



INDICE

QUARTO RAPPORTO SULL'ECONOMIA DEL MARE DEL LAZIO	4
1 L'INQUADRAMENTO CONCETTUALE ALLA BASE DELLE POLITICHE DI SVILUPPO	5
2 IL TESSUTO IMPRENDITORIALE DELL'ECONOMIA DEL MARE DEL LAZIO.....	9
<i>Caratteristiche delle imprese dell'economia del mare in Italia e nel Lazio</i>	<i>9</i>
<i>Le imprese giovanili dell'economia del mare in Italia.....</i>	<i>16</i>
<i>Le imprese femminili dell'economia del mare in Italia</i>	<i>18</i>
<i>Le imprese straniere dell'economia del mare in Italia.....</i>	<i>20</i>
2 IL RUOLO ECONOMICO: VALORE AGGIUNTO E OCCUPAZIONE NEL LAZIO	27
<i>La capacità produttiva e l'occupazione in Italia e nel Lazio</i>	<i>27</i>
3 LA CAPACITÀ DI ATTIVAZIONE SUL RESTO DELL'ECONOMIA.....	36
5 IL COMMERCIO ESTERO VIA MARE	39
FOCUS SULLE ATTIVITÀ SPORTIVE E RICREATIVE IN PROVINCIA DI LATINA.....	43
LE IMPRESE DEL TURISMO SPORTIVO IN PROVINCIA DI LATINA	58
L'IMPATTO DELLO SPORT SUL TURISMO IN PROVINCIA DI LATINA	62
TURISMO SPORTIVO E TERRITORIO	65
LE CARATTERISTICHE DEL TURISMO SPORTIVO	72
RACCONTARE SE STESSI, LA COMUNICAZIONE DELLE IMPRESE	75

Il presente Rapporto è stato redatto dalla Camera di Commercio di Latina (coordinatore Dr. Fabio Ulgiati) su dati elaborati da SI.Camera.

La riproduzione e/o diffusione parziale totale delle informazioni contenute nel presente volume è consentita esclusivamente con la citazione completa della fonte: *“CCIAA Latina, Quarto rapporto sull’Economia del Mare del Lazio, 2018”*.

Quarto Rapporto sull'Economia del Mare del Lazio

Introduzione



La risorsa mare ha, da sempre, ricoperto un ruolo importante nell'economia europea, soprattutto grazie ai settori del turismo costiero, della cantieristica navale, dell'estrazione di petrolio e gas in mare aperto, della pesca e della navigazione. Un mare che, inteso anche come fonte di ricchezza e di sviluppo sostenibile, comporta crescente attenzione da parte dei territori e dei sistemi imprenditoriali, sia per le opportunità che presenta, sia per senso di responsabilità nei confronti delle future generazioni. Molteplici sono le facce di un mondo che può essere catalizzatore di crescita economica e sociale.

Contribuire fattivamente alla crescita ed alla creazione di benessere sociale, con la nascita di imprese e nuovi posti di lavoro e, allo stesso tempo, assicurare che gli ecosistemi legati al mare rimangano sani ed in grado di assicurare benefici anche alle generazioni future, rappresenta per le Istituzioni, i corpi intermedi e per i cittadini una doppia sfida.

Sostenere le imprese soprattutto nell'accesso al credito, nelle dinamiche di apertura ai mercati esteri o all'innovazione di processo e/o prodotto significa anche garantire e preservare il potenziale economico della risorsa mare, in modo sostenibile.

Mauro Zappia

Commissario Straordinario

Camera di Commercio di Latina

1 L'inquadramento concettuale alla base delle politiche di sviluppo

L'economia del mare rappresenta in Italia uno dei principali vettori di sviluppo, in grado di superare molto spesso le barriere nazionali ed affermarsi sui mercati internazionali, grazie anche al valore del made in Italy incorporato nei prodotti e nei servizi collegati alla risorsa mare.

Motore di questa economia, che include oltre alla filiera della cantieristica, anche quella del turismo, dei parchi marini, della pesca e dei trasporti, molto spesso sono i cluster nautici in grado di innovare tanto sotto il profilo tecnologico che organizzativo, con relazioni produttive e commerciali che sovente travalicano gli originari ambiti territoriali di riferimento. Proprio in questa prospettiva, complice anche la recente crisi del settore, molte imprese hanno internazionalizzato la propria filiera di produzione e commercializzazione, a cominciare dalle realtà produttive dei Paesi che si affacciano sul Mare Nostrum

Parlare di economia del mare significa far riferimento a un fenomeno complesso e dai contorni indefiniti, giacché penetra fra le diverse maglie del sistema economico e produttivo; per poterlo analizzare e, soprattutto, per poter stimare quantitativamente il suo impatto sull'economia e sull'occupazione in maniera attendibile, quindi, occorre trovare una definizione condivisa circa i settori che lo compongono.

Come evidenziato dalla guida de Maritime Industry Museum at Fort Schulyer¹⁰, l'economia del mare abbraccia molteplici attività produttive e di servizi, che spaziano dal trasporto delle merci e dei passeggeri alla pesca, come anche la costruzione e riparazioni delle imbarcazioni, l'istruzione e la formazione nautica, la comunicazione, il turismo, la tutela ambientale etc.

