatto che, per le **regioni del Sud, continua a prevalere nella scelta del turista la motivazione balneare** (il Mare assorbe il 41,2% della domanda dell'area) a discapito di un patrimonio culturale altrettanto ricco. Per cogliere il gap con il resto del territorio, basti pensare che la motivazione culturale nella scelta del turista che visita il Sud Italia rappresenta il 15,7% degli arrivi, mentre per il Paese è del 35,4%. Nello specifico, la domanda turistica presso le città di interesse storico e culturale meridionali è di 3,4 milioni di arrivi e 8,3 milioni presenze, l'8% del dato nazionale. A differenza dell'Italia, nel Mezzogiorno prevale poi la componente domestica che esprime l'8,8% degli arrivi totali dell'area, mentre quella straniera quasi il 7%.

Offerta e domanda culturale meridionale

Grafico 5. **Numero di Istituti culturali Ripartizione % per aree geografiche**

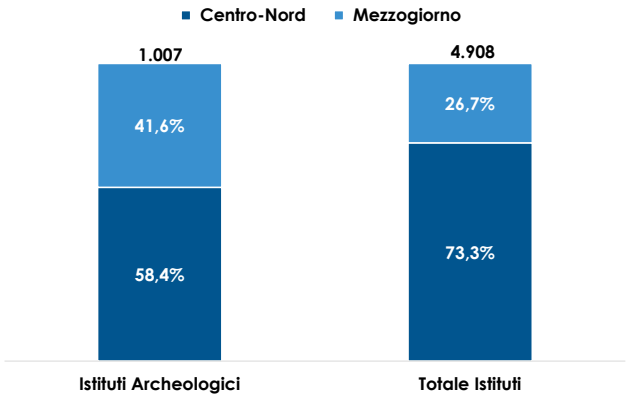
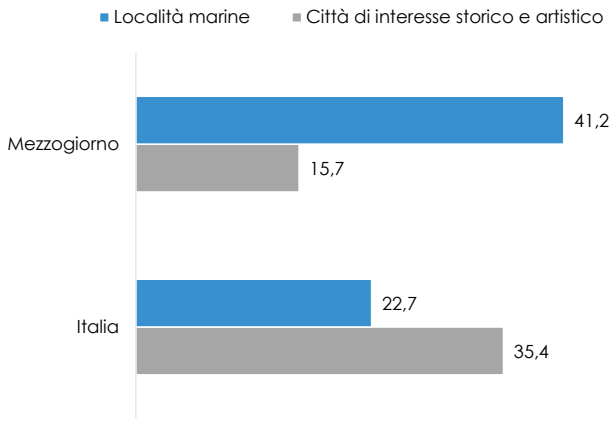


Grafico 6. **Peso degli arrivi turistici nelle località culturali e marine (%)**



Fonte: elaborazioni su ISTAT

Date tali caratteristiche, è proprio dal rapporto mare-cultura che si può partire per far emergere al meglio le potenzialità dell'area; le sinergie che possono nascere tra questi due tematismi, e le relative ricadute, lo rendono un binomio centrale per lo sviluppo turistico del territorio.

Cultura e mare rappresentano, quindi, due pilastri importanti su cui costruire una nuova offerta integrata e il turismo subacqueo ne rappresenta una prima espressione comune.

4. Turismo subacqueo archeologico

Il desiderio di esperienze autentiche è il risultato di un graduale cambiamento della motivazione a viaggiare, dalla necessità di "fuggire dalla routine quotidiana" al desiderio di "sperimentare e imparare" nella destinazione prescelta. Il turismo culturale, come forma prominente fortemente intrecciata con l'esperienza del visitatore, sembra guadagnare terreno nel concetto di "economia dell'esperienza".

In tale contesto, il turismo subacqueo può sicuramente rappresentare una fonte di esperienze uniche, non solo per gli appassionati del settore ma anche per chi si voglia approcciare per la prima volta o occasionalmente al tema.

Basti pensare alla quantità di "siti" sommersi presenti per cogliere le opportunità di vantaggi che si potrebbero avere. A livello mondiale si registrano, infatti, oltre 202 mila relitti, dei quali 15.641 naufragi noti e sconosciuti nel Mediterraneo e 2.854 in Grecia.

