

Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità.

Turismo archeologico subacqueo:
caratteristiche della domanda,
struttura dell'offerta e leve di crescita



SRM

Via Toledo 177 | 80134 Napoli
comunicazione@sr-m.it | **sr-m.it**

Il team di ricerca

Direttore

Massimo DEANDREIS

Autori

Salvio CAPASSO (Coordinatore)

Agnese CASOLARO, Autilia COZZOLINO

Contributi esterni

Cristina CANORO, Alessandro SELLITTO

Si ringrazia per lo stimolo e l'opportunità offerta alla realizzazione della ricerca sul turismo archeologico subacqueo il **Segretariato Generale e la Direzione Generale della Promozione, Investimenti e Innovazione per il Turismo** del **Ministero del Turismo** e la **BMTA Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico marchio registrato della Leader srl**.

Concept e grafica

Raffaella Quaglietta

ISBN. 978-88-6906-501-9

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. 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 ottobre 2025.

Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità. Vol. 6

Turismo archeologico subacqueo

caratteristiche della domanda, struttura dell'offerta
e leve di crescita

Ottobre 2025

Indice

Introduzione	5
1. Lo scenario turistico dell'Italia nel contesto internazionale	
.1 Numeri e tendenze: solidità della domanda e prospettive positive. Ripartenza compiuta per il turismo globale	6
.2 Le regioni europee a confronto. L'Italia conferma il primato nella competitività turistica tra i Paesi UE4	7
.3 La cultura come fattore di attrazione turistica	8
.4 Come accrescere ulteriormente la competitività dell'Italia? Interazione equilibrata tra comunità ospitante, aziende e turisti. Diversificazione, destagionalizzazione e delocalizzazione	11
.5 Il turismo subacqueo archeologico: un modello sostenibile, digitale e inclusivo per il futuro dell'Italia	12
2. Il patrimonio sommerso come leva di sviluppo sostenibile	
.1 Il patrimonio sommerso italiano	14
.2 L'attività subacquea a scopo ricreativo: prospettive di sviluppo per il turismo culturale e ambientale in Italia	15
.3 Il quadro di riferimento	17
.4 Il turismo archeologico subacqueo: criticità, sfide ed opportunità	18
.5 Il profilo dei visitatori nel turismo subacqueo europeo	22
3. La vision degli operatori di diving: i risultati di una survey	
.1 Il campione di imprese intervistate	24
.2 Il sistema d'offerta territoriale	26
.3 Il mercato di riferimento	26
.4 L'offerta disponibile	28
.5 Alcune riflessioni conclusive	28
4. Considerazioni conclusive	
.1 Verso un "sistema del mare" come piattaforma competitiva	29
.2 Risorse e strumenti a disposizione del settore	30
.3 Moltiplicatore ed impatto economico	31
Riferimenti bibliografici	32
Note Autori	34

Introduzione

Il turismo rappresenta oggi uno dei motori più dinamici dell'economia mondiale e una leva strategica per la crescita sostenibile dei territori. Negli ultimi anni, il settore ha dimostrato una notevole capacità di resilienza, riuscendo a riprendersi dopo la crisi pandemica e a ridefinire le proprie priorità attorno a sostenibilità, innovazione e inclusione. In tale contesto, l'Italia - grazie alla ricchezza del suo patrimonio culturale, paesaggistico e ambientale - continua a confermarsi tra le destinazioni più attrattive al mondo, posizionandosi ai vertici per competitività turistica nell'area europea.

Parallelamente, emerge con sempre maggiore forza l'esigenza di orientare lo sviluppo turistico verso modelli di fruizione responsabile, capaci di integrare tutela del patrimonio, innovazione tecnologica e partecipazione delle comunità locali. È in questa prospettiva che si inserisce il turismo archeologico subacqueo, una forma di turismo culturale e ambientale che unisce la valorizzazione dei beni sommersi alla promozione di esperienze autentiche e sostenibili.

Il patrimonio archeologico subacqueo italiano - tra relitti, città sommerse, porti romani e siti palafitticoli - costituisce una risorsa straordinaria e ancora in parte inesplorata. La sua valorizzazione non solo contribuisce alla tutela di un'eredità culturale di valore universale, ma offre anche nuove opportunità di sviluppo per le economie costiere, in linea con le direttrici di diversificazione e destagionalizzazione dell'offerta turistica nazionale.

L'approccio proposto in questo studio analizza il turismo archeologico subacqueo come modello integrato e innovativo, in grado di coniugare sostenibilità ambientale, digitalizzazione e inclusione sociale. Attraverso l'analisi di dati, casi studio e testimonianze di operatori del settore, il rapporto intende evidenziare le potenzialità e le criticità di questo comparto, ponendo al centro la necessità di un sistema coordinato tra istituzioni, imprese e comunità.

L'obiettivo è delineare una visione strategica in cui il mare diventi una piattaforma competitiva e culturale: un luogo in cui ricerca, turismo e innovazione si incontrano per generare valore condiviso. In questa direzione, il turismo archeologico subacqueo non rappresenta soltanto una nicchia di mercato, ma anche un vero e proprio laboratorio di turismo del futuro, sostenibile, digitale e inclusivo.

1. Lo scenario turistico dell'Italia nel contesto internazionale

1.1 Numeri e tendenze: solidità della domanda e prospettive positive. Ripartenza compiuta per il turismo globale

Nel 2024 il turismo internazionale ha registrato una crescita significativa, con un aumento della domanda pari al 12,2% e 1.470 milioni di arrivi complessivi (World Tourism Barometer, settembre 2025, UN Tourism). Questo risultato ha consentito al settore di tornare ai livelli del 2019, con un recupero del 100% degli arrivi (+0,2%). La ripresa è stata sostenuta dalla forte domanda post-pandemica, dalla solidità dei principali mercati di origine e dalla progressiva riapertura delle destinazioni asiatiche e del Pacifico.

Anche il 2025 prosegue su questa traiettoria positiva: nonostante le crescenti tensioni geopolitiche e commerciali, gli arrivi turistici internazionali sono aumentati del 5% nel primo semestre rispetto allo stesso periodo del 2024, segnando un +4% rispetto al 2019. Tra gennaio e giugno 2025, quasi 690 milioni di turisti hanno viaggiato a livello internazionale, circa 33 milioni in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

L'Italia si conferma tra le mete più ambite a livello mondiale, con 73,95 milioni di arrivi internazionali, che le valgono il terzo posto nella classifica globale delle destinazioni turistiche, dietro a Francia e Spagna ma davanti agli Stati Uniti.

Considerando i principali Paesi competitor - Francia, Germania e Spagna - e includendo sia i flussi domestici che internazionali, l'Italia occupa la quarta posizione, con quasi 140 milioni di arrivi (prima è la Germania con circa 185 milioni). Tuttavia, risale al secondo posto per numero di presenze, con oltre 466 milioni di pernottamenti, dietro solo alla Spagna (oltre 506 milioni).

Nel complesso, nel 2024 l'Italia ha superato i livelli pre-pandemici del 6,7%, posizionandosi subito dietro la Spagna (+7,8%) ma davanti a Francia e Germania (entrambe intorno a +1%). Si conferma così la resilienza e l'attrattività del sistema turistico nazionale, capace di crescere in modo solido e costante anche in un contesto internazionale incerto.

Secondo lo scenario previsivo base di SRM per il 2025, la domanda turistica in Italia continuerà ad accelerare, raggiungendo quasi 477 milioni di presenze, pari a un +2,3% rispetto al 2024. Le presenze domestiche dovrebbero mantenersi stabili, restando leggermente al di sotto dei livelli del 2019 (-1,8%), mentre il turismo internazionale crescerà del 4,3% sul 2024 e del 20% sul 2019. Il contributo dei flussi esteri sarà, quindi, sempre più determinante per lo sviluppo del settore, con ricadute positive su fatturato e PIL. Tuttavia, non va trascurato il ruolo del turismo interno e di prossimità, che rappresenta una base solida e strategica nel lungo periodo, soprattutto quando i fattori di traino della domanda internazionale tendono ad attenuarsi.

Con questi risultati, il valore aggiunto turistico è stimato in 106,3 miliardi di euro, in crescita dell'1,5% rispetto all'anno precedente.

In un confronto territoriale, tutte le macroaree italiane mostrano un incremento delle presenze rispetto al 2024, confermando la tendenza positiva. Il Nord Est mantiene il primato per volume complessivo,

con 185 milioni di presenze, trainato da regioni ad alta vocazione turistica come Veneto, Trentino-Alto Adige ed Emilia-Romagna. Il Centro Italia registra il miglior recupero rispetto al 2019 (+114,1%), spinto dalle città d'arte e dalle mete culturali, in primis Roma. Il Nord Ovest, con un incremento del 2,44%, raggiunge il 109,7% dei livelli pre-pandemici.

Nel Mezzogiorno, storicamente più penalizzato, emergono segnali incoraggianti: si stimano 92,6 milioni di presenze nel 2025, con una crescita del 2,3% rispetto al 2024 e un superamento dei valori del 2019 pari al 106,9% (contro il 109,2% dell'Italia). Le presenze domestiche aumentano dello 0,3% (media nazionale 0,0%), raggiungendo il 99,6% dei livelli del 2019, mentre la domanda internazionale cresce del 5,1% (media nazionale +4,3%), toccando il 119% dei livelli del 2019.

Questa dinamica porta a un incremento del fatturato dell'1,7% rispetto al 2024, leggermente superiore alla media nazionale, arrivando a 27 miliardi di euro, con un contributo al PIL stimato in 23,9 miliardi di euro.

Il turismo mondiale continua, dunque, il suo percorso di espansione, tornando ai livelli del 2019 nonostante le persistenti tensioni geopolitiche e commerciali. L'Italia consolida la propria attrattività internazionale, ma deve continuare a valorizzare il turismo domestico, che rappresenta la componente più stabile del mercato. Il Mezzogiorno conferma la propria traiettoria di rilancio, a testimonianza dell'importanza di un sistema d'offerta turistica più integrato e strutturato, capace di valorizzare le risorse territoriali e attrarre flussi sia interni sia internazionali.

1.2 Le regioni europee a confronto. L'Italia conferma il primato nella competitività turistica tra i Paesi UE4

Da diversi anni SRM elabora un indicatore sintetico volto a misurare la competitività turistica delle 98 regioni dell'area UE4 - ovvero Germania (38 regioni), Francia (22), Spagna (17) e Italia (21) - attraverso l'**Indice di Competitività Turistica Regionale** (ICTR).

L'indice si basa su tre dimensioni fondamentali del fenomeno turistico, rappresentate da altrettanti indicatori parziali:

- l'**Indice di Performance Turistica Regionale** (IPTR), che misura la domanda turistica;
- l'**Indice di Struttura Turistica Regionale** (ISTR), relativo all'offerta in termini di strutture ricettive e personale;
- l'**Indice di Intensità Turistica Regionale** (ITR), che valuta il grado di intensità turistica sul territorio.

Dall'ultima elaborazione (anno 2025, riferita ai dati del 2023) emerge che 19 delle 21 regioni italiane (considerando separatamente le Province autonome di Trento e Bolzano) figurano tra le prime 50 posizioni della graduatoria, un risultato invariato rispetto al 2022 e il migliore tra i quattro Paesi analizzati. Le regioni presenti nella "top 50" sono, infatti, solo 12 per la Spagna, 11 per la Francia e 8 per la Germania, confermando la stabilità del quadro competitivo già osservato per l'anno precedente.

Le regioni italiane mostrano, dunque, un livello elevato di competitività turistica, occupando nove delle prime venti posizioni. Tale risultato è sostenuto da un'offerta ampia e diversificata, che combina mete artistico-culturali (come Veneto, Toscana, Lazio, Lombardia e Campania) con destinazioni montane (Province di Bolzano e Trento) e balneari (ad esempio Emilia-Romagna e Liguria).

Il valore medio regionale dell'ICTR conferma l'Italia al primo posto (123,4 punti), davanti a Spagna, Francia e Germania. Analizzando i tre sotto-indicatori, si osserva che le regioni italiane e spagnole ottengono valori medi più elevati negli indici di struttura (ISTR) e intensità (IITR) rispetto a quello di performance (IPTR). Rispetto all'anno precedente, l'Italia rafforza ulteriormente la propria competitività turistica, risultando l'unico Paese in crescita tra i quattro analizzati: l'indice passa, infatti, da 122,1 a 123,4 punti.

A livello di macroaree, l'incremento più significativo si osserva nel Centro Italia (+2,2 punti, fino a 134,9), seguito da Nord Est e Mezzogiorno (entrambi +1,1 punti, rispettivamente 150,6 e 97,9) e dal Nord Ovest (+0,7 punti, 128,6).

Guardando alle sole regioni del Mezzogiorno, la Campania si posiziona come prima, occupando il 20° posto tra le 98 regioni europee considerate, seguita da Puglia e Sardegna. In particolare, Campania e Puglia registrano un valore dell'ICTR superiore alla media nazionale.