Anche la Commissione europea ha fornito un'ampia descrizione di questa importante fetta dell'economia, la cosiddetta blue economy, per misurarne la portata e definire gli obiettivi di sviluppo intelligente, sostenibile ed inclusivo, nell'ambito di una sempre più ricercata politica marittima integrata.

Alla luce di queste ed altre esperienze internazionali, è stato possibile identificare le attività da ricondurre al cluster marittimo, per offrire una visione analitica d'insieme della fitta rete di relazioni economiche legate al mare.

La Camera di Commercio di Latina, partendo dal primo rapporto nazionale sul Sistema Mare, realizzato da Unioncamere agli inizi del 2010¹, ed ispirandosi sia ai successivi rapporti di ricerca² che alle varie esperienze internazionali, ha ritenuto opportuno approfondire l'Economia del Mare del Lazio nelle sue varie espressioni: da quelle più tradizionali, come pesca e cantieristica, a quelle più innovative, come ricerca e biotecnologie marine, industrie estrattive marine piuttosto che l'intero ambito del turismo.

Entrando nel merito della ricerca sull'**Economia del Mare del Lazio**, la visione che viene data all'economia del mare è incentrata sui seguenti sette settori:

- **filiera ittica:** ricomprende le attività connesse con la pesca, la lavorazione del pesce e la preparazione di piatti a base di pesce, includendo anche il relativo commercio all'ingrosso e al dettaglio;
- **industria delle estrazioni marine:** riguarda le attività di estrazione di risorse naturali dal mare, come ad esempio il sale, piuttosto che petrolio e gas naturale con modalità off-shore. Si tiene a precisare che per questo settore le stime si sono dovute fondare su alcune ipotesi tali da consentire di individuare all'interno dell'attività estrattiva quella riconducibile al mare³;
- **filiera della cantieristica:** racchiude le attività di costruzioni di imbarcazioni da diporto e sportive, cantieri navali in generale e di demolizione, di fabbricazione di strumenti per navigazione e, infine, di installazione di macchine e apparecchiature industriali connesse;
- **movimentazione di merci e passeggeri:** fa riferimento a tutte le attività di trasporto via acqua di merci e persone, sia marittimo che costiero, unitamente alle relative attività di assicurazione e di intermediazione degli stessi trasporti e servizi logistici;
- **servizi di alloggio e ristorazione:** sono ricomprese tutte le attività legate alla ricettività, di qualsiasi tipologia (alberghi, villaggi turistici, colonie marine, ecc.) e quelle chiaramente relative alla ristorazione, compresa ovviamente anche quella su navi;
- **ricerca, regolamentazione e tutela ambientale:** include le attività di ricerca e sviluppo nel campo delle biotecnologie marine e delle scienze naturali legate al mare più in generale, assieme alle attività di regolamentazione per la tutela ambientale e nel campo dei trasporti e comunicazioni. Inoltre, in questo settore sono presenti anche le attività legate all'istruzione (scuole nautiche, ecc.);
- **attività sportive e ricreative:** ricomprende le attività connesse al turismo nel campo dello sport e divertimento, come i tour operator, guide e accompagnatori turistici,

¹ Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Unioncamere, Retecamere, Istituto G. Tagliacarne, *Rapporto SistemaMare. Imprese, filiere e territori*, febbraio 2010.

² Unioncamere-Si.Camera, *Quarto Rapporto sull'Economia del Mare*, aprile 2015 e Camera Di Commercio di Latina, *L'Economia del Mare nei territori Regio Prima*, aprile 2014.

³ Ipotesi che, se viste alla luce all'esiguità dei valori assoluti sottostanti, inducono ad una certa cautela il trattamento dei dati stimati per questo settore, soprattutto a livello territoriale.

parchi tematici, stabilimenti balneari e altri ambiti legati all'intrattenimento e divertimento (discoteche, sale da ballo, sale giochi, ecc.).

Principale risorsa della terra, quindi, l'acqua rappresenta il più evidente e simbolico segno di vita. Una risorsa che trova la sua massima espansione nei mari e negli oceani, dalla cui grandiosità proprio gli uomini hanno sempre tratto la consapevolezza di trovarsi di fronte ad una fonte inesauribile di ricchezza. Come la storia insegna, è grazie anche al mare che il continente europeo è riuscito non solo a sviluppare la propria attività economica potendo sfruttare le vie marittime grazie ai suoi diversi migliaia di chilometri costieri, ma anche ad espandersi in termini di conquiste, conoscenza di nuove terre e culture.

Il mare è sempre stato una delle più grandi sfide dell'uomo, spazio da conquistare e nel contempo risorsa inesauribile, un mondo che ha attirato i suoi sforzi nella ricerca di andare oltre, guidato dalla consapevolezza delle immense potenzialità che gli avrebbe potuto offrire.

Dalla risorsa mare l'uomo ricava costantemente alimenti, materie prime e potenzialmente anche energia sfruttando la forza delle correnti, delle onde, delle maree, delle correnti di marea oltre al gradiente termico tra superficie e fondali. Così, il mare, presentandosi come un'importante leva sulla quale fondare parte dello sviluppo economico, stimola un attento studio su tutte quelle attività che sono il frutto, o possono trovare giovamento, dalla presenza di questa risorsa.