In Italia, invece, su una mappatura del 50% dei fondali italiani, sono stati censiti oltre 1.300 tra siti e relitti sommersi; ciononostante va sottolineata la mancanza di un sistema integrato e riconosciuto dell'offerta che possa spingere uno sviluppo armonico del settore.

Tabella 1. Risultati delle indagini realizzate nell'ambito del Progetto Archeomar

	Regioni	Numero di siti inseriti nel sistema informativo
Archeomar 1 (2004-2006)	Campania, Puglia, Basilicata e Calabria	513
Archeomar 2 (2009-2011)	Lazio e Toscana	790 (di cui 191 relitti)

Fonte: elaborazioni su Recchia A.P. (2008), *Il Progetto "Archeomar"*; MIBACT (2012), *XV Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico*

L'offerta, quindi, è ampia e diffusa, ma poco strutturata ed integrata. Si aggiunge, inoltre, il classico dilemma/opportunità del turismo culturale e archeologico: bisogna preservare il patrimonio esistente e, al tempo stesso, valorizzarlo attraverso la fruizione.

L'UNESCO si occupa in modo specifico della salvaguardia del patrimonio culturale sommerso e dello sviluppo culturale e scientifico finalizzato alla conservazione del patrimonio, attraverso una rete di Istituti scientifici e dipartimenti specializzati, impegnati sul

tema presso università di tutto il mondo (UNESCO University Twinning Network - UNITWIN on Underwater Archaeology).

Come sottolineato dalla *Convenzione sulla protezione del patrimonio culturale subacqueo* (Unesco, 2021), «per preservare il patrimonio culturale subacqueo, la conservazione in situ deve essere considerata come l'opzione prioritaria», ma al tempo stesso «è promosso l'accesso del pubblico al patrimonio culturale subacqueo in situ, salvo che tale accesso sia incompatibile con la protezione e la gestione».

Se quindi, sotto il primo aspetto, emerge il ruolo dei Centri Studi, delle Associazioni, dei Pescatori, Subacquei e comunità locale, per la tutela del patrimonio, dall'altro va sottolineato il ruolo della Tecnologia e della ricerca scientifica che garantisce una migliore fruizione del servizio. Il turismo subacqueo è una pratica non solo naturalistica ma anche tecnologica perché necessita di una serie di apparecchiature, di conoscenze, e implica un rapporto con l'ambiente che è sempre mediato dalla tecnica.

Le ultime sfide del turismo subacqueo tendono a rendere ancora più forte la pratica di immersione in parchi archeologici e aree naturali con la tecnologia, e progettare tour in realtà aumentata che i sub possono seguire direttamente nei siti sommersi, ma anche progettare tour subacquei in realtà aumentata restando sulla terra. In questo modo si garantirebbe l'accesso virtuale anche a coloro che non possono immergersi.

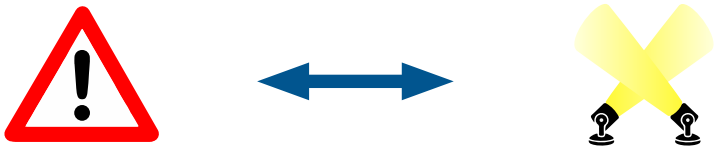
Ai fini della valorizzazione non va tralasciato il ruolo della connettività, che ha una triplice valenza:

- **migliorare l'accessibilità al sito**. Fornire l'insieme di servizi e strutture in grado di permettere ai turisti la fruizione della vacanza e del tempo libero senza ostacoli e difficoltà. Assicurare l'accessibilità della ricettività, del trasporto e della mobilità, della ristorazione e del tempo libero si traduce nella necessità di creare un collegamento tra i vari servizi in modo da renderli realmente utilizzabili.

- **integrare l'esperienza con altri tematismi locali.** Sviluppare, in una logica sistemica, i possibili legami tra le varie destinazioni turistiche presenti sul territorio. Lo sviluppo di sinergie tra i vari tematismi (culturale, balneare, enogastronomico) richiede adeguate politiche di marketing territoriale e di Destination Management. In tal modo è possibile favorire un allungamento ed allargamento della stagione: più mesi e più destinazioni per una crescita quantitativa e qualitativa delle presenze turistiche.

- **favorire la connessione con altri luoghi**. Il collegamento tra i vari siti archeologici sommersi può offrire al viaggiatore un'esperienza inedita nel segno dell'archeologia. Va in questa direzione la certificazione dell'Itinerario Culturale Europeo, "Mediterranean Underwater Cultural Heritage", proposta dalla XXIII Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico (BMTA) che coinvolgerà Calabria, Campania, Puglia, Sicilia, Grecia, Egitto, Israele e Turchia.