Nel complesso, questi risultati descrivono un settore turistico in buona salute, ma evidenziano anche la necessità di politiche mirate per consolidarne la sostenibilità, nonché la produzione e distribuzione del valore lungo tutta la filiera.

1.3 La cultura come fattore di attrazione turistica

Il turismo culturale rappresenta una delle risorse più preziose per l'Italia, Paese che custodisce un patrimonio storico, artistico e paesaggistico unico al mondo. Musei, siti archeologici, borghi antichi, teatri, biblioteche e tradizioni locali costituiscono un tessuto culturale attira milioni di visitatori ogni anno.

Uno studio della Banca d'Italia (*Gli stranieri in vacanza in Italia: prodotti turistici, destinazioni e caratteristiche dei viaggiatori*, 2019), indica che, tra i turisti stranieri che visitano l'Italia, il turismo culturale è il tema principale scelto dal 50,7% dei viaggiatori.

Nel 2024 il turismo culturale ha inciso per il 42% sul totale delle presenze turistiche: ben 193,6 milioni di presenze delle quali 65 milioni nei comuni a diretta vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica¹ e 128 milioni in quelli a vocazione indiretta², vale a dire in località montane o marine a vocazione anche culturale. Se a questi valori aggiungiamo anche i 100 milioni delle presenze nelle grandi città che, come è noto, si caratterizzano per un turismo multidimensionale che include sicuramente anche il culturale, si arriva ad un peso complessivo del turismo culturale del 63%.

Il confronto con il 2023 evidenzia una crescita complessiva del 3,2%, trainata dalla componente internazionale (+7,6%) mentre quella domestica registra un lieve calo (-0,8%). Ritmi di crescita, quelli del culturale più lenti rispetto alla domanda turistica complessiva che invece nello stesso periodo è cresciuta del 4,2% (+8,4% presenze straniere e -0,4% presenze domestiche).

Nel Mezzogiorno la cultura incide ancora di più: rappresenta il 44% delle presenze complessive (dato

¹ Si includono sia i "Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica" che i "Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica e altre vocazioni"

² Si includono sia i "Comuni a vocazione marittima e con vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica" e sia i "Comuni a vocazione montana e con vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica".

Italia: 42%). Nel 2024 le presenze turistiche nell'area hanno superato i 40 milioni (il 21% dell'Italia), di cui quasi 3,6 milioni nei comuni a vocazione culturale diretta e 36,4 milioni in quelli a vocazione marittima o montana collegati al culturale. Considerando anche le grandi città, il peso del turismo culturale meridionale raggiunge il 53% (con la Campania che tocca addirittura il 67%, grazie al ruolo trainante di Napoli).

Analizzando la dinamica, nel 2024 le presenze culturali nel Mezzogiorno sono cresciute del +4,1%, un ritmo superiore alla media nazionale (+3,2%). Tuttavia, come segnalato per l'Italia, il dato resta inferiore alla crescita della domanda turistica complessiva dell'area (+5,1%), segno che il turismo culturale cresce ma meno velocemente del turismo totale. Rispetto alla provenienza, si evidenzia una componente straniera molto dinamica (+9,9%) ed una componente domestica in calo (-0,5%), penalizzando la crescita complessiva.

Il turismo culturale meridionale cresce, quindi, più della media italiana ma meno del turismo complessivo. È sostenuto dagli stranieri ma risente del calo dei flussi domestici. Questo sbilanciamento verso l'estero conferma l'importanza strategica di intercettare flussi internazionali, ma al tempo stesso mostra la necessità di rilanciare la domanda interna.

Presenze turistiche con dettaglio della componente culturale. Anno 2024

	Italia	Mezzogiorno
Presenze turistiche totali	294.141.735	48.195.887
Presenze turistiche in:		
Comuni a vocazione culturale diretta e indiretta (A)	193.603.631	40.029.288
<i>Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica</i>	<i>65.154.591</i>	<i>3.599.720</i>
<i>Comuni a vocazione marittima o montana collegati al culturale</i>	<i>128.449.040</i>	<i>36.429.568</i>
Peso % di A sulle presenze turistiche totali	42,0%	44,0%
Presenze nelle Grandi città (con turismo multidimensionale) (B)	100.538.104	8.166.599
Peso % di A+B sulle presenze turistiche totali	63%	53%

Tab. 1 | Fonte: elaborazioni SRM su dati Istat

Variazione delle presenze turistiche nel periodo 2023/2024

	Presenze turismo totale			Presenze in Comuni a vocazione culturale diretta e indiretta		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
Italia	-0,4%	8,4%	4,2%	-0,8%	7,6%	3,2%
Mezzogiorno	0,7%	12,1%	5,1%	-0,5%	9,9%	4,1%

Tab. 2 | Fonte: elaborazioni SRM su dati Istat

Livello di internazionalizzazione e permanenza media: un confronto della domanda culturale rispetto alla domanda turistica complessiva

Internazionalizzazione: % di presenze turistiche straniere sulle presenze totali			Giorni di permanenza media: presenze/arrivi	
	Turismo culturale	Turismo totale	Turismo culturale	Turismo totale
Italia	49,0%	54,5%	3,3	3,34
Mezzogiorno	47,1%	41,5%	3,3	3,55

Tab. 3 | Fonte: elaborazioni SRM su dati Istat

Anche il turismo culturale presenta nel 2025 interessanti segnali di crescita ma importanti e sempre più complesse sfide all’orizzonte. Le prime indicazioni dell’Istat disponibili relative al 2° trimestre 2025 evidenziano come le grandi città e le località a vocazione culturale registrino volumi di presenze sostanzialmente stabili, con una variazione positiva contenuta (+1%) rispetto allo stesso periodo del 2024, segnale di tenuta del turismo urbano e culturale³.

Anche per il Mezzogiorno si stima un trend stabile grazie al ruolo della componente straniera che continua a compulsare la domanda.

Ma al di là dei numeri, la cultura contribuisce anche a rafforzare l’identità nazionale e a trasmettere memoria e conoscenza alle nuove generazioni.

Il turismo culturale genera effetti positivi in termini di coesione sociale e sviluppo sostenibile: stimola la tutela del territorio, favorisce la rigenerazione urbana, sostiene l’artigianato e le produzioni tipiche, creando opportunità di crescita diffusa. Allo stesso tempo, promuove l’incontro tra culture diverse, rafforzando il dialogo e la comprensione reciproca.

Oltre ai numeri, conta la qualità dell’esperienza e la capacità di generare impatto economico reale e diffuso. Il moltiplicatore delle presenze⁴ mostra, infatti, che l’effetto sul Valore Aggiunto territoriale varia fortemente a seconda dei tematismi. In generale, una presenza aggiuntiva in un territorio nazionale genera 144,1 euro di valore aggiunto. Questo valore sale a 145 euro per ogni presenza turistica aggiuntiva di natura “culturale”, che diventa 151,7 euro se si abbina anche la motivazione enogastronomica. L’analisi regionale dei moltiplicatori conferma, peraltro, che le destinazioni territoriali che offrono più opportunità di diversificare, destagionalizzare e delocalizzare i flussi turistici sono caratterizzate da un più elevato impatto economico ed evidenziano una crescita più equilibrata per le imprese e le comunità.

In un’epoca di globalizzazione e rapidi cambiamenti, investire nel turismo culturale significa valorizzare le radici e le tradizioni, ma anche innovare l’offerta turistica, rendendola più accessibile e integrata con le esigenze contemporanee. Per il Mezzogiorno, il turismo culturale non è soltanto una risorsa economica: è un vero e proprio motore di valorizzazione del patrimonio e di identità condivisa.

³ Più marcata è invece la crescita dei Comuni montani, che segnano un incremento del 12%. Il comparto balneare nel trimestre si conferma sui livelli del 2024, con un leggero aumento delle presenze nelle destinazioni marittime nel mese di giugno (+0,7%).

⁴ Indicatore calcolato da SRM: indica quanto Valore Aggiunto attiva una presenza turistica, cioè un soggiorno aggiuntivo, in una regione (al netto della spesa).

1.4 Come accrescere ulteriormente la competitività dell'Italia?

Interazione equilibrata tra comunità ospitante, aziende e turisti.

Diversificazione, destagionalizzazione e delocalizzazione

Il turismo italiano, in un contesto globale attraversato da profondi cambiamenti, è chiamato a un salto qualitativo che vada oltre la crescita dei flussi per consolidarsi come **sistema competitivo, sostenibile e inclusivo**. Le sfide che il settore deve affrontare - dal cambiamento climatico alla transizione digitale, dalle trasformazioni demografiche alle tensioni geopolitiche - impongono un **ripensamento strutturale dell'offerta turistica** e dei modelli di governance territoriale.

A. Il cambiamento climatico come leva di riposizionamento strategico

Le trasformazioni climatiche stanno modificando la percezione e la fruibilità delle destinazioni, in particolare montane, costiere e urbane. Le località alpine devono adattare le proprie strategie all'incertezza della stagionalità invernale, puntando su nuove forme di turismo esperienziale, naturalistico e culturale. Le mete costiere sono chiamate a gestire l'impatto dell'erosione e del surriscaldamento marino, orientandosi verso modelli di turismo lento e sostenibile. Le città d'arte, invece, devono affrontare il tema della sovrappopolazione turistica, sperimentando politiche di redistribuzione dei flussi e di gestione intelligente della capacità di carico. In questo scenario, la destagionalizzazione e la delocalizzazione diventano due leve strategiche per ridurre la pressione sui luoghi più frequentati e valorizzare aree meno note ma ad alto potenziale, come i borghi e le aree interne (soprattutto del Mezzogiorno), che possono rappresentare nuove frontiere di sviluppo equilibrato.

B. La transizione tecnologica: dal digitale diffuso all'ecosistema intelligente

La trasformazione tecnologica è oggi una delle principali frontiere della competitività. Tuttavia, non è più sufficiente digitalizzare singoli processi o servizi: occorre costruire un ecosistema turistico connesso e intelligente, in cui dati, infrastrutture e competenze si integrino per generare valore condiviso. L'utilizzo di big data, intelligenza artificiale, realtà aumentata e soluzioni smart può supportare la pianificazione, il monitoraggio e la regolazione dei flussi turistici, migliorando la gestione delle risorse, la qualità dell'esperienza e la sostenibilità della filiera. In questo senso, l'Italia può diventare un laboratorio avanzato di turismo "data-driven", capace di anticipare le esigenze dei viaggiatori e di offrire servizi personalizzati e sostenibili.

C. Il fattore demografico e la personalizzazione dell'offerta

La dinamica demografica rappresenta un ulteriore elemento di trasformazione strutturale. L'invecchiamento della popolazione e la crescente diversificazione delle fasce d'età e delle tipologie familiari impongono alle imprese di ripensare format e servizi. Occorre favorire una maggiore personalizzazione dell'offerta - in termini di accessibilità, mobilità, wellness, esperienze culturali o di comunità - per intercettare pubblici diversi, dai senior ai giovani digitali, fino ai nuovi viaggiatori sostenibili e ai turisti delle radici.

Parallelamente, investire sul capitale umano del settore resta cruciale: competenze digitali, linguistiche e relazionali diventano strumenti imprescindibili per competere e accrescere la qualità complessiva del sistema.

D. Governance multilivello e valore condiviso

Accanto alle sfide di mercato, la competitività del turismo italiano dipende sempre più dalla capacità di creare un'interazione equilibrata tra comunità ospitanti, imprese e turisti. L'obiettivo è costruire meccanismi virtuosi di valore condiviso, capaci di generare benefici economici, sociali e ambientali per tutti gli attori coinvolti. Una governance territoriale multilivello, fondata su collaborazione pubblico-privato e partecipazione locale, può garantire la sostenibilità dei modelli di sviluppo, prevenendo conflitti e rafforzando l'identità dei territori. La gestione intelligente dei flussi, basata su dati, pianificazione e strumenti digitali, sarà una delle chiavi strategiche del turismo del futuro.

In un momento storico segnato da incertezze e nuove domande di senso, il turismo italiano è chiamato a diventare:

- **più sostenibile**, sul piano ambientale, sociale ed economico, promuovendo modelli a basso impatto e ad alta responsabilità;
- **più digitale**, per aumentare la competitività e la connessione con i mercati internazionali;
- **più inclusivo e formativo**, attraverso la valorizzazione delle competenze e del capitale umano;
- **più diversificato e multidestinazione**, in particolare nel Mezzogiorno, per distribuire i flussi e valorizzare la ricchezza dei territori oltre i circuiti tradizionali.

Solo integrando innovazione, sostenibilità e coesione territoriale, l'Italia potrà accrescere ulteriormente la propria competitività turistica, consolidando la sua posizione tra le destinazioni più attrattive e resilienti a livello mondiale.