La blue economy non può non essere osservata se non come la dimensione marittima della strategia di Europa 2020. Una strategia ormai consolidata e condivisa che, in una fase come quella attuale di crisi e di ridefinizione dei pattern, punta a rilanciare un nuovo modello basato su un'economia intelligente, sostenibile e solidale. La crescita blu rappresenta, dunque, quella scia da seguire e percorrere nella consapevolezza che il mare e le coste sono una risorsa limitata, pur rappresentando un importante motore di sviluppo per il nostro Paese.

Nelle valutazioni economiche di un Paese, spesso non si tiene in considerazione il fatto che gran parte del sistema produttivo dipende dalla natura, dai suoi prodotti e risorse, dalle sue bellezze, e così via. In questo il mare, una delle espressioni più intense e vaste della natura, rappresenta un fattore strategico per molte attività economiche, perché la forza dell'elemento marino non è rintracciabile solo nel paesaggio, ma è fortemente incardinata nell'economia, nella storia e nelle culture locali, influenzando la vita delle comunità coinvolte.

Ciò vale tanto più se si pensa all'Italia, un Paese posizionato al centro del Mediterraneo, che vanta 7.500 km di coste, con 15 regioni e oltre 600 comuni bagnati dal mare (circa 20 milioni di abitanti); l'Italia è lo Stato europeo con il maggior numero di spiagge, più di 5 mila siti di balneazione sui 13 mila europei (il Paese rappresenta il 35,8% di tutte le coste

balneabili del continente europeo), seguita da Francia, con 2 mila siti, Spagna, con 1910, e Grecia con 1273.

L'Unione Europea dispone di una linea costiera pari a 68 mila km, 3 volte più lunga di quella degli Stati Uniti e pari quasi al doppio di quella della Russia; oltre la metà della popolazione europea vive a meno di 50 km dal mare e maggiormente concentrata nelle aree urbane costiere, dove il 14 % del totale vive addirittura entro 500 metri dalla costa (i beni economici presenti sulla costa hanno un valore stimato compreso tra i 500 ed i 1000 miliardi di euro).

In merito proprio alla misurazione del valore dell'economia del mare, configuratosi come un fenomeno tanto pervasivo tra le maglie del sistema produttivo quanto dai contorni piuttosto indefiniti, studiarlo in termini quantitativi risulta un esercizio complesso, a partire innanzitutto dalla sua definizione. Emblematica, al riguardo, è la definizione che viene data dalla guida del **Maritime Industry Museum at Fort Schuyler** (*State University of New York Maritime College Campus*), in cui si descrive un lungo elenco di attività di produzione e servizi che in essa possono essere comprese, quali i servizi di accesso ai porti, quelli legati alla movimentazione delle merci, i servizi di trasporto passeggeri, la navigazione interna, la costruzione e riparazione di imbarcazioni, l'istruzione e la formazione nautica, la pesca, l'attività di assicurazione, la comunicazione e le filiere innovative del turismo nautico e della tutela ambientale⁴.

Il ruolo del mare nelle traiettorie di crescita delle economie è stato ulteriormente ribadito anche dalla Commissione europea⁵, che si è cimentata in una misurazione del contributo economico di questa importante fetta dell'economia, definita "blue economy", con l'obiettivo di promuovere una Politica marittima integrata comunitaria e finalizzata al conseguimento degli obiettivi della Strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva.

Sebbene l'interpretazione che viene data sia piuttosto stringente e spesso concentrata su attività prettamente innovative (biotecnologie marine, ad esempio), rispetto a una visione più ampia che abbraccia tutte le attività legate al mare, ha comunque una sua valenza nel riportare alla ribalta, in sede europea, un tema da molti sottovalutato.

⁴ "The Maritime Industry is much more than deep – sea merchant fleet. It includes tug and barge operations, port and terminal operations, pilotage, freight forwarding, chartering, intermodal services, admiralty law, passenger and excursion services, Great Lakes and inland waterways shipping, shipbuilding and repair, naval architecture and maritime engineering, seaman training, Government programs and shipping, vessel classification, marine insurance, communications, recreational boating, and much more....", <http://www.sunymaritime.edu/Maritime%20Museum/>.

⁵ European Commission, *Blue Growth. Opportunities for marine sustainable growth*, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels, 13.9.2012. I dati sulla quantificazione economica della blue economy in Europa presenti nella Comunicazione sono ripresi dallo studio *Blue Growth, Scenarios and Drivers for Sustainable Growth from Oceans, Seas and Coasts*, ECORYS, Deltares, Oceanic Développement (for the European Commission) Rotterdam/Brussels, 13 July 2012.

2 Il tessuto imprenditoriale dell'Economia del Mare del Lazio

Caratteristiche delle imprese dell'economia del mare in Italia e nel Lazio

Le imprese iscritte, al 31 dicembre 2018, nei Registri delle Imprese delle Camere di commercio italiane e operanti nell'economia del mare, ammontano a oltre 199mila, pari al 3,3% del totale delle imprese nel Paese. Se si riduce il campo di osservazione ai soli comuni costieri, le quasi 175mila imprese dell'economia del mare rappresentano il 9,5% del sistema imprenditoriale.