Figura 4. **Gli elementi per un'offerta subacquea archeologica strutturata ed integrata**



Preservazione	Valorizzazione
Safety per la tutela, la conservazione, la manutenzione dell'heritage.	Ruolo della Tecnologia e ricerca scientifica per la fruizione del servizio. Essa può garantire l'accesso virtuale anche a coloro che non possono immergersi.
Ruolo dei Centri Studi, delle Associazioni, pescatori, subacquei e comunità locale, tutti formati ed impegnati nella tutela del patrimonio.	Ruolo della connettività per favorire: • L'accessibilità al sito. • L'offerta integrata con altri tematismi. • La connessione con altri siti analoghi.

Fonte: SRM

Il numero dei subacquei aumenta in modo esponenziale: circa quattro volte quello del turismo mondiale (16% contro 4%) ed in Italia anche il doppio. Il potenziale di domanda è importante, con un impatto socio-economico sul territorio considerevole.

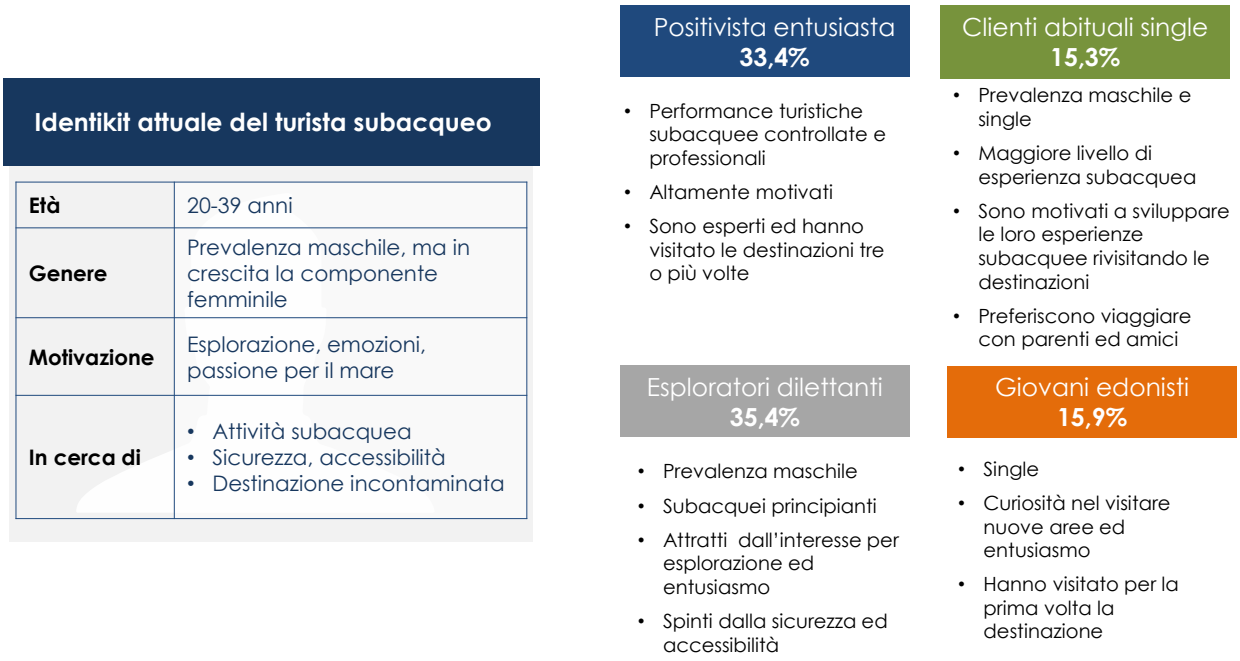
Prima di tutto è importante conoscere le caratteristiche della domanda. Le immersioni subacquee sono un'attività sempre più popolare nelle destinazioni turistiche di tutto il mondo, offrendo ai turisti un'esperienza più attiva durante le loro vacanze. Sono circa **30 milioni i subacquei certificati** a livello mondiale e **circa 6 milioni** quelli che si sono tuffati almeno una volta senza certificazione.