1.5 Il turismo subacqueo archeologico: un modello sostenibile, digitale e inclusivo per il futuro dell'Italia

Il turismo subacqueo archeologico è un esempio molto efficace di modello turistico sostenibile, digitale e inclusivo, perché coniuga tutela del patrimonio, innovazione tecnologica, diversificazione territoriale e coinvolgimento delle comunità locali.

In particolare, è una forma di turismo sostenibile e rigenerativo capace di coniugare tutela del patrimonio culturale sommerso e sviluppo economico dei territori costieri. A differenza del turismo balneare tradizionale, il turismo subacqueo archeologico si fonda su una fruizione controllata e rispettosa dell'ambiente marino e del patrimonio storico. Le aree sommerse diventano così laboratori di sostenibilità, dove la conservazione del bene culturale e la salvaguardia dell'ecosistema marino si integrano con la generazione di valore economico per le comunità locali. In questa prospettiva, la gestione del turismo subacqueo può contribuire alla destagionalizzazione (grazie alla possibilità di fruizione tutto l'anno) e alla delocalizzazione (coinvolgendo aree costiere spesso marginali rispetto ai

flussi principali), promuovendo così uno sviluppo territoriale più equilibrato.

Il turismo subacqueo archeologico è, inoltre, digitale e tecnologicamente avanzato in quanto è, per sua natura, terreno fertile per la sperimentazione tecnologica. L'impiego di strumenti digitali immersivi - come la realtà aumentata (AR), la realtà virtuale (VR), la ricostruzione 3D dei fondali e dei reperti, e i tour subacquei virtuali - consente di democratizzare l'accesso ai siti sommersi, permettendo anche a chi non può immergersi fisicamente di vivere un'esperienza autentica e coinvolgente. Le tecnologie GIS, sensori subacquei, droni marini e big data possono, inoltre, supportare la mappatura, il monitoraggio e la tutela del patrimonio sommerso, integrando ricerca scientifica e offerta turistica. In questo modo, il turismo subacqueo diventa un modello di ecosistema digitale integrato, in cui la collaborazione tra enti di ricerca, istituzioni culturali, operatori turistici e start-up tecnologiche genera nuove forme di valore e innovazione. Un esempio virtuoso in questa direzione è rappresentato dal Parco Archeologico Sommerso di Baia (Campi Flegrei, Napoli), che unisce esperienza subacquea diretta e percorsi digitali in superficie, offrendo un prototipo di museo diffuso del mare capace di connettere conoscenza, emozione e sostenibilità.

Infine, il turismo subacqueo archeologico, se opportunamente progettato, può diventare anche un modello di inclusione sociale e culturale. L'utilizzo di tecnologie immersive e di percorsi accessibili permette a diverse tipologie di pubblico - persone con disabilità motorie o sensoriali, famiglie, scuole, anziani - di partecipare all'esperienza, superando i limiti fisici dell'immersione. Parallelamente, il coinvolgimento delle comunità locali nei processi di valorizzazione e gestione dei siti genera occupazione qualificata, stimola imprenditorialità giovanile e rafforza il legame identitario con il territorio. La partecipazione delle popolazioni costiere può estendersi dalla guida subacquea e didattica ambientale, fino alle attività di ospitalità, artigianato e storytelling territoriale, creando un circuito virtuoso di valore condiviso.

Il turismo subacqueo archeologico rappresenta, quindi, un modello concreto di sviluppo sostenibile per il futuro del turismo italiano: integra tutela, innovazione e partecipazione, generando valore per i territori e nuove opportunità per le comunità costiere.

2. Il patrimonio sommerso come leva di sviluppo sostenibile

2.1 Il patrimonio sommerso italiano

Il **patrimonio archeologico subacqueo mondiale** costituisce una risorsa straordinaria: si contano oltre **202.000 relitti**, di cui **15.641 nel solo Mediterraneo**.

L'Italia, con la sua storia millenaria di scambi e navigazione, custodisce **tra i 1.200⁵ e oltre 1.300 siti e relitti sommersi** già censiti, nonostante solo circa la metà dei fondali sia stata mappata in modo sistematico.

Si tratta di un patrimonio diffuso e affascinante - relitti antichi, città sommerse, porti romani, peschiere, ville marittime - che racconta la storia dei traffici e delle culture che hanno attraversato il Mare Nostrum.

Nello specifico, in Italia esistono numerosi percorsi subacquei visitabili, in conformità con la Convenzione UNESCO: tra i più noti, il relitto romano di Triveneto (Liguria), l'area archeologica sommersa di Baia (Pozzuoli, Campania) e il Parco Sommerso di Gaiola (Napoli), nonché i siti palafitticoli nei laghi del Triveneto (Livelet, Fiavé, Ledro). A livello internazionale, il nuovo itinerario culturale europeo "Mediterranean Underwater Cultural Heritage" promosso dal Consiglio d'Europa mette in rete siti italiani - come Baia, Gaiola, Ustica, Egnazia, Isole Egadi, Tremiti, San Pietro in Bevagna, Capo Rizzuto - e analoghi siti in Grecia, Turchia, Egitto e Israele, aprendo ulteriori prospettive di fruizione.

Prospettive di crescita per il settore sono, altresì, offerte dal processo di digitalizzazione e di innovazione tecnologica: iniziative come VISAS, Musas e Archeosub consentono l'impiego di tecnologie 3D e di realtà virtuale per la migliore fruizione delle bellezze sommerse.

Un ruolo fondamentale è anche quello svolto dalle istituzioni. Recentemente, la Soprintendenza nazionale per il patrimonio sommerso ha sperimentato tablet subacquei dotati di posizionamento acustico e sensori inerziali in grado di fornire in tempo reale al sub informazioni su punti di interesse, profondità e durata dell'immersione. Nell'ambito del progetto "Amphitrite" (2021-2023) è stato, inoltre, impiegato un catamarano attrezzato come laboratorio navale per mappatura, monitoraggio e valorizzazione di siti sommersi in cinque aree marine protette (Portofino, Capo Testa/Punta Falcone, Parco sommerso di Baia, Isole Tremiti e Capo Rizzuto). L'impegno sulla valorizzazione (visite guidate, percorsi subacquei) e tutela dei siti sommersi, con il coinvolgimento di archeologi marini, sub, imprese turistiche locali, è un'occasione per incrementare la diversificazione e la sostenibilità delle destinazioni costiere.

Si tratta in buona sostanza di un'offerta capace di rispondere alla presenza nel mondo di circa 40 milioni di sub certificati, un bacino di appassionati in crescita, attratto da immersioni archeologiche ed esperienze originali. Nello specifico, PADI (*Professional Association of Diving Instructors*), leader mondiale per istruzione alla subacquea, conta ad oggi più di 30 milioni di istruttori certificati (80% del

⁵ Siti archeologici subacquei, tra relitti e insediamenti sommersi, lungo le coste nazionali, con nuovi ritrovamenti che di volta in volta portano alla luce bellezze nascoste nelle acque dei nostri mari https://patrimoniosubacqueo.cultura.gov.it/wp-content/uploads/2024/07/12-Relazione-bilancio-di-previsione-2024_signed.pdf

totale)⁶, con componenti femminile e Under 30 attestatesi, nel 2024, rispettivamente al 40% e 50%.

2.2 L'attività subacquea a scopo ricreativo: prospettive di sviluppo per il turismo culturale e ambientale in Italia

L'attività subacquea ricreativa in Italia assume un ruolo sempre più significativo, sia come pratica sportiva sia come esperienza turistica. Il turismo subacqueo, in particolare, si configura oggi come un settore in rapida espansione, con interessanti prospettive di sviluppo economico sostenibile per i territori costieri. Secondo i dati di The European House Ambrosetti (TEHA), il turismo rappresenta il comparto più rilevante dell'economia blu, generando circa il 30% del valore aggiunto complessivo.

Nel 2024, il Governo italiano ha posto una rinnovata attenzione su questo ambito, presentando uno schema di disegno di legge (aggiornato nel luglio 2025) volto a regolamentare l'attività subacquea a scopo ricreativo. Tale iniziativa ne riconosce il valore in termini di sicurezza, tutela ambientale e valorizzazione del patrimonio sommerso. Si tratta di un passo decisivo verso il pieno riconoscimento del turismo subacqueo come attività turistica strategica, capace di promuovere la diffusione della conoscenza e, di conseguenza, la protezione di un inestimabile patrimonio sommerso.

La subacquea non è più considerata esclusivamente come disciplina sportiva, ma come un'attività capace di contribuire in modo significativo alla valorizzazione e promozione culturale e allo sviluppo economico del turismo.

L'immersione ricreativa può unire la scoperta dei fondali marini alla divulgazione della conoscenza del patrimonio culturale e naturale sommerso, contribuendo così alla tutela dell'ambiente marino. Per sua stessa natura, l'attività subacquea è orientata alla protezione dell'ambiente e alla promozione dello sviluppo sostenibile delle aree in cui viene praticata. La scoperta di reperti archeologici sommersi e la volontà di conservarli e valorizzarli hanno portato alla creazione dei Parchi Archeologici Subacquei, che consentono di proteggere e promuovere questo patrimonio culturale unico.

L'aumento del numero di visitatori potrebbe, tuttavia, generare problemi di sostenibilità ambientale. Dal 2001, per garantire la protezione in situ del patrimonio culturale subacqueo, la Convenzione UNESCO ha posto l'accento su un accesso regolamentato ai siti archeologici sommersi, sottolineando la necessità di conservazione e restauro al fine di migliorarne la fruizione e preservarli per le future generazioni.

In linea con questi obiettivi, nel 2001 è stato avviato il progetto "Restaurare Sott'acqua", promosso da Roberto Petriaggi, pioniere del restauro in ambienti umidi. Petriaggi è stato Direttore del Nucleo di Interventi di Archeologia Subacquea (NIAS) dell'Istituto Centrale per il Restauro di Roma (ICR). Il progetto, inizialmente sviluppato in Italia, è stato diffuso e utilizzato come modello in tutto il mondo e continua a sperimentare nuove tecnologie e materiali, raccogliendo la sfida di preservare e conservare il patrimonio sommerso per facilitarne la fruizione, al fine di apportare benefici economici e sociali alla comunità locale (Canoro, Bizjak e Briganti, 2025).

⁶ <https://www.padi.com/sites/default/files/documents/2025-02/PADI%20Worldwide%20Corporate%20Statistics%20%281%29.pdf>

Guardando alle realtà presenti nel nostro Paese, una delle aree di maggiore interesse archeologico subacqueo è il già citato Parco Archeologico Sommerso di Baia, in Campania. Istituito nel 2002 insieme al Parco Sommerso della Gaiola, è tra i primi parchi archeologi sommersi; equiparato ad area marina protetta, rappresenta oggi uno dei principali attrattori del turismo subacqueo a livello internazionale e nel 2023 è stato riconosciuto *best practice* UNESCO. Il crescente aumento del numero di visitatori ed il forte interesse non solo biologico, ma soprattutto archeologico del sito, lo hanno reso un esempio virtuoso di sviluppo sostenibile del turismo archeologico subacqueo (Canoro, 2024a).

Il turismo archeologico subacqueo è, difatti, considerato una nicchia di mercato, che si identifica come una buona pratica di turismo culturale sostenibile ed accessibile (Canoro, 2021). La valorizzazione del patrimonio culturale, che giace sommerso nei nostri mari, può rappresentare una opportunità per lo sviluppo dei territori, se inserito in un sistema turistico integrato, che garantisca la tutela e la protezione dell'ambiente.

Il coinvolgimento della popolazione è la chiave del successo dei processi di creazione dei parchi archeologici sommersi, in Italia come all'estero (Canoro, 2024b). Ne rappresentano un esempio il caso studio comparativo del Parco Archeologico Sommerso di Baia, istituito nel 2002, ed il più recente Parco Archeologico Sommerso di Xlendi, nato nel 2024 a Malta (Canoro e Xerri, 2024). Inoltre, l'apporto dei *diving* e dei cittadini nel monitoraggio e conservazione dell'ambiente marino, attraverso programmi di *citizen science*, costituiscono un altro esempio virtuoso di coinvolgimento della popolazione ai fini di tutela del patrimonio.

Tali esempi si prefiggono l'obiettivo di creare una comunità di patrimonio, così come definita dall'art.2 della Convenzione di Faro: "Un insieme di persone che attribuisce valore ed aspetti specifici del patrimonio culturale, e che desidera, nel quadro di un'azione pubblica, sostenerli e trasmetterli alle generazioni future".

Le prospettive future del turismo archeologico subacqueo si ravvisano nel sistematizzare gli sforzi profusi dagli attori del sistema turistico nel tentativo di integrazione e orientamento al patrimonio sommerso attraverso una gestione pubblico-privata, che coinvolga i pubblici (la domanda), i fornitori di servizi culturali e turistici (l'offerta) e la comunità locale (Canoro, Izzo e Varriale, 2024).