Imprese dell'economia del mare in totale e nei comuni costieri, per settore
Anno 2018* (valori assoluti e percentuali)

	Totale imprese economia del mare		di cui: nei comuni costieri		Incid. % su tot. economia del mare
	Valori assoluti	Compos. %	Valori assoluti	Compos. %	
Filiera ittica	33.549	16,8	24.088	13,8	71,8
Industria delle estrazioni marine	485	0,2	461	0,3	94,9
Filiera della cantieristica	27.106	13,6	16.840	9,6	62,1
Movimentazione di merci e passeggeri via mare	11.411	5,7	10.515	6,0	92,1
Servizi di alloggio e ristorazione	88.636	44,5	88.624	50,6	100,0
Attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale	7.664	3,8	4.132	2,4	53,9
Attività sportive e ricreative	30.326	15,2	30.326	17,3	100,0
Totale economia del mare	199.177	100,0	174.985	100,0	87,9
Totale economia	6.099.672		1.833.575		
Incidenza % economia del mare su totale economia	3,3		9,5		

* In questa e nelle successive tabelle e grafici i dati 2018 sono di fine periodo al 31 dicembre.

Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

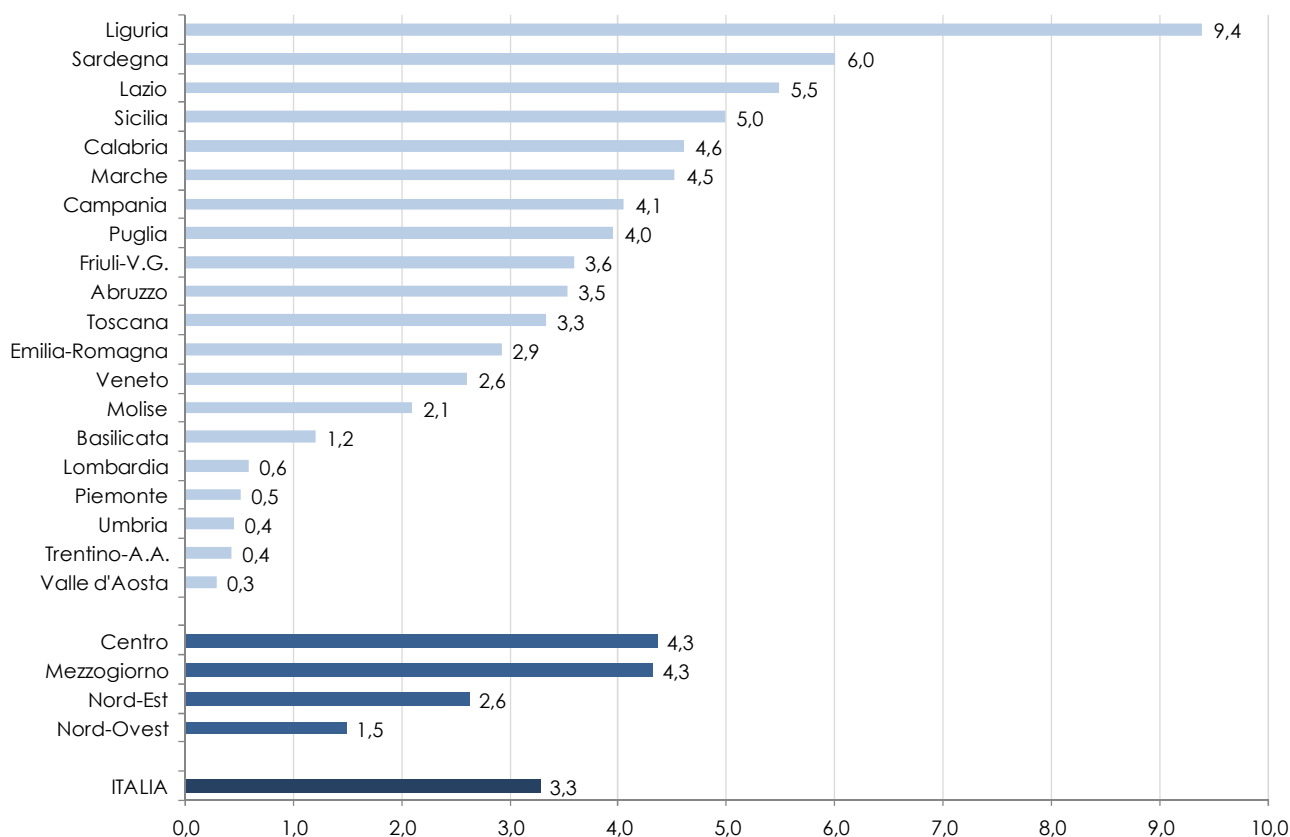
Il settore in cui si concentra il gruppo più numeroso di imprese della blue economy, è quello dei servizi di alloggio e ristorazione, strettamente legato al turismo, cui afferisce il 44,5% del totale delle imprese (quasi 89mila). Il secondo settore per incidenza percentuale è quello della filiera ittica, che va dalla pesca alla vendita al consumatore ("dal mare alla tavola"), che si attesta al 16,8%, con un numero di imprese pari a 33.549 unità.

Altri due settori che hanno un peso percentuale superiore al 10%, sono quello delle attività sportive e ricreative (15,2%) e la filiera della cantieristica navale (13,6%). Seguono a distanza, per numerosità di imprese, la movimentazione marittima di merci e persone, definito anche come "trasporti marittimi" (5,7%), le attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale (3,8%) e l'industria delle estrazioni marine, con meno di 500 aziende.