Provando a tracciare un identikit del turista subacqueo, emerge essenzialmente la prevalenza di persone appartenenti alla fascia di età 20-39 anni, per lo più di sesso maschile. Tra le motivazioni di spinta c'è l'esplorazione e l'eccitazione, lo sviluppo personale, la socializzazione e la sfida. Le motivazioni di attrazione sono, invece, le offerte di turismo e immersioni, la sicurezza e l'accessibilità, una destinazione subacquea incontaminata.

Questi sono i risultati di un'indagine[1] realizzata sui turisti in vacanza che hanno partecipato a immersioni subacquee a Kemer, Antalya-Turchia. L'analisi dei cluster ha rivelato quattro gruppi che avevano varie motivazioni per partecipare alle immersioni subacquee, vale a dire positivisti entusiasti (33,4% del campione), edonisti giovanili (15,9%), esploratori dilettanti (35,4%) e single abituali (15,3%).

1 *Mass tourism underwater: a segmentation approach to motivations of scuba diving holiday tourists*, Tahir Albayrak, Meltem Caber, Carl Cater. Novembre 2019.

Figura 5. **Identikit del turista subacqueo**



Fonte: SRM su Mass tourism underwater: a segmentation approach to motivations of scuba diving holiday tourists, Tahir Albayrak, Meltem Caber, Carl Cater. Novembre 2019

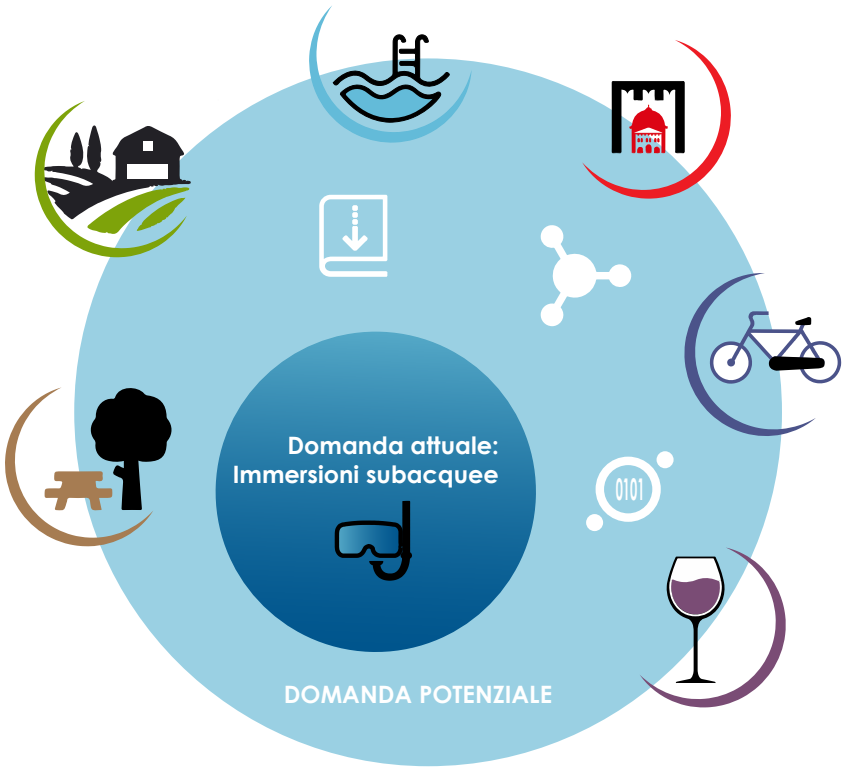
La quota ascrivibile alle immersioni archeologiche potrebbe riguardare una fetta rilevante del campione, circa i ¾. La domanda mondiale si può stimare di circa 22 mln di immersioni archeologiche, mentre in Italia si stimano circa 250 mila presenze che generano 25 milioni di euro di VA.

La domanda turistica subacquea si sta ampliando sempre più, grazie anche ad una **crescita costante della componente femminile.** Oltre al genere, si **allarga la fascia di età**, e da individuale diventa **esperienza collettiva** che vede la partecipazione estesa anche ad altri componenti familiari. Ci sono, quindi, i presupposti affinché il turismo archeologico subacqueo diventi sempre più diffuso, ampio e familiare. Aumenta, pertanto la richiesta di destinazioni sicure ed accessibili.