Esempi significativi di buone pratiche si trovano soprattutto nelle regioni del Mezzogiorno, in Sicilia, Puglia, Calabria e in particolare in Campania, dove, nell'area dei Campi Flegrei, gli operatori privati, tra cui il Centro Sub Campi Flegrei, si sono organizzati nella rete di imprese *Campi Flegrei Active*⁷, avanzando la proposta alle istituzioni di istituire una *Destination Management Organization* (DMO) pubblico-privata. Tale organismo avrebbe il compito di definire e attuare una strategia di sviluppo economico sostenibile basata sul turismo culturale, in cui il Parco Archeologico Sommerso di Baia rivesta il ruolo di motore di sviluppo e di principale attrattore dell'area (Canoro, 2021; Canoro e Ferrara, 2024; Canoro e Izzo, 2024).

Tali processi, attualmente in corso, volti alla creazione di reti tra i territori che ospitano siti del patrimonio culturale sommerso, incoraggiano le interazioni tra differenti stakeholders e promuovono il dialogo tra

⁷ Il progetto *Campi Flegrei Active* nasce nel 2019 su iniziativa di Federalberghi Campi Flegrei, con il coinvolgimento di strutture ricettive, associazioni culturali e imprese del settore turistico, con l'obiettivo di creare un'offerta turistica integrata e promuovere esperienze autentiche nel territorio flegreo. L'iniziativa è stata formalizzata il 10 giugno 2021 attraverso la stipula di un contratto di rete, che ha dato vita a una rete composta da 20 imprese della filiera turistica locale, tra cui il Centro Sub Campi Flegrei. La rete svolge un ruolo di finanziamento e coordinamento strategico, con la finalità di costruire una destinazione turistica dal basso, favorendo la cooperazione tra i diversi attori della filiera e promuovendo un modello di sviluppo condiviso e partecipato (Canoro, 2021).

i differenti attori, creando consapevolezza e favorendo il senso di appartenenza dei cittadini ad una comune identità culturale.

In tale contesto si inserisce la proposta della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico (BMTA) di Paestum di sostenere la candidatura al Consiglio d'Europa di un Itinerario Culturale Europeo dei siti archeologici subacquei in Italia, Egitto, Grecia, Israele e Turchia. L'obiettivo è costruire una rete tra i territori con l'intento di incoraggiare l'interazione tra gli stakeholders, per favorire lo sviluppo del turismo archeologico subacqueo come turismo culturale sostenibile ed in grado di agire come motore di sviluppo dei territori, creando nei cittadini consapevolezza e senso di appartenenza ad un'identità culturale comune ai popoli del Mediterraneo.

2.3 Il quadro di riferimento

Come detto, nel novembre 2024 il Governo italiano ha presentato lo schema di Disegno di Legge - successivamente modificato nel luglio 2025 - dedicato alla valorizzazione della risorsa mare. Il provvedimento, in particolare al Capo III, pone l'attenzione sull'attività subacquea a scopo ricreativo, riconoscendone il valore nella tutela e valorizzazione del patrimonio sommerso. Questa pratica viene, infatti, considerata uno strumento capace di coniugare l'esplorazione dei fondali marini, lacustri e fluviali con la promozione del patrimonio culturale e naturale, contribuendo al tempo stesso alla salvaguardia e alla conservazione degli ecosistemi.

La volontà del Governo è quella di promuovere l'attività subacquea a scopo ricreativo come strumento di sviluppo del turismo sostenibile, che favorisca la destagionalizzazione, generando benefici economici e sociali. Il riconoscimento della dimensione turistico-ricreativa delle attività subacquee rappresenta un passo decisivo per tutti gli operatori che, di fatto, svolgono un ruolo nel turismo oltre che nello sport. Questo riconoscimento normativo costituisce una grande opportunità di crescita per le organizzazioni che offrono non solo servizi di formazione e educazione subacquea, ma anche esperienze e visite guidate sott'acqua, ponendole sullo stesso piano dei soggetti che erogano servizi turistici. Tuttavia, la mancanza di un codice ATECO specifico limita ancora questo potenziale, confinando tali organizzazioni al settore sportivo e non riconoscendo pienamente il loro contributo alla diffusione della conoscenza, alla valorizzazione e alla promozione del patrimonio sommerso - sia in termini di biodiversità che di beni archeologici. Il passaggio dall'immersione intesa come attività sportiva a quella concepita come esperienza turistica implica un cambiamento di prospettiva, che richiede alle organizzazioni sportive una riorganizzazione strutturale per affrontare la sfida di offrire esperienze subacquee orientate alla fruizione turistica.

La proposta di legge del Governo italiano focalizza l'attenzione sui criteri per l'identificazione delle aree di interesse turistico subacqueo che includono sicurezza, rilevanza paesaggistica e faunistica, rilevanza archeologica e culturale. La proposta prevede anche i requisiti per i centri di immersione e addestramento subacqueo con forte accento sulla sicurezza e sulla protezione degli ecosistemi marini, evidenziandone il ruolo nel garantire la conoscenza e la valorizzazione del patrimonio naturale, biologico, archeologico e culturale sommerso. Il disegno di legge evidenzia l'importanza della cooperazione tra enti e soggetti competenti al fine di garantire la tutela e la conservazione degli ecosistemi marini, lacustri e fluviali, promuovendo azioni volte a prevenire i danni ambientali connessi alle attività subacquee e favorendo l'adozione e lo sviluppo di tecnologie innovative.

Nel quadro della nuova normativa, il Ministero del Turismo avrà anche il compito di promuovere cooperazioni internazionali per l'attività subacquea ricreativa, incoraggiando la condivisione di esperienze tra nazioni con aree marine di interesse turistico e valutando anche opportunità di gemellaggio con altri paesi, per incentivare scambi culturali e formativi nelle zone subacquee.

La valorizzazione del patrimonio culturale sommerso va, infatti, oltre i confini nazionali, favorendo la creazione di legami culturali tra paesi e la costruzione di reti internazionali che connettono i siti di interesse comune. Questi luoghi diventano espressione di un *genius loci* condiviso, capace di coinvolgere le comunità locali in un senso di appartenenza a una stessa identità culturale. È il caso dei paesi del Mediterraneo, uniti da radici storiche e culturali comuni, che trovano nel patrimonio sommerso un elemento di connessione e cooperazione.

Sia a livello nazionale che internazionale si verifica, quindi, una spinta verso la creazione di reti tra i siti del patrimonio culturale sommerso, intesi come destinazioni turistiche. I progetti nazionali ed europei favoriscono questa azione propulsiva grazie alla partecipazione di diversi attori: istituzioni, associazioni ed imprese. Inoltre, quando le comunità locali vengono coinvolte in processi di co-progettazione, attraverso il contributo del mondo educativo e della ricerca, si creano le condizioni per un successo duraturo e condiviso. Queste reti, in sinergia con le istituzioni, possono dar vita a organismi di governance condivisa, come le *Destination Management Organization* (DMO), deputate al coordinamento degli attori del sistema turistico e alla definizione di strategie di sviluppo economico fondate sul turismo culturale.

Di non secondaria importanza è il tema delle nuove tecnologie per lo sviluppo del settore. L'adozione di tecnologie innovative è favorita da progetti nazionali ed internazionali, che mirano a potenziare l'accessibilità al patrimonio sommerso, consentendo, grazie all'impiego di strumenti di realtà virtuale (VR), realtà aumentata (AR), *gamification*, la fruizione dei siti anche da parte di un pubblico più ampio. In questo modo, i luoghi del patrimonio culturale subacqueo diventano accessibili a tutti, inclusi coloro che non possono o non desiderano immergersi. Va detto, infatti, che pur se molti siti sommersi conosciuti si trovano a profondità relativamente basse – elemento che ne consente l'accesso anche ai non subacquei attraverso visite di superficie con maschera, boccaglio e pinne (snorkeling) o escursioni su imbarcazioni con fondo di vetro - esistono numerosi relitti di navi, aerei e carichi perduti situati in acque profonde, visitabili solo da sub esperti.

Le visite virtuali basate su VR, AR e *serious game* richiedono nuove competenze e abilità, stimolando un cambiamento nei modelli organizzativi. I centri di immersione, i musei e i *Knowledge Awareness Centers* (KAC) si trovano quindi ad affrontare le sfide del cambiamento organizzativo per rispondere alle esigenze del mercato (Canoro, 2024).

2.4 Il turismo archeologico subacqueo: criticità, sfide ed opportunità

L'offerta turistica legata al patrimonio subacqueo è oggi ampia ma disomogenea: esistono parchi archeologici sommersi, aree marine protette, centri *diving*, musei del mare e iniziative di ricerca, ma spesso manca integrazione, coordinamento e una strategia unitaria.

Questa frammentazione limita il potenziale di sviluppo del settore, che potrebbe invece diventare

una leva strutturale di valorizzazione sostenibile dei territori costieri e insulari, in grado di coniugare conservazione, turismo culturale e crescita locale.

Il principale nodo strategico riguarda il bilanciamento tra tutela e fruizione. Da un lato, è indispensabile preservare i beni sommersi, estremamente fragili e vulnerabili alle correnti, all'erosione, alla pesca eccessiva o all'impatto dei subacquei stessi; dall'altro, la loro valorizzazione turistica controllata rappresenta una delle vie più efficaci per garantirne la conoscenza, la custodia e la sostenibilità economica nel tempo.

Non si tratta, quindi, di scegliere tra conservazione e fruizione, ma di costruire modelli di equilibrio fondati su una gestione intelligente dei flussi, su standard comuni di sicurezza e accesso e su un monitoraggio costante dello stato dei siti.

Tutela e valorizzazione: un equilibrio possibile

Il turismo archeologico subacqueo si svolge presso siti archeologici sommersi (Canoro, Izzo e Varriale, 2024). Questo segmento turistico si confronta con importanti sfide legate alla sostenibilità e all'accessibilità attraverso nuove tecnologie e strumenti di monitoraggio ambientale che utilizzano nodi sensori ed internet sott'acqua (Canoro, Izzo e Varriale, 2024) e alla digitalizzazione dell'ambiente subacqueo, che permette di ampliare l'accessibilità al patrimonio sommerso (Manglis et al., 2021; Bruno et al., 2018).

La questione della sostenibilità, in particolare, è strettamente connessa alla tutela e alla conservazione del patrimonio culturale subacqueo, come sancito dalla Convenzione UNESCO del 2001, che promuove la protezione *in situ* del patrimonio culturale sommerso, come primo passo per favorirne la valorizzazione e la diffusione della conoscenza.

Gli studi e le indagini scientifiche devono utilizzare metodi e tecniche non distruttive, al fine di contribuire alla conservazione dei reperti. Allo stesso tempo, la Convenzione promuove un accesso responsabile attraverso politiche ambientali che garantiscano la protezione dei fondali e della vita marina, considerando i progetti di valorizzazione come strumenti utili alla diffusione della conoscenza e al coinvolgimento delle comunità locali.

La sfida che le nazioni devono affrontare in termini di sostenibilità e accessibilità può essere raccolta attraverso la creazione di Parchi Archeologici Subacquei (PAS), che coinvolgano attivamente le comunità locali nella loro realizzazione e gestione (come nel caso del Parco Archeologico Sommerso di Baia e dello Xlendi Underwater Archaeological Park⁸). I PAS, infatti, consentono di trovare un equilibrio tra tutela, valorizzazione e promozione dei siti, migliorando al tempo stesso l'accessibilità e la fruibilità secondo un modello di turismo sostenibile.

La Convenzione di Faro sul valore del patrimonio culturale per la società (2005) definisce il patrimonio culturale come "un insieme di risorse che esprimono i valori, le credenze, le conoscenze e le tradizioni dei popoli" (art. 2). La diffusione della conoscenza del patrimonio contribuisce a creare consapevolezza nella popolazione, non solo sul valore intrinseco delle risorse culturali, ma anche sul loro potenziale ruolo come motore di sviluppo locale basato sul turismo culturale. Risulta, dunque, di particolare importanza comunicare ai territori il valore spesso trascurato del patrimonio, non solo da un punto di

⁸ Per approfondire il caso studio sul coinvolgimento dei cittadini nel processo organizzativo del Parco Archeologico Sommerso di Baia e dello Xlendi Underwater Archaeological Park si veda Canoro e Xerri (2024).

vista storico, naturalistico e archeologico, ma anche in termini di valore economico capace di generare sviluppo.

In questo quadro, il turismo assume il ruolo di strumento strategico per la valorizzazione del patrimonio e dei territori, mentre il turismo archeologico subacqueo si configura come un esempio virtuoso di turismo culturale sostenibile e inclusivo.

Per raggiungere gli obiettivi di sviluppo e sostenibilità è fondamentale promuovere un sistema turistico locale integrato, fondato sulla tutela e la conservazione dell'ambiente naturale.