Il Centro e Il Mezzogiorno e sono le due macro-ripartizioni territoriali a più alta concentrazione di imprese della blue economy, con un'incidenza del 4,3% sul totale delle imprese in entrambi i casi. Nel Nord-Est le imprese della blue economy rappresentano il 2,6% del totale, nel Nord-Ovest solo l'1,5%.

Tra le regioni italiane, la Liguria è quella in cui l'economia del mare mostra il peso maggiore sul tessuto imprenditoriale regionale, pari al 9,4% sul totale delle imprese. Si distinguono poi altre due regioni che superano la soglia del 5%: la Sardegna (6,0%) e il Lazio (5,5%). La stessa soglia viene appena raggiunta in Sicilia, mentre realtà come la Calabria (4,6%), le Marche (4,5%) e la Campania (4,1%), mostrano incidenze superiori al 4%. Il Friuli-Venezia Giulia è invece l'unica regione del settentrione con una quota di imprese dell'economia del mare superiore alla media nazionale: il 3,6% contro il 3,3%.

Graduatoria secondo l'incidenza delle imprese dell'economia del mare sul totale economia della regione
Anno 2018 (incidenze percentuali)

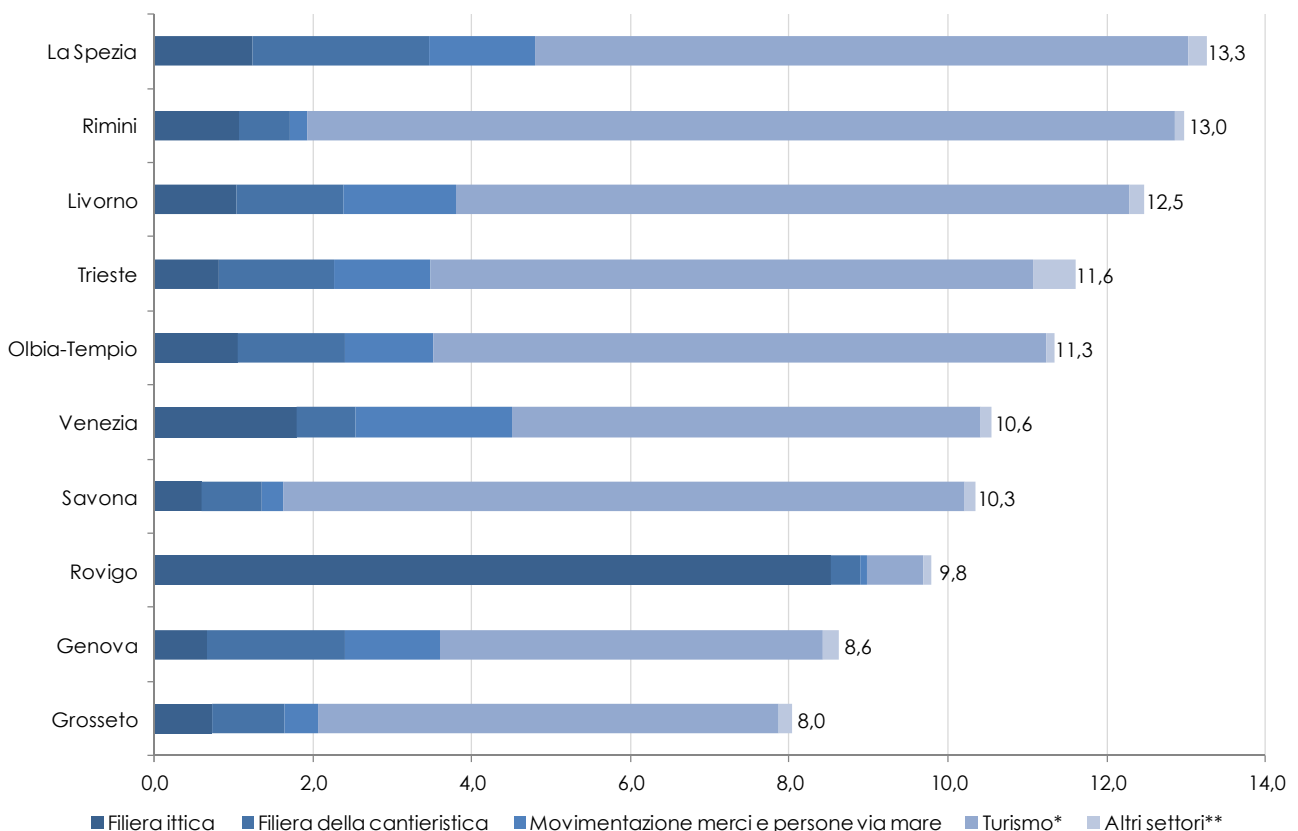


Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

Nella graduatoria provinciale per incidenza percentuale delle imprese dell'economia del mare sul totale di quelle residenti nel rispettivo territorio, al primo posto compare La Spezia, con un valore pari al 13,3% e quasi 2.800 imprese, distribuite in maniera piuttosto eterogenea nei diversi settori (rilevante il peso della cantieristica, pari al 9,7% del totale delle imprese dell'economia del mare spezzine), al contrario di Rimini, che occupa la seconda piazza (13,0%) grazie quasi esclusivamente alle imprese legate al turismo, in particolare quello balneare, con 84 imprese della blue economy su 100 appartenenti a questo settore. Segue la provincia di Livorno (12,5%), anch'essa caratterizzata da una forte presenza di imprese della cantieristica. Tra le prime dieci posizioni compaiono altre due province della Liguria: Savona (10,3%) e Genova (8,6%); un'altra provincia della Toscana: Grosseto (8,0%), due province del Veneto: Venezia (10,6%) e Rovigo (9,8%) e, oltre a queste, Trieste (11,6%) e Olbia-Tempio (11,3%).