Ma questi numeri sono solo una base con una domanda che si può «facilmente» moltiplicare: ampliando l'offerta attraverso la tecnologia e la connettività si può stimolare una fetta di turisti agendo sulla motivazione esperienziale e culturale.

È possibile, quindi, guardare ad un doppio orizzonte: da un lato c'è l'attuale *core business*, rappresentato da chi già pratica immersioni a vario titolo, e dall'altro c'è un *core business* allargato, che abbraccia anche tutte le persone potenzialmente interessate perché attratte dalla nuova esperienza e dalle emozioni collegate. Quest'ultimo è sicuramente più ampio del primo e rappresenta la domanda potenziale da intercettare, il mercato di riferimento su cui puntare.

Figura 6. **Potenziale di domanda intercettabile attraverso un'offerta strutturata ed integrata**



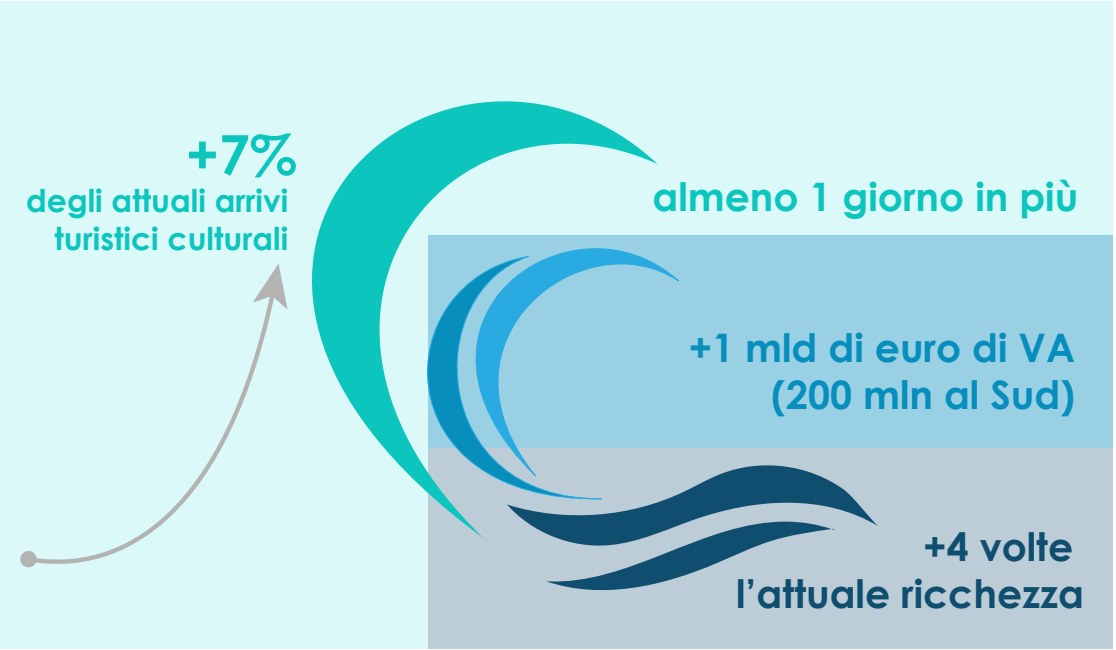
Fonte: SRM

Si configura, di conseguenza, uno scenario non solo vasto e articolato, ma anche rilevante in termini di impatto generabile.

Attraverso la valutazione del rapporto tra turismo culturale, balneare ed ambientale, è stato stimato, per il turismo subacqueo archeologico, un moltiplicatore di 100,4 euro di valore aggiunto per ogni presenza aggiuntiva sul territorio.

Dalle nostre proiezioni emerge che se si riuscisse a stimolare appena il 7% degli attuali arrivi turistici culturali del Paese, che soggiornerebbero almeno un giorno in più per vivere questa esperienza culturale, si genererebbe sul territorio 1 mld di euro aggiuntivi di VA, ben 4 volte la ricchezza attuale. Di questi, circa **200 milioni sarebbero nel Mezzogiorno.** Questo scenario è plausibile tenendo conto **sia della capacità moltiplicativa del turismo subacqueo archeologico sia dell'attivazione di un possibile circuito di offerta strutturato** tra i siti ed **integrazione con le destinazioni** (culturali e balneari) nei territori di prossimità.