Il sistema turistico integrato consiste in 7 elementi chiave:

- l'ambiente marino, ovvero l'attrazione "naturale";
- l'archeologia, cioè l'attrazione "culturale";
- i subacquei (domanda di mercato);
- i non subacquei (come chi effettua visite in snorkeling o i visitatori che utilizzano esperienze di realtà aumentata e virtuale, anch'essi rappresentanti della domanda di mercato);
- i fornitori di servizi turistici dedicati al turismo subacqueo (offerta di mercato);
- i fornitori di servizi turistici dedicati al turismo culturale (offerta di mercato);
- la comunità ospitante (decisori politici, residenti, altre imprese della filiera e tutti gli attori che contribuiscono, in varia misura, con risorse e competenze organizzative).

Il sistema turistico orientato al patrimonio culturale sommerso

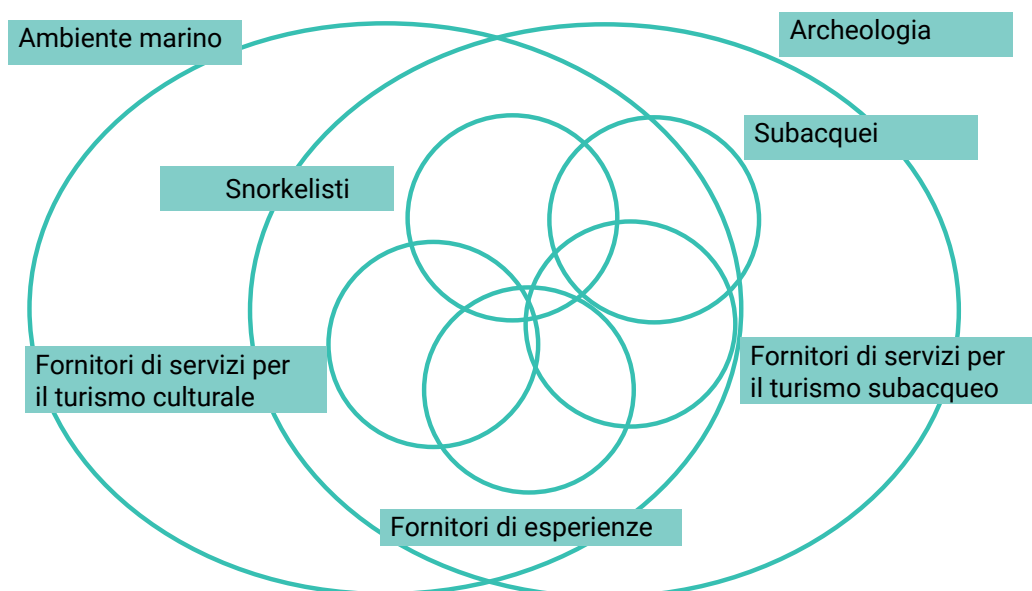


Fig. 1 | Fonte: Canoro, Izzo e Varriale (2024)

Nel definire un'offerta turistica integrata è fondamentale il coinvolgimento di tutti gli stakeholder, comprese istituzioni, associazioni, operatori economici e rappresentanti della comunità locale (ad esempio residenti e policy maker). Anche i *diving*, gli operatori turistici e tutte le imprese della filiera del turismo rientrano tra gli attori coinvolti. Infatti, oltre all'attività subacquea in sé, i subacquei ricreativi partecipano a una varietà di altre attività durante il loro soggiorno, che rappresentano circa il 70-80% della loro esperienza. Questo dato evidenzia l'opportunità di proporre altre esperienze complementari nella destinazione scelta.

I progressi tecnologici e i miglioramenti delle attrezzature stanno rendendo le attività subacquee sempre più sicure, trasformandole in esperienze facilmente integrabili con altre forme di turismo, ad esempio quello archeologico.

Il turismo subacqueo nei siti archeologici è in forte crescita, soprattutto lungo le coste e le isole del Mediterraneo. Questi siti attraggono sia subacquei in cerca di nuove profondità ed esperienze originali, sia appassionati di storia antica e archeologia, sia visitatori che svolgono attività di snorkeling.

Per valorizzare appieno il patrimonio culturale subacqueo è necessario un approccio multidisciplinare e integrato, che includa conservazione, educazione, monitoraggio e collaborazione tra enti pubblici e privati e la comunità locale. La combinazione di questi elementi è essenziale per garantire la tutela e la fruizione sostenibile di questi preziosi beni culturali, promuovendo al contempo un dialogo costruttivo tra tutti gli stakeholder (Greco, Canoro, Bifulco, 2024).

Numerosi progetti nazionali ed europei hanno contribuito alla valorizzazione e messa in rete del patrimonio culturale sommerso, promuovendo l'uso di nuove tecnologie digitali e la creazione di reti tra siti archeologici subacquei. Tra questi, il progetto MUSAS (Musei di Archeologia Subacquea), avviato nel 2017 e concluso nel 2023, che ha avuto l'obiettivo di tutelare, valorizzare e collegare i siti sommersi e i musei delle regioni del Mezzogiorno - Campania, Calabria e Puglia (con i siti di Baia, Egnazia, Kaulonia e Crotone). Il progetto ha portato alla creazione di Musei virtuali di archeologia subacquea e Parchi Digitali subacquei, con l'utilizzo di ricostruzioni 3D, realtà aumentata e comunicazione subacquea con internet per diffondere la conoscenza dei siti.

Il progetto MeDryDive ha poi sviluppato esperienze immersive "all'asciutto" per la promozione del patrimonio subacqueo mediterraneo, attraverso app in realtà aumentata e virtuale e la creazione del *serious game* "Dive in the Past", che collega siti in Grecia, Italia, Croazia e Montenegro, offrendo esperienze personalizzate e innovative di turismo culturale (Canoro et al., 2021).

Infine, è significativo citare il progetto UnderwaterMuse, attivo nelle regioni adriatiche (Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Spalato, in Croazia), che mira alla creazione di un eco-museo subacqueo in grado di connettere i siti coinvolti, attraverso tecniche di conservazione e valorizzazione sperimentali. L'obiettivo è quello di contrastare la perdita del patrimonio culturale, stimolare lo sviluppo economico locale e favorire processi di co-creazione tra comunità, istituzioni, operatori turistici e culturali.

In sintesi, questi progetti rappresentano modelli virtuosi di cooperazione internazionale e innovazione tecnologica per una fruizione sostenibile e inclusiva del patrimonio archeologico sommerso.

Le prospettive future del turismo archeologico subacqueo e della ricerca nel settore puntano a colmare il divario tra pratica professionale e ricerca accademica, adottando un approccio interdisciplinare e internazionale esteso all'intera area mediterranea. L'obiettivo è individuare nuove strategie di sviluppo sostenibile, modelli organizzativi efficaci, modelli di gestione della disabilità e della diversità e reti di cooperazione tra attori pubblici e privati.

L'Italia si distingue per la presenza di numerose buone pratiche e per una serie di processi in atto che favoriscono la cooperazione tra stakeholder, la creazione di reti territoriali e la valorizzazione di un'identità culturale condivisa. Tali iniziative contribuiscono a promuovere un turismo subacqueo sempre più inclusivo, sostenibile e innovativo, con l'obiettivo di estendere queste esperienze a livello europeo attraverso la realizzazione di un Itinerario Culturale Europeo dedicato al patrimonio culturale sommerso del Mediterraneo.

2.5 Il profilo dei visitatori nel turismo subacqueo europeo

Volendo tracciare le caratteristiche della domanda, si considera lo studio "The European market potential for dive tourism" (CBI, ottobre 2024) che analizza il potenziale del mercato europeo del turismo subacqueo, con particolare attenzione a tendenze, opportunità, segmentazione della domanda e ruolo della sostenibilità. Il turismo subacqueo (o *dive tourism*) comprende le attività legate all'immersione con autorespiratore (*scuba*), dallo *snorkeling* all'esplorazione di relitti, grotte e barriere coralline, fino a forme più tecniche come il *deep diving* o la ricerca scientifica.

L'Europa è uno dei due principali mercati al mondo per il turismo subacqueo (insieme agli Stati Uniti), con circa 3,5 milioni di subacquei su un totale stimato tra 6 e 9 milioni. Ogni anno circa 800.000 europei viaggiano per fare immersioni, generando un valore complessivo di oltre 170 milioni di euro. I Paesi con la domanda più forte sono Germania, Regno Unito, Francia, Paesi Bassi, Spagna e Italia.

Il mercato è composto da tre principali categorie di subacquei:

Subacquei amatoriali (70%). Sono i subacquei "occasionalisti", che si avvicinano alle immersioni durante le vacanze, spesso conseguendo la certificazione sul posto.

- Profilo: coppie, famiglie, gruppi di amici, ampio spettro generazionale (Gen Z, Y, X e baby boomers).
- Comportamento: combinano le immersioni con altre attività (trekking, surf, golf, turismo culturale).
- Valore medio di spesa: circa 750 € per il viaggio + 300/400 € per immersioni e corsi.
- Motivazioni: esplorazione, relax, contatto con la natura, curiosità per il mondo marino.

Subacquei appassionati/hardcore (20%). Sub esperti con più certificazioni, che viaggiano espressamente per immergersi.

- Profilo: uomini tra 25 e 56 anni, con redditi medio-alti.
- Comportamento: viaggiano anche da soli o in piccoli gruppi di appassionati, cercano esperienze uniche (relitti, fotografia subacquea, fauna marina).
- Alloggio: preferenze funzionali, non di lusso.
- Alta propensione a spendere per immersioni tecniche e corsi avanzati.

Subacquei ricreativi attivi (10%). Si immergono regolarmente, spesso nei propri Paesi.

- Profilo: prevalentemente maschi di circa 30 anni, con alto reddito disponibile.
- Circa un quarto viaggia all'estero per esperienze subacquee.

In riferimento agli **aspetti demografici e comportamentali**, il mercato mondiale dei sub è dominato da uomini (65%), ma la quota femminile è in aumento grazie a iniziative come il Women's Dive Day di PADI (+2,2% di certificazioni femminili dal 2014).

Cresce anche la fascia dei divers senior (60+), oggi pari al 22% del totale: sono esperti, attivi e ben informati, ma richiedono maggiore attenzione alla sicurezza e all'accessibilità. L'accessibilità è un tema emergente: esistono programmi specifici per persone con disabilità, come PADI Adaptive Support Diver e BSAC Diving for All.

Passando alle **motivazioni e valori**, i subacquei scelgono le immersioni per l'esplorazione dell'ambiente marino, l'adrenalina controllata, il benessere fisico e mentale e il valore sociale dell'esperienza condivisa.

Il benessere (*wellness diving*) è un trend crescente: immergersi riduce lo stress e migliora l'umore.

Anche l'aspetto sostenibile è fondamentale:

- il 59% dei sub cerca operatori sostenibili;
- il 63% considera la sostenibilità un fattore chiave nella prenotazione;
- il 75% è disposto a pagare di più per esperienze a basso impatto ambientale.
- Gli operatori più apprezzati aderiscono a programmi come Green Fins o PADI Eco Center.

Considerando la **provenienza e la spesa**, Germania e Regno Unito sono i mercati europei più maturi e con il maggior numero di tour operator specializzati.

I subacquei europei spendono in media 750 € per una vacanza di 5-7 giorni, prima di qualsiasi spesa per le immersioni. Bisogna poi considerare la componente immersioni che costa 300/400 €, includendo il pacchetto immersioni, il corso, l'attrezzatura e le relative spese. I viaggi più lunghi o verso destinazioni più remote costano di più. Le vacanze in crociera, generalmente, costano di più di una vacanza in resort.

I subacquei europei tendono a soggiornare più a lungo (12,6 notti) e a spendere circa il 33% in più rispetto al turista medio.

Le **destinazioni** preferite restano Egitto, Maldive e Thailandia, ma cresce l'interesse verso mete nuove come Galápagos, Messico, Caraibi e Mediterraneo.

Tra le **tendenze emergenti** ci sono:

- domanda di nuove esperienze (shark diving, wreck diving, fotografia subacquea);
- digitalizzazione e realtà aumentata per arricchire l'esperienza;
- benessere e inclusione come leve per ampliare la base dei visitatori;
- crescente attenzione alla sostenibilità, con l'Italia in posizione ideale grazie al suo patrimonio archeologico sommerso.

Il profilo del visitatore subacqueo europeo è, quindi, quello di un viaggiatore avventuroso, colto, benestante e attento alla sostenibilità. Viaggia motivato da curiosità, scoperta e contatto autentico con la natura, cerca esperienze di qualità e sicurezza e mostra una forte sensibilità ambientale e culturale.

Queste caratteristiche delineano un pubblico ideale per l'Italia e il Mediterraneo, aree dove il patrimonio culturale sommerso, l'innovazione tecnologica e la sostenibilità possono incontrare perfettamente le sue aspettative.