Per quanto riguarda la filiera ittica, si evidenzia la marcata presenza di imprese del settore nella provincia di Rovigo (con 2.308 aziende e una percentuale di poco inferiore al 90%).

Prime dieci posizioni delle graduatorie provinciali secondo l'incidenza delle imprese dell'economia del mare sul totale economia della provincia Anno 2018 (valori percentuali)



* Servizi di alloggio e ristorazione e attività sportive e ricreative.

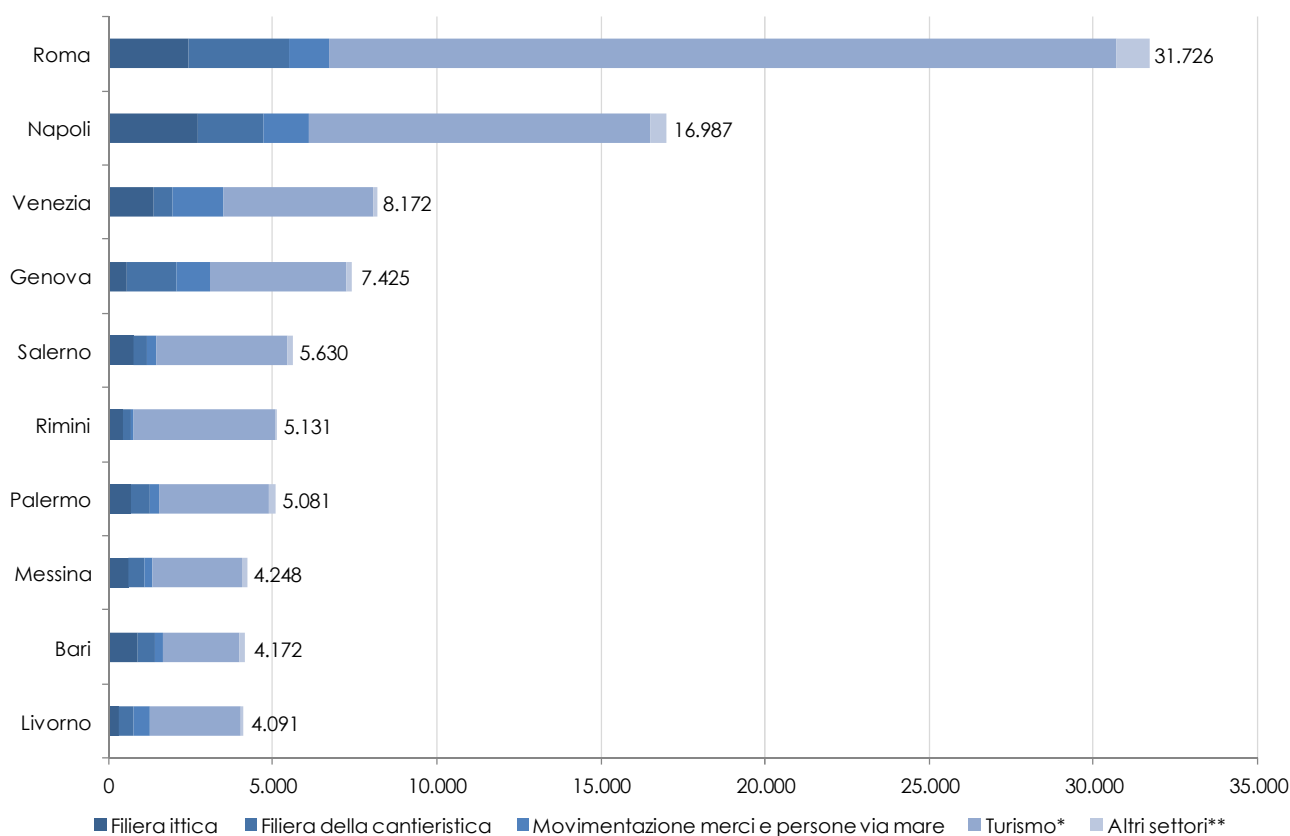
** Industria delle estrazioni marine e attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale.

Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

In termini assoluti le province con più elevata numerosità imprenditoriale nella blue economy, sono quelle di Roma (31.726 unità) e Napoli (16.987) (pari al 6,4% del tessuto produttivo locale nel caso di Roma e al 5,7% nel caso di Napoli). Le province in cui sono ubicate un numero di imprese compreso tra le 5mila e le 10mila unità sono quelle di Venezia, Genova, Salerno e Rimini e Palermo; tra le 4mila e le 5mila unità si attestano le province di Messina, Bari e Livorno.