Figura 7. **Impatto economico della valorizzazione turistica dell'offerta archeologica sommersa sul territorio**



Fonte: SRM

Il successo del turismo subacqueo è, quindi, legato alla capacità di saper farlo interagire con le altre destinazioni, con gli altri tematismi. L'integrazione dell'offerta, anche grazie ad uno sviluppo delle connessioni e dell'accessibilità, può garantire a questo segmento di diventare un'ulteriore area di destinazione, implementando l'offerta dell'area e quindi creando valore non solo per sé stesso ma per tutto il territorio di riferimento.

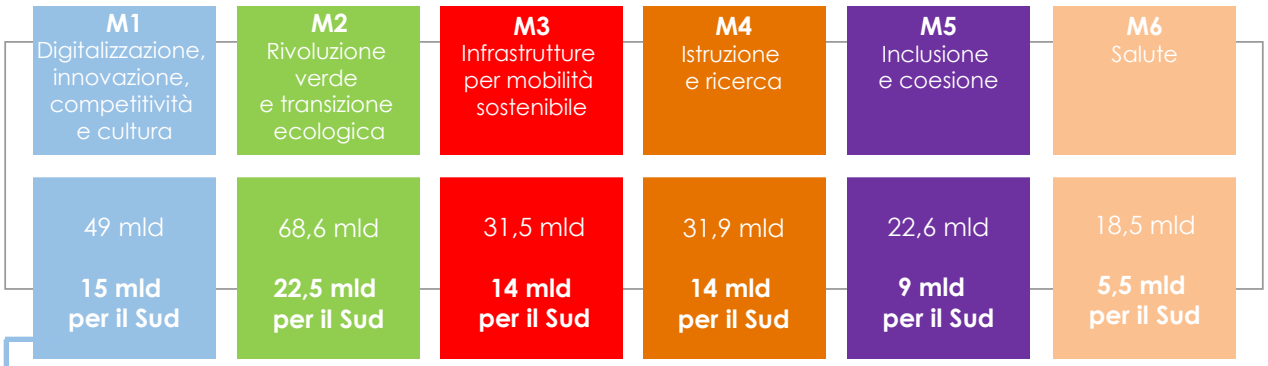
5. PNRR: risorse e progetti per lo sviluppo turistico

Nell'ambito delle azioni per far ripartire l'Italia previste dal PNRR, una particolare attenzione è dedicata a «**turismo e cultura**», due settori che si distinguono "sia per il loro ruolo identitario, sia per l'immagine e il brand del Paese a livello internazionale, nonché per il peso che hanno nel sistema economico". Ad essi sono dedicati **6,68 miliardi di euro** (otre il 2,5% del Piano). Si stima che circa il **36% (2,4 mld) sarà destinato alle regioni del Mezzogiorno**.

Centrale è l'intervento dedicato al **«Turismo 4.0» che, con 2,4 mld** di euro a disposizione per il Paese, ha l'obiettivo di innalzare la capacità competitiva delle imprese e, allo stesso tempo, promuovere un'offerta turistica basata su sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi.

Indirettamente connessi sono anche gli interventi indirizzati all'innovazione e alla sostenibilità, per gli effetti che possono avere sul settore turistico. Inoltre, alle risorse del PNRR andranno aggiunte quelle dei Fondi strutturali 2021/27 che, nel loro complesso, prevedono per il Mezzogiorno 54 mln euro.

Figura 8. **PNRR: le risorse per il Mezzogiorno e per il settore "Turismo e Cultura" (M1C3)**



Ambito di intervento M1C3 "Turismo e Cultura"	Mld euro
1 - Patrimonio culturale per la prossima generazione	1,1
2 - Rigenerazione dei piccoli siti culturali, patrimonio culturale religioso e rurale	2,72
3 - Industria Culturale e Creativa 4.0	0,46
4 - Turismo 4.0	2,4
di cui:	
• Hub del turismo digitale	0,1
• Fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche	1,8
• Caput Mundi-Next Generation EU per grandi eventi turistici	0,5
Totale risorse M1C3	6,68
Totale risorse M1C3 stimate per il Mezzogiorno	2,4

Fonte: SRM su PNRR 2021

6. Alcune considerazioni conclusive: le parole chiave del turismo subacqueo archeologico

Unicità

Mare, Ambiente, Cultura, Identità, Accoglienza sono i punti di forza che rendono "potenzialmente" il Paese quasi unico nel panorama competitivo internazionale. Dare valore e significato all'unicità della destinazione italiana e meridionale deve essere il motore di ogni azione programmatica ed operativa. **L'Esperienza, la motivazione e sostenibilità sono l'anima ed il cuore del nuovo turismo.**

Connessione

Collaborare per competere, **fare sistema** rappresenta il *leitmotiv* della stragrande maggioranza degli operatori. In tale contesto la *governance* pubblica deve avere una funzione pro-attiva nel favorire la connessione tra gli operatori ed al contempo deve essere essa stessa parte della connessione.