3. La vision degli operatori di *diving*: i risultati di una survey

3.1 Il campione di imprese intervistate

Per meglio indagare sulle caratteristiche del comparto del turismo archeologico subacqueo in Italia e i possibili futuri sviluppi è stata condotta una survey rivolta a 34 operatori del panorama nazionale. Il quadro delineato risulta piuttosto variegato sia in termini di composizione di domanda e offerta sia con riferimento alle prospettive degli operatori sugli obiettivi di medio-lungo termine degli operatori.

Guardando con maggior dettaglio il campione di imprese intervistate, esso risultano piuttosto eterogeneo, a partire già dal dato sulla ragione sociale: 9 imprese sono costituite in forma di SRL, 7 come Associazioni Sportive Dilettantistiche (ASD), 6 sono ditte individuali, mentre più marginali risultano essere altre vesti sociali quali SNC, Associazione di Promozione Sociale (APS), Associazione Culturale ODV, azienda uninominale, P. IVA, Società in Accomandita Semplice, Società Sportiva Dilettantistica e Società Cooperativa.

Abbastanza diversificata è anche la **ripartizione geografica** delle imprese oggetto di studio: la regione più rappresentata è la Sicilia con 12 operatori (35,3% del campione) distribuiti omogeneamente tra le province di Messina, Trapani e Palermo. La Campania rappresenta, invece, il 23,5% con 8 operatori concentrati nella provincia di Napoli.

Seguono, in termini provinciali, Foggia, Genova, Grosseto, Pescara e Reggio Calabria con due imprese ciascuna e Catanzaro, Lecce, Livorno, Padova e Savona con uno.

Gli intervistati ricoprono generalmente **ruoli** di vertice all'interno delle realtà analizzate: su 34 individui, 13 sono amministratori, 8 presidenti, 8 proprietari, 4 soci di vario tipo (es. socio fondatore o lavoratore) e 1 è un lavoratore dipendente.

A livello di **affiliazione e brevetti**, sono PADI (*Professional Association of Diving Instructors*) e SSI (*Scuba Schools International*) a guidare la classifica con percentuali rispettivamente del 41% e del 30%. Va segnalato che più di un'impresa risulta affiliata a più federazioni e/o in possesso di molteplici brevetti.

Per quanto attiene alla **dimensione**, le imprese di *diving* sono generalmente piccole, potendo contare in linea di massima su un numero di collaboratori compreso tra uno e tre nel 50% dei casi. La percentuale scende a circa il 20% per la classe 5-10 collaboratori e a poco meno del 15% nei casi di imprese con 3-5 e 10-20 collaboratori.

Nonostante la dimensione piuttosto ridotta, gli operatori del *diving* presentano un organico interno diversificato, fatto di diverse professionalità. Nello specifico, 13 imprese vantano al proprio interno la presenza di archeologi, 18 possono contare sull'expertise di biologi e 16 su quella di guide turistiche specializzate. Quasi tutte le imprese (31) hanno almeno un istruttore, mentre più rari sono i casi di figure professionali quali quelle di geologo (3), chimico (2), divemaster (5) e paleontologo (1). Mentre, laddove presenti, archeologi, biologi e guide sono in media uno per impresa, il numero di istruttori è pari a quattro nel 21% dei casi. Chiaramente va considerata la diversa natura delle attività che i singoli professionisti svolgono all'interno dell'impresa.

Gli operatori intervistati: distribuzione per regione

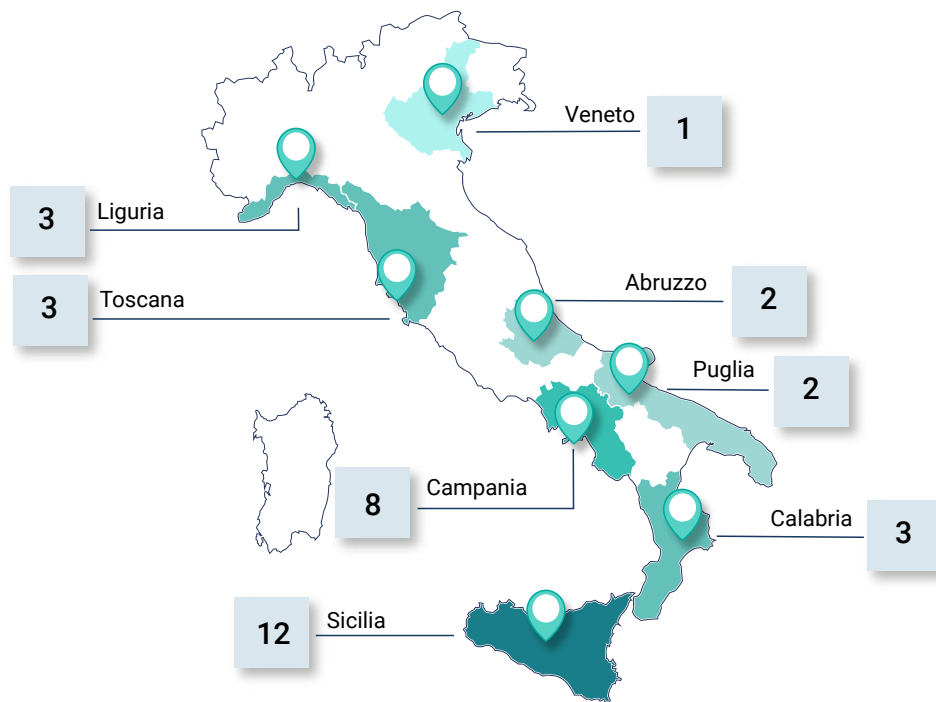


Fig. 2 | Fonte: elaborazione SRM su Survey

Il capitale umano delle imprese di diving: numero e peso % di operatori per classe dei collaboratori

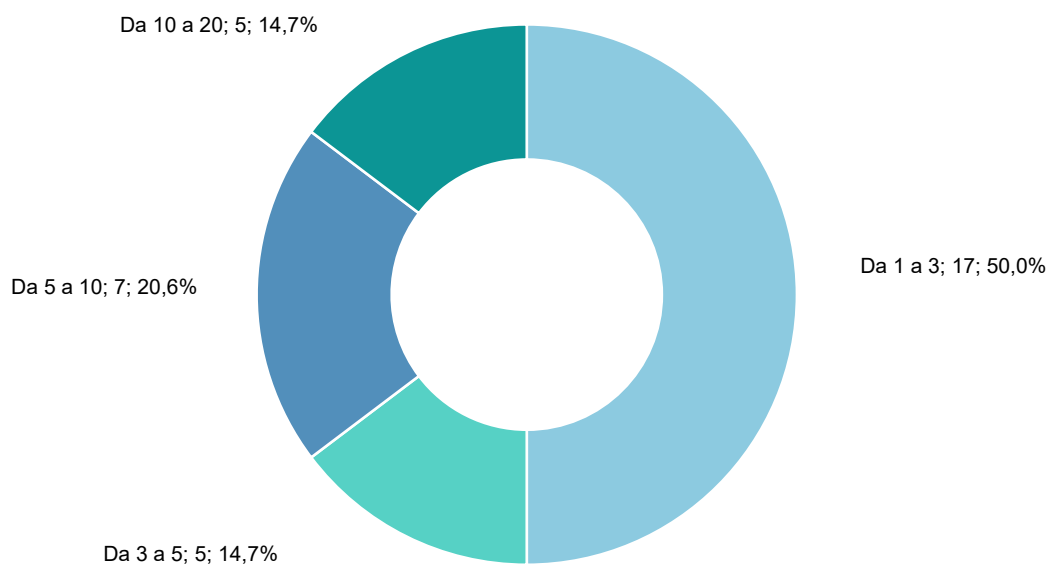


Fig. 3 | Fonte: elaborazione SRM su Survey

3.2 Il sistema d'offerta territoriale

Un aspetto importante per capire le dinamiche che caratterizzano il settore è quello legato alla percezione che i singoli operatori hanno dello stesso, non solo per avere una più chiara visione d'insieme ma anche per cogliere eventuali leve d'azione futura.

Emerge, in merito, come non sempre i singoli operatori dispongono di informazioni sufficienti riguardo alla composizione locale del settore, restituendo risposte parziali o non del tutto veritiere.

Basti pensare che alla domanda “quante imprese di *diving* svolgono attività di turismo archeologico subacqueo nella sua Regione”, oltre metà del campione non ha saputo fornire risposta, mentre tra i rispondenti (16 operatori) il valore medio dichiarato è stato di quattro. A livello comunale, il 43% delle imprese oggetto del campione ha dichiarato di essere l'unica a operare nella zona di riferimento, mentre il numero di players riportato è salito a due nel 20% dei casi e a tre nel 13%.

Si aggiunge la percezione, da parte degli operatori, della scarsa presenza di agenzie di viaggio e tour operator specializzati nell'incoming con offerte di turismo archeologico subacqueo. Soltanto 4 intervistati hanno dichiarato di essere a conoscenza dell'esistenza di operatori specializzati nei relativi Comuni, mentre ben il 67% ne ha segnalato la totale mancanza. Fattore che, ancora una volta, lascia trasparire la mancanza di una conoscenza approfondita delle potenzialità del settore che, se non colmata efficacemente, può trasformarsi in una minaccia alla crescita del turismo archeologico subacqueo del nostro Paese. Per questo motivo, molto spesso gli operatori fanno affidamento su canali alternativi per promuovere e pubblicizzare le proprie attività: non solo social media (soprattutto Instagram e Facebook) e sito web, ma anche newsletter, fiere e brochure.

Tutto ciò implica la necessità di un maggior coordinamento (e di maggiori flussi comunicativi) tra i diversi soggetti, anche nell'ottica di un lavoro comune per politiche di marketing territoriale condivise.

3.3 Il mercato di riferimento

La scarsa promozione dell'offerta potrebbe, almeno in parte, spiegare la grande variabilità nel numero dei clienti registrati nel 2024 dalle imprese intervistate, numeri che oscillano da valori molto bassi (appena due clienti in un anno) a valori di gran lunga superiori (circa 10.000).

La domanda deriva principalmente da turisti italiani e comunitari, ma non mancano le presenze extra-UE: 8 operatori hanno servito solamente clienti italiani, 15 hanno avuto almeno il 30% di clientela UE, mentre sono 15 le imprese di *diving* ad avere erogato i propri servizi in favore di clienti extracomunitari. Considerando una media tra le diverse risposte fornite, i clienti italiani rappresentano quasi i 2/3 del totale, quelli europei il 25% e quelli extra UE circa il 10%.

In termini di target di riferimento, dalle interviste emerge come i soggetti più interessati alle attività di turismo archeologico subacqueo sono quelli appartenenti alla Generazione X (1965-1979) e ai Millennials (1980-1996), mentre presenze di Boomers (1946-1964) e Generazione Z (1997-2012) sono state registrate rispettivamente da 18 e 17 operatori nel corso dell'ultimo anno. La categoria che risulta meno presente è la cd. Generazione Alfa (2013-2027), anche se non mancano iniziative di avviamento alle immersioni riservate ai più giovani.