Dalle prime 10 province per numerosità proviene quasi la metà (46,5%) delle imprese dell'economia del mare, con il Mezzogiorno a farla da padrone (44,1% del complesso delle imprese della blue economy), anche se la regione con la rilevanza maggiore dal punto di vista della numerosità è il Lazio (18,1% del totale), grazie alla Capitale.

Prime dieci posizioni delle graduatorie provinciali secondo la numerosità assoluta delle imprese dell'economia del mare Anno 2018 (valori assoluti)



* Servizi di alloggio e ristorazione e attività sportive e ricreative.

** Industria delle estrazioni marine e attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale.

Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

L'analisi della dinamica delle imprese dell'economia del mare tra il 2014 e il 2018, mostra come i settori in cui è più forte l'allargamento della base imprenditoriale, in termini percentuali, sono le attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale (+5,2% rispetto al 2017; +22,4% rispetto al 2014) e i servizi di alloggio e ristorazione (+4,5% rispetto al 2017; +19,7% rispetto al 2014), con un aumento, in quest'ultimo, di oltre 3.800 imprese dal 2014 al 2018. L'intensità della dinamica positiva, tuttavia, rispetto al 2014, risulta diminuita

nel primo caso e cresciuta nel secondo. I settori che, invece, hanno subito una flessione dal 2014 sono la cantieristica (stabile rispetto al 2017; -2,2% rispetto al 2014) e la filiera ittica (-0,5% rispetto al 2017; -1,0% rispetto al 2014). Nel caso della filiera ittica, si registra, però, una possibile inversione di tendenza, se si considera che i relativi tassi di variazione annuali tra il 2014 e il 2017 sono sempre stati negativi, a fronte di un tasso nullo, come visto, tra il 2017 e il 2018.

Negli ultimi quattro anni (tra il 2014 e il 2018) le imprese dell'economia del mare presenti nei Registri delle Camere di commercio mostrano un saldo positivo di oltre 17mila unità (+9,5%), a fronte di un aumento del solo 1,0% che ha interessato complessivamente le imprese degli altri settori economici.

Nel complesso dell'economia del mare, la migliore performance demografica si è riscontrata nel Meridione (+3,8%), grazie al traino costituito dal turismo (in particolare: +5,7% servizi di alloggio e ristorazione), seguito dal Centro (+2,3%). Sotto la media nazionale, ma comunque positivo, l'incremento afferente le ripartizioni del Nord-Ovest (+1,6%) e Nord-Est (+1,2%).

E' interessante notare come anche nel resto dell'economia il Meridione fa registrare, nello stesso periodo, una dinamica demografica delle imprese positiva (+0,5%), in controtendenza con quanto fatto registrare nel Nord-Est (-0,4%) e nel Nord-Ovest (-0,2%).

Dinamica delle imprese dell'economia del mare per ripartizione geografica e settore, a confronto con il resto dell'economia (variazioni percentuali 2017-2018)*

Ripartizioni geografiche	Filiera ittica	Filiera della cantieristica	Movimentaz. merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentaz. e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale economia del mare	Resto economia
Nord-Ovest	-1,5	-0,6	0,4	3,5	7,6	3,1	1,6	-0,2
Nord-Est	-0,3	0,8	2,9	1,9	6,7	-0,4	1,2	-0,4
Centro	-0,9	-0,4	1,7	4,1	4,1	1,1	2,3	0,2
Mezzogiorno	-0,2	0,5	1,4	5,7	3,8	1,9	3,1	0,5
Italia	-0,5	0,0	1,6	4,5	5,2	1,5	2,4	0,1

* Per motivi di significatività statistica, il dato relativo all'industria delle estrazioni marine è stato estromesso da questa specifica analisi.

Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

Dettagliando il campo di analisi ad un livello regionale, allora, si rileva come il **Lazio** conti alla fine del 2018 36 mila 114 imprese (erano 35 mila 17 imprese alla fine del 2017), di cui 3 mila 227 nella filiera ittica (il 8,9% del totale economia del mare), 78 nell'industria delle estrazioni (lo 0,2%), 3 mila 654 nella cantieristica (il 10,1%), 1464 nella movimentazione di merci e passeggeri (il 4,1%), 19 mila 785 nei servizi di alloggio e ristorazione (il 54,8%), 1108 nelle attività di ricerca e tutela ambientale (il 3,1%) e, quindi, 6 mila 798 nelle attività sportive e ricreative (il 18,8%).

Rispetto al totale, 31 mila 726 (erano 35 mila 17 nel 2017) sono localizzate in provincia di **Roma** (pari all'87,9% del totale regionale), 3 mila 709 (erano 3 mila 651 nel 2017) in provincia di **Latina** (pari al 10,3% del totale regionale), 400 (erano 395 nel 2017) in provincia di **Viterbo** (l'1,1% del dato regionale), 227 (225 nel 2017) in provincia di **Frosinone** (appena lo 0,6% del dato laziale) e, quindi, 52 (51 l'anno precedente) in provincia di **Rieti** (lo 0,1% del totale regionale).