Preparazione/formazione/competenza

Non è possibile vincere la sfida se gli operatori (pubblici e privati) e le risorse umane non raggiungono la necessaria "professionalità". Le nuove generazioni di clienti (domanda turistica che cambia profondamente) e le nuove generazioni di imprenditori turistici e manager locali (offerta che si evolve) possono essere una delle chiavi di successo del turismo italiano nel prossimo futuro.

Informazione

C'è la necessità di **mappare l'offerta disponibile** e di **definire un percorso di messa in rete** delle disponibilità e delle potenzialità dei territori. La corretta programmazione turistica necessita di informazioni dettagliate e tempestive che, ad esempio, un Osservatorio pubblico-privato potrebbe fornire agli imprenditori ed a tutti gli operatori interessati.

Turismo 4.0

Le risorse ci sono! **Innanzitutto, il PNRR riserva una particolare attenzione a «turismo e cultura»**. Centrale è l'intervento dedicato al «**Turismo 4.0**» che, con **2,4 mld** € a disposizione per il Paese, ha **l'obiettivo di innalzare la capacità competitiva delle imprese** e, allo stesso tempo, **promuovere un'offerta turistica basata su sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi**.

Da **Intesa Sanpaolo un miliardo per il turismo sostenibile** per affiancare le imprese del settore nel cogliere le sfide e le opportunità del cambiamento.

Via Toledo, 177 | 80134 Napoli, Italia
Tel. +39 081 7913758-61 - comunicazione@sr-m.it
www.sr-m.it

Centro Studi con sede a Napoli, collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo, nato come presidio intellettuale e scientifico, ha come obiettivo il miglioramento della conoscenza del territorio sotto il profilo infrastrutturale, produttivo e sociale in una visione europea e mediterranea. Specializzato nell'analisi delle dinamiche regionali, con particolare attenzione al Mezzogiorno, ha dato vita a due osservatori permanenti che monitorano i Trasporti marittimi, la Logistica e l'Energia. Oltre al Dossier UE, SRM cura e pubblica la Rivista Rassegna Economica e i Quaderni di Economia Sociale. L'apporto tecnico di SRM è a disposizione di quanti - istituzioni, forze imprenditoriali, società civile - riconoscono nella diffusione della cultura e della conoscenza del sistema socio-economico i presupposti per il reale progresso del Paese.

Presidente: Paolo Scudieri

Direttore Generale: Massimo Deandreis

Consiglio Direttivo: Fulvio Bersanetti, Gregorio De Felice, Claudio De Vincenti, Elena Flor, Stefano Lucchini, Giuseppe Nargi, Anna Roscio

SRM si avvale di un Comitato Scientifico composto da docenti universitari ed esperti in materia. La composizione del Comitato Scientifico è pubblicata sul sito **sr-m.it**

Collegio dei Revisori: Piero Luongo (presidente), Giovanni Maria Dal Negro, Concetta Lo Porto

Organismo di Vigilanza (art.6 D.Lgs. 231/01): Gian Maria Dal Negro

Comitato Etico (art.6 D.Lgs. 231/01): Concetta Lo Porto

AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE QUALITÀ CERTIFICATO DA DNV GL = ISO 9001 =

SRM adotta un Sistema di Gestione per la Qualità in conformità alle Normative UNI EN ISO 9001 in Progettazione e realizzazione di studi, ricerche convegni e seminari in ambito economico/finanziario del Mezzogiorno, del Mediterraneo e Maritime; sviluppo editoriale e gestione della produzione di periodici in ambito economico/finanziario del Mezzogiorno, del Mediterraneo e Maritime.

Soci Fondatori e Ordinari

INTESA SANPAOLO

Fondazione Compagnia di San Paolo

ALEXBANK

INTESA SANPAOLO FORVALUE

INTESA SANPAOLO INNOVATION CENTER

sr-m.it

srm