Il mercato di riferimento delle imprese di diving: clientela per nazionalità (peso medio rispetto alle risposte fornite)

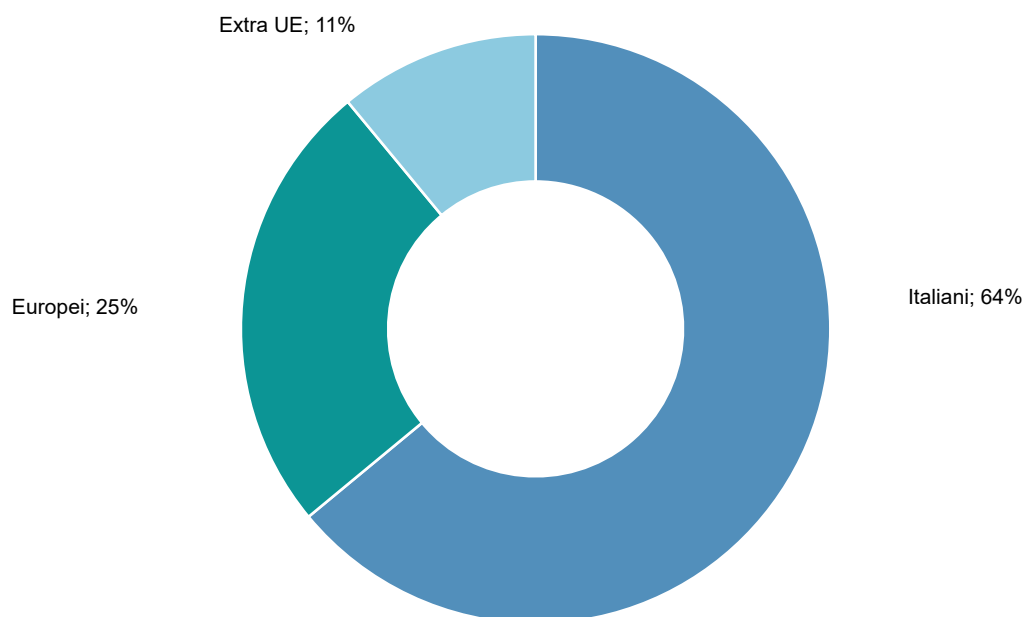


Fig. 4 | Fonte: elaborazione SRM su Survey

Il mercato di riferimento delle imprese di diving: clientela per fascia di età (peso medio rispetto alle risposte fornite)

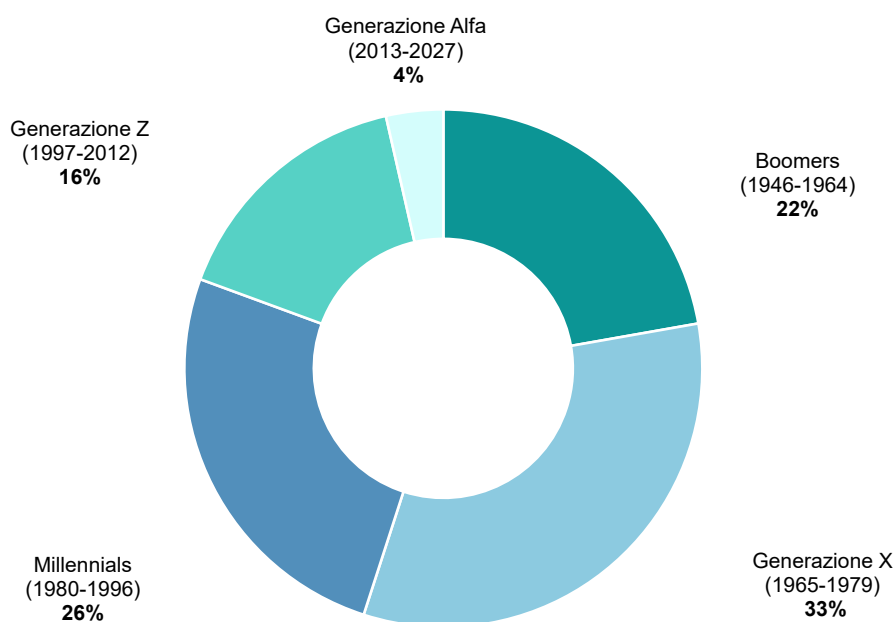


Fig. 5 | Fonte: elaborazione SRM su Survey

3.4 L'offerta disponibile

Guardando poi all'offerta, i fruitori possono scegliere, mediamente, tra 3 percorsi resi disponibili da ciascun operatore con distanze e profondità diverse, ma non mancano iniziative o volontà da parte delle imprese di ampliare la propria offerta con percorsi al momento interdetti, come ad esempio quello che consentirebbe di ammirare da vicino il relitto della nave mercantile "Laura Cosulich", affondata nel 1941 nelle acque ioniche calabresi davanti a Saline Joniche (Reggio Calabria), oppure le colonne romane del II secolo d.C. ritrovate nell'agosto del 1960 nei pressi di Torre Chianca a Porto Cesareo (Lecce), o ancora il motore di un aereo statunitense C-46 costretto nel luglio del 1944 a un ammaraggio a sud di Sciacca (Agrigento) a causa dell'esaurimento del carburante.

L'offerta tradizionale è poi integrata ed ampliata grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie: tour interattivi 3D, applicazioni per smartphone, realtà aumentata, giochi educativi e audioguide subacquee contribuiscono ad arricchire l'esperienza dell'utente e a migliorare la fruizione del sito.

Completa l'offerta la presenza, nei Comuni di riferimento degli operatori intervistati, di almeno un museo dedicato al mare, all'archeologia subacquea, alla storia navale o avente reperti di archeologia subacquea (80% dei casi), anche se non sempre funzionante e aperto al pubblico. Un aspetto ulteriore, quest'ultimo, in cui le sinergie tra operatori del settore e istituzioni potrebbero giocare un ruolo determinante.

3.5 Alcune riflessioni conclusive

Pur considerando l'eterogeneità del campione, uno degli aspetti da porre in risalto è la mancanza di una visione sistemica e informata degli operatori del comparto che sia in grado di fungere da motore per la creazione di sinergie, collaborazioni e politiche di coordinamento tra i vari player del settore (comprese, ad esempio, agenzie di viaggio tradizionali e tour operator) e il mondo istituzionale. Seppur non mancano collaborazioni con enti pubblici e università per la promozione e la valorizzazione del territorio, l'analisi ha portato alla luce l'esistenza di ampi margini di potenziamento dell'offerta in un segmento di mercato che registra numeri in crescita e una costante evoluzione di gusti e preferenze dei consumatori, sempre più orientati alla ricerca di soluzioni dall'elevato contenuto esperienziale e innovativo.

In questa chiave vanno letti gli sforzi profusi dalle imprese del settore per integrare nella propria *value proposition* tecnologie innovative volte ad ampliare modalità di fruizione dei servizi e accessibilità, con un occhio attento al pilastro della sostenibilità ambientale. La necessità di una visione di "sistema" o - per meglio dire - di "ecosistema" passa attraverso la definizione di obiettivi e strategie comuni e la creazione di una cultura del settore diffusa tra i vari operatori. Accanto ai timori è emerso, infatti, un forte interesse al dialogo da parte delle imprese di *diving* che volentieri si aprirebbero anche all'offerta di percorsi subacquei archeologici non noti o, al momento, non accessibili.

In buona sostanza, dunque, il messaggio principale è quello di mettere a sistema risorse e know-how per creare un'offerta integrata che guidi l'utente alla scoperta delle bellezze archeologiche custodite nei fondali dei nostri mari.

4. Considerazioni conclusive

4.1 Verso un “sistema del mare” come piattaforma competitiva

Lo studio ha evidenziato come il turismo subacqueo archeologico risponda pienamente alle direttrici del nuovo modello competitivo delineato per il turismo italiano.

Promuove, infatti, un uso sostenibile e responsabile delle risorse marine e culturali, con un impatto ambientale minimo e un elevato valore educativo. Allo stesso tempo, integra la digitalizzazione come leva strategica, grazie all'impiego di tecnologie avanzate per la fruizione, la tutela e la comunicazione del patrimonio sommerso.

Si configura, inoltre, come un modello di inclusione e coesione sociale, capace di ampliare la partecipazione dei cittadini e favorire la crescita socioeconomica delle comunità costiere. Infine, contribuisce alla diversificazione e destagionalizzazione dell'offerta turistica, superando i flussi tradizionali e creando nuove motivazioni di viaggio e nuovi segmenti di mercato.

In tal senso, il turismo subacqueo archeologico non è soltanto una nicchia di settore, ma può diventare una leva strategica di sviluppo territoriale integrato, unendo cultura, ambiente e innovazione.

Tuttavia, esso può svilupparsi pienamente solo se inserito in una rete territoriale connessa, capace di integrare servizi, esperienze e destinazioni. La connettività assume, quindi, tre dimensioni fondamentali presentate di seguito.

- 1. Accessibilità ai servizi.** L'esperienza turistica deve essere agevole e completa: collegamenti efficienti via terra e mare, strutture ricettive attrezzate per accogliere sub e visitatori, servizi di ristorazione, attività per il tempo libero e percorsi tematici di qualità. Migliorare la mobilità, la segnaletica e la comunicazione turistica significa ampliare la platea di utenti, anche non specialisti.
- 2. Integrazione con altri tematismi.** Il turismo subacqueo non può essere un'esperienza isolata: deve dialogare con l'offerta **culturale, balneare, enogastronomica e naturalistica**. Un itinerario che unisce un sito sommerso a un museo del mare, a un percorso del gusto o a un trekking costiero crea un racconto completo del territorio e ne valorizza la molteplicità.
- 3. Connessione tra siti e reti internazionali.** L'Italia può rafforzare la propria competitività inserendosi nei grandi itinerari europei e mediterranei dedicati al patrimonio subacqueo (come il progetto “Mediterranean Underwater Cultural Heritage”) costruendo rotte tematiche comuni (ad esempio, le rotte romane o fenicie) e sviluppando pass turistici integrati che incentivino la visita di più destinazioni in un unico viaggio.

Perché questa visione si realizzi, occorre sviluppare un vero sistema del turismo marino-culturale, che metta in rete i parchi archeologici sommersi, i musei del mare, le aree marine protette e i centri di ricerca, sostenuto da **politiche nazionali e regionali coordinate, programmi di formazione e certificazione per operatori specializzati, partenariati pubblico-privato** per la gestione sostenibile dei siti e un forte investimento in **infrastrutture digitali e comunicative**.

4.2 Risorse e strumenti a disposizione del settore

Nell'ambito delle azioni per far ripartire l'Italia previste dal PNRR, una particolare attenzione è stata 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".

Ai progetti d'investimento in materia di turismo (che rientrano nell'ambito della Missione 1 Componente C3 "Turismo e cultura") sono stati inizialmente assegnati 2,4 milioni di euro. Gli investimenti previsti hanno il duplice obiettivo di innalzare la capacità competitiva delle imprese e promuovere un'offerta turistica basata su sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi. Le azioni includono il miglioramento delle strutture ricettive e dei servizi collegati, la realizzazione di investimenti pubblici per una maggiore fruibilità del patrimonio turistico, il sostegno al credito per il comparto turistico e incentivi fiscali a favore delle piccole e medie imprese del settore.

Tra le principali linee di investimento vi sono la realizzazione di un *Tourism Digital Hub* per integrare l'intero ecosistema turistico e un Fondo per la competitività delle imprese turistiche destinato a finanziare sostenibilità ambientale, innovazione digitale e miglioramento qualitativo delle strutture. Il Piano prevede per il settore anche la riforma dell'Ordinamento delle professioni delle guide turistiche, obiettivo raggiunto con la legge 190 del 2023.

L'erogazione delle risorse avviene tramite strumenti quali crediti d'imposta e contributi a fondo perduto per interventi di green retrofit e digitalizzazione nelle strutture ricettive, sezioni speciali del Fondo di Garanzia per le PMI, Fondo rotativo (FRI-Tur) a supporto di investimenti privati sostenibili, nonché il Fondo per il Turismo Sostenibile (gestito insieme a MEF e BEI) e il Fondo Nazionale del Turismo (con risorse del Ministero) per la riqualificazione di immobili pubblici ad alto potenziale turistico.

Guardando all'attuazione, l'osservatorio Openpolis sul coinvolgimento del settore *Turismo* nell'ambito del PNRR monitora 10.342 progetti a livello nazionale per quasi 3,7 miliardi di risorse (2,4 mld del PNRR più altre risorse), con una spesa effettiva delle risorse che si aggira, al II trimestre 2025, intorno al 19%.

Le risorse a disposizione del settore, in ogni caso, non si limitano a quelle del PNRR ma coinvolgono anche la programmazione dei fondi strutturali 2021-27 incentrata, tra l'altro, su interventi infrastrutturali e turistici nelle regioni meridionali per rilanciare l'offerta culturale, il turismo rurale, il ciclo-turismo e la riqualificazione di centri storici, borghi e aree interne.

Si aggiungono, infine, gli investimenti privati (come, ad esempio, quelli provenienti dalle Banche) che, combinati con i fondi PNRR/UE, favoriscono ulteriormente la "rivoluzione verde" del comparto, sostenendo investimenti in hotel a basso impatto ambientale, infrastrutture di accesso sostenibili (suolo, portualità, bike sharing) e iniziative innovative di accoglienza culturale, in linea con le politiche europee di turismo responsabile.

4.3 Moltiplicatore ed impatto economico

Il mercato europeo del turismo subacqueo continua a crescere, confermandosi un comparto ad alto potenziale sostenuto da una domanda qualificata, da una crescente attenzione alla sostenibilità e dal costante progresso tecnologico. Tra i principali poli di riferimento figurano Italia, Germania, Regno Unito, Francia e Spagna.

L'Italia possiede tutti i requisiti - culturali, geografici e scientifici - per affermarsi come leader europeo del turismo archeologico subacqueo, trasformando il mare in una vera e propria piattaforma di innovazione, conoscenza e attrattività sostenibile.

Il nostro Paese gode già di una forte reputazione turistica internazionale, con oltre 73,9 milioni di arrivi stranieri, che la collocano al terzo posto nel mondo dopo Francia e Spagna. Le presenze complessive (domestiche e internazionali) raggiungono i 466 milioni, superando del 6,7% i livelli pre-pandemici del 2019.

Attraverso la creazione di una rete di siti sommersi accessibili, digitalizzati e interconnessi, l'Italia può valorizzare in modo unitario un patrimonio unico al mondo, generando nuove economie locali, occupazione qualificata e una maggiore consapevolezza culturale nelle comunità costiere.

Dal punto di vista economico, l'impatto potenziale è significativo. Le analisi condotte da SRM indicano che ogni presenza turistica aggiuntiva genera 128,2 euro di valore aggiunto nel caso del turismo balneare. Se l'esperienza integra componenti culturali e ambientali, rientranti nell'ambito del turismo subacqueo archeologico, si arriva a 145 euro.

Questi moltiplicatori riflettono una spesa turistica più qualificata e diffusa, capace di attivare filiere produttive locali legate ai servizi culturali, all'artigianato, alla ristorazione e alla mobilità sostenibile, favorendo al contempo destagionalizzazione e impatto positivo sull'indotto territoriale.

Le destinazioni che riescono a integrare offerta culturale e gestione sostenibile dei flussi ottengono moltiplicatori economici più elevati e duraturi, con effetti tangibili sul benessere delle comunità locali.

Secondo le proiezioni SRM, se anche solo un turista culturale su cinque venisse orientato verso un'esperienza di turismo archeologico subacqueo, si genererebbero 1,6 miliardi di euro di valore aggiunto in più, di cui circa 340 milioni nel Mezzogiorno.

Uno scenario realistico, reso possibile dalla natura moltiplicativa di questo segmento e dalla creazione di circuiti di offerta integrata che connettano i siti sommersi alle destinazioni culturali e balneari limitrofe.

Il successo del turismo subacqueo archeologico dipende, dunque, dalla capacità di integrare esperienze, territori e tematismi, rafforzando le connessioni fisiche e digitali tra i luoghi. In questo modo, il mare si trasforma da semplice risorsa naturale a piattaforma culturale e competitiva, fondamento di una nuova idea di turismo intelligente, rispettoso e condiviso.

Bibliografia

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

Bruno F., Barbieri L., Lagudi A., Cozza M., Cozza A., Peluso R., Muzzupappa M. (2018). Virtual dives into the underwater archaeological treasures of South Italy. *Virtual Reality* 22: 91-102.

Canoro C. (2021). Introduzione. In: (a cura di): CANORO C, Patrimonio culturale sommerso. Passaporto per il futuro. Dive in the past. ISBN: 979-12-5976-100-2.

Canoro C. (2024a). Introduction. Underwater Cultural Heritage Tourism. In: CANORO C. The organizational structure of underwater cultural tourism. Actors and new perspectives. ISBN: 979-12-235-0220-4.

Canoro C. (2024b). "Il ruolo degli attori locali nella tutela, promozione e valorizzazione del patrimonio culturale sommerso". In (a cura di): Auriemma R., Il progetto Underwatermuseum. Atti del Convegno Internazionale Stati generali della gestione dal basso del patrimonio subacqueo. Bari: Edipuglia, ISBN: 979-12-5995-058-1, Lecce, dal 3 al 5 giugno 2022, doi: <http://dx.doi.org/10.4475/0581>.

Canoro C., Briganti P., Bizjak D. (2025). La diversità e le dinamiche conflittuali nei gruppi. Il caso Istituto Centrale del Restauro. ISBN: 979-12-235-0321-8.

Canoro C., Bruno F., Cozza M., Izzo F. (2021). Il serious game come strumento innovativo di comunicazione nel mercato del turismo archeologico subacqueo: il caso Dive in the past. In (a cura di): Canoro C., Patrimonio culturale sommerso. Passaporto per il futuro. Dive in the past. ISBN: 979-12-5976-100-2.

Canoro C., Ferrara M. (2024). The organizational model of diving and archaeological tourism. In: Canoro C., The organizational structure of underwater cultural heritage tourism. Actors and new perspectives. ISBN: 979-12-235-0220-4.

Canoro C., Izzo F. (2024). Underwater Cultural Heritage Tourism: Digitalization to enhance accessibility and knowledge dissemination. In: Canoro C., The organizational structure of underwater cultural heritage tourism. Actors and new perspectives. ISBN: 979-12-235-0220-4.

Canoro C., Izzo F., Varriale L. (2024). A tourist system for Underwater Cultural Heritage: Digital Underwater Parks. In: Canoro C., The organizational structure of underwater cultural heritage tourism. Actors and new perspectives. ISBN: 979-12-235-0220-4.

Canoro C., Xerri R. (2024). Citizens' engagement in the organizational process of Underwater Parks in Italy and Malta. In: Canoro C., The organizational structure of underwater cultural heritage tourism. Actors and new perspectives. ISBN: 979-12-235-0220-4.

CBI, Acorn Tourism Consulting Limited (2024), The European market potential for dive tourism

EUROSTAT (anni vari), database Tourism industries

Greco F., Canoro C., Bifulco F. (2024). Percorsi Innovativi di Valorizzazione del Parco Archeologico Sommerso di Baia: il caso Campi Flegrei Diving Center. In: Le risorse da valorizzare per uno sviluppo dal volto umano. ISBN: 9-791281-851115.

ISTAT (anni vari), Database Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

Manglis A., Fourkiotou A., Papadopoulou D. (2021). A roadmap for the sustainable valorization of accessible underwater cultural heritage sites. *Heritage* 4: 4700-4715.

SRM (Anni vari), Rapporto annuale Turismo & Territorio, Tendenze, impatti e dinamiche d'impresa, Giannini Editore, Napoli

SRM (2024), Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità. Il valore sociale ed economico del volontariato a sostegno del patrimonio culturale ed archeologico.

SRM (2023), Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità. L'impatto del brand Unesco sui territori.

SRM (2022), Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità. Il caso del turismo sotterraneo e sue implicazioni.

SRM (2021), Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità. Il caso del turismo archeologico subacqueo e sue implicazioni.

Un Tourism (Anni vari), World Tourism Barometer

Note Autori

Cristina Canoro.

Post-doc Research Fellow in Organization Studies. Scuola Superiore Meridionale (SSM) – Naples - Italy

Salvio Capasso.

Responsabile del Servizio Imprese & Territorio di SRM.

Agnese Casolaro.

Ricercatrice Servizio Imprese & Territorio di SRM

Autilia Cozzolino.

Ricercatrice Servizio Imprese & Territorio di SRM

Alessandro Sellitto.

PhD Candidate in Economics presso le Università di Milano e Pavia

Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità

Numeri precedenti

Il caso del turismo archeologico subacqueo e sue implicazioni

(2021) Il paper mette in evidenza la combinazione ambiente e cultura, nesso ancora più stretto se si guarda all'Italia, considerati l'ampiezza e la varietà del patrimonio storico e artistico, e l'ampio ventaglio di esperienze turistiche (folklore, gastronomia, eventi) che può offrire, concentrati su un territorio tutto sommato ridotto rispetto ad altre aree del mondo caratterizzate da elevata attrattività turistico-culturale.

L'attenzione verso un turismo in grado di contemperare le esigenze di sviluppo con la preservazione delle risorse naturali è un tema sempre più predominante. Il turismo archeologico subacqueo esprime al meglio questa simbiosi. Si tratta di una forma turistica ancora ristretta ma che ha tanto potenziale. 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 e 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.

Il caso del turismo sotterraneo e sue implicazioni

(2022) Il paper analizza le caratteristiche e le potenzialità economiche del Turismo Sotterraneo, categoria inclusa nell'ambito del turismo sostenibile e incentrata sul "portare alla luce" il nostro patrimonio culturale "underground". Parliamo di un patrimonio diversificato e ramificato che racchiude in sé tipologie differenti di Beni di cui anche le modalità di tutela, protezione, conservazione, valorizzazione e fruizione risultano molto variegata e con complesse implicazioni per il territorio. Si tratta di grotte e cavità sia naturali sia artificiali; in particolare, catacombe, mitrei e ipogei sono potenti attrattori nell'ambito del turismo culturale.

Il paper approfondisce, nella prima parte, il patrimonio ambientale e culturale del Paese, ed in particolare del Mezzogiorno e della Campania, evidenziando la possibilità che tali territori hanno di promuovere la consapevolezza ambientale e la valorizzazione economica dell'ampia offerta turistica di cui sono dotati. Si prosegue con la tematica "definitoria" del Patrimonio Culturale Sotterraneo, con riferimento ad Organizzazioni, Associazioni ed Enti di Ricerca che negli ultimi anni hanno dibattuto sull'argomento.

Segue una parte, di natura più descrittiva, che prende avvio con un inquadramento delle tipologie differenziate di turismo, legate a siti sotterranei noti e fruibili, ed espone poi progetti "rilevanti" di sviluppo e rilancio turistico che possono rappresentare suggerimenti utili per la gestione della pianificazione del Bene. Infine, sono analizzate le potenzialità economiche generate dallo sviluppo del settore turistico underground, nonché le opportunità in termini di risorse e progetti previste nel PNRR.

L'impatto del brand Unesco sui territori

(2023) Il terzo numero della collana analizza il tema dell'impatto complessivo dei siti Unesco sul territorio anche con il supporto di tre casi studio localizzati nel Mezzogiorno: Pompei, Palermo-Cefalù e Matera. Lo studio riporta inoltre le stime sulle opportunità economiche che il Mezzogiorno può cogliere nel valorizzare siti Unesco mediante una politica integrata attiva.

Obiettivo di questo studio è analizzare il potenziale impatto territoriale, alla luce dell'attribuzione del riconoscimento Unesco, dei grandi siti di turismo archeologico-culturale, con particolare riferimento al Mezzogiorno. Si parte con l'inquadramento definitorio del concetto di sito Unesco e con la mappatura dello stesso per l'Italia. Segue l'analisi generale dei flussi turistici nazionali e regionali. Si discute poi sull'impatto complessivo dei siti Unesco sul territorio secondo la letteratura prevalente, nazionale e non, e sono riportati tre casi studio di siti Unesco per il Mezzogiorno: Pompei, Palermo-Cefalù e Matera.

Infine, si stimano le opportunità economiche che il Mezzogiorno può cogliere nel valorizzare siti UNESCO mediante una politica integrata attiva.

Il valore sociale ed economico del volontariato a sostegno del patrimonio culturale ed archeologico

(2024) Il quarto numero della collana analizza il ruolo cruciale svolto dalle organizzazioni non profit nel panorama culturale e creativo contemporaneo: un contributo prezioso alla società in termini di innovazione, accessibilità, valorizzazione del territorio e formazione del pubblico. In termini numerici, nell'ambito del comparto della cultura e creatività il Terzo Settore è una realtà con oltre 55mila entità e più di 22mila addetti, ai quali si aggiungono ben 743.325 volontari.

In questo paper, anche con il supporto di casi di studio, si punta un faro sul ruolo e sull'impatto del non profit nell'ambito dell'offerta culturale italiana, strettamente connessa a quella turistica con importanti risvolti economici.

Quando la cultura incontra le comunità. Musei, siti archeologici e biblioteche come leva di partecipazioni inclusiva e capacitante a livello locale

(2025) *In collaborazione con Percorsi di Secondo Welfare.* Il quinto numero della collana ha l'obiettivo di offrire un quadro articolato e documentato delle pratiche culturali in atto nei territori, con particolare attenzione al ruolo che musei, biblioteche, siti archeologici e altre istituzioni locali possono assumere come spazi di inclusione, partecipazione e coesione sociale. La prospettiva non è solo quella di analizzare i dati, ma soprattutto di mettere in luce come la cultura, quando diventa patrimonio condiviso, si trasformi in una vera e propria infrastruttura comunitaria, capace di generare legami sociali, attivare processi educativi e contribuire allo sviluppo sostenibile.

Le esperienze analizzate nel rapporto dimostrano che la cultura, quando è resa accessibile e partecipata, diventa strumento di equità e inclusività. Essa favorisce il dialogo intergenerazionale, rafforza il senso di appartenenza e restituisce dignità e opportunità a territori e comunità che, senza tali strumenti, rischierebbero di restare escluse dai processi di sviluppo socioeconomico.

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. È specializzato nell'analisi economica delle dinamiche regionali, con particolare attenzione al Mezzogiorno. Ha creato e gestisce, inoltre, tre Osservatori di ricerca a carattere internazionale che monitorano e analizzano settori strategici come i Trasporti Marittimi e la Logistica, il Turismo e l'Energia. SRM cura e pubblica la Rivista Rassegna Economica, il Dossier UE 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, Paola Papanicolaou, 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): Giovanni Maria Dal Negro

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

COMPANY WITH
 QUALITY SYSTEM
 CERTIFIED BY DNV
 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 Marittimo; sviluppo editoriale e gestione della produzione di periodici in ambito economico/finanziario del Mezzogiorno, del Mediterraneo e Marittimo.

Soci Fondatori e Ordinari

INTESA  SANPAOLO

 Fondazione
 Compagnia
 di San Paolo

 INTESA SANPAOLO
 INNOVATION CENTER

 INTESA SANPAOLO
 RENT FOR YOU

 ALEXBANK

 INTESA SANPAOLO BANK
 Albania

 PBZ
 Intesa Sanpaolo Group

 INTESA SANPAOLO BANK
 Slovenia

sr-m.it