*Imprese dell'economia del mare in totale nel Lazio
Anno 2018 (valori assoluti)*

Ripartizione geografica	Filiera ittica	Industria delle estrazioni marine	Filiera della cantieristica	Movimentazione di merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale
Viterbo	117	1	44	11	157	17	53	400
Rieti	23	0	23	0	0	6	0	52
Roma	2.424	73	3.069	1.235	17.918	965	6.041	31.726
Latina	560	3	428	214	1.709	89	704	3.709
Frosinone	104	0	89	4	0	29	0	227
LAZIO	3.227	78	3.654	1.464	19.785	1.108	6.798	36.114

Fonte: elaborazioni CCLIAA di Latina su dati Unioncamere-Infocamere

Osservando la distribuzione della popolazione in comuni costieri e non costieri, in modo da avere una prima indicazione sul ruolo, reale e potenziale, che il mare può giocare nella creazione e nel rafforzamento del valore proveniente dalla sua economia e di conseguenza sul benessere delle popolazioni locali si rileva come per la provincia di Latina buona parte della popolazione residente abbia quotidianamente a che fare con il mare. Fatta eccezione per i comuni costieri della provincia di Roma (al cui interno la Capitale può influenzare la statistica), emerge chiaramente la forte identità marittima del territorio di Latina.

Del resto, il rapporto interno alla provincia fra cittadini residenti sulla costa e quelli che vivono nell'entroterra restituisce la realtà di un territorio certamente influenzato dal mare, dove ogni 100 residenti nella provincia ben 59 vivono su comuni bagnati dal mare e 41 all'interno (per Roma il 75% dei residenti nei comuni costieri è quasi interamente concentrato nella Capitale).

In sostanza, mettendo a confronto l'area pontina col dato nazionale, si registra una maggiore concentrazione di imprese del sistema mare rispetto alla corrispondente quota di popolazione residente; d'altronde, oltre il 90% delle imprese dell'economia del mare della provincia di Latina è presente nei comuni costieri, che lascia presagire un certo scollamento territoriale (e forse infrastrutturale), di un sistema economico fortemente legato alla presenza del mare e al consumo dei prodotti/servizi direttamente sul luogo.

*Imprese dell'economia del mare in totale nel Lazio
Anno 2018 (valori percentuali)*

Ripartizione geografica	Filiera ittica	Industria delle estrazioni marine	Filiera della cantieristica	Movimentazione di merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale
Viterbo	3,6	1,4	1,2	0,7	0,8	1,5	0,8	1,1
Rieti	0,7	0,0	0,6	0,0	0,0	0,6	0,0	0,1
Roma	75,1	94,2	84,0	84,4	90,6	87,1	88,9	87,9
Latina	17,4	4,4	11,7	14,6	8,6	8,1	10,4	10,3
Frosinone	3,2	0,0	2,4	0,3	0,0	2,6	0,0	0,6
LAZIO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni CCIIAA di Latina su dati Unioncamere-Infocamere

In linea con questo ragionamento, per la provincia di Latina risultano più forti i settori del terziario, e in particolare dell'industria del turismo, che indubbiamente può beneficiare di un patrimonio naturalistico di grande pregio (dal Parco Nazionale del Circeo alla Costa di Ulisse).

In un'ottica di turismo sostenibile che fa leva (anche) su mercati di nicchia, tuttavia, non è detto che la relativamente bassa incidenza del settore alberghiero e della ristorazione sulla costa, nel caso di Latina, sia necessariamente un dato negativo, specialmente laddove ad esso si affianchi una presenza e vitalità di servizi che incrementano l'attrattività del territorio attraverso l'offerta di opportunità ricreative e sportive, associate a produzioni agro-alimentari tipiche e di qualità.

Le imprese giovanili dell'economia del mare in Italia

Nel 2018 sono 19.245 le aziende dell'economia del mare identificabili come "giovanili"⁶. L'incidenza sul totale delle imprese che vi operano è del 9,7%, valore leggermente superiore rispetto a quanto riscontrato per il resto dell'economia (9,1%). Le imprese giovanili sono presenti in modo consistente, con oltre 10 mila unità, nei servizi di alloggio e ristorazione, in cui coprono una porzione pari all'11,6% della popolazione di imprese registrate nel settore.

Imprese giovanili nei settori dell'economia del mare per ripartizione geografica, a confronto con il resto dell'economia Anno 2018 (incidenze % delle imprese giovanili sul totale delle imprese e valori assoluti)*

Ripartizioni geografiche	Filiera ittica	Filiera della cantieristica	Movimentaz. merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentaz. e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale economia del mare	Resto economia
Numero di imprese giovanili								
Nord-Ovest	246	365	84	716	80	156	1.646	130.431
Nord-Est	1.007	292	224	762	76	190	2.551	83.386
Centro	415	362	118	3.081	85	649	4.711	110.941
Mezzogiorno	1.807	570	345	5.738	139	1.733	10.338	231.769
Italia	3.475	1.589	770	10.296	380	2.728	19.245	556.528
Incidenza % su totale imprese								
Nord-Ovest	7,7	5,7	4,3	9,1	4,7	7,1	7,1	8,3
Nord-Est	12,7	6,5	9,9	7,0	5,9	6,0	8,5	7,2
Centro	6,8	4,8	4,7	10,6	4,5	6,0	8,1	8,3
Mezzogiorno	11,0	6,6	7,3	14,1	4,9	12,2	11,8	11,4
Italia	10,4	5,9	6,7	11,6	5,0	9,0	9,7	9,1

* Per motivi di significatività statistica, il dato relativo all'industria delle estrazioni marine è stato estromesso da questa specifica analisi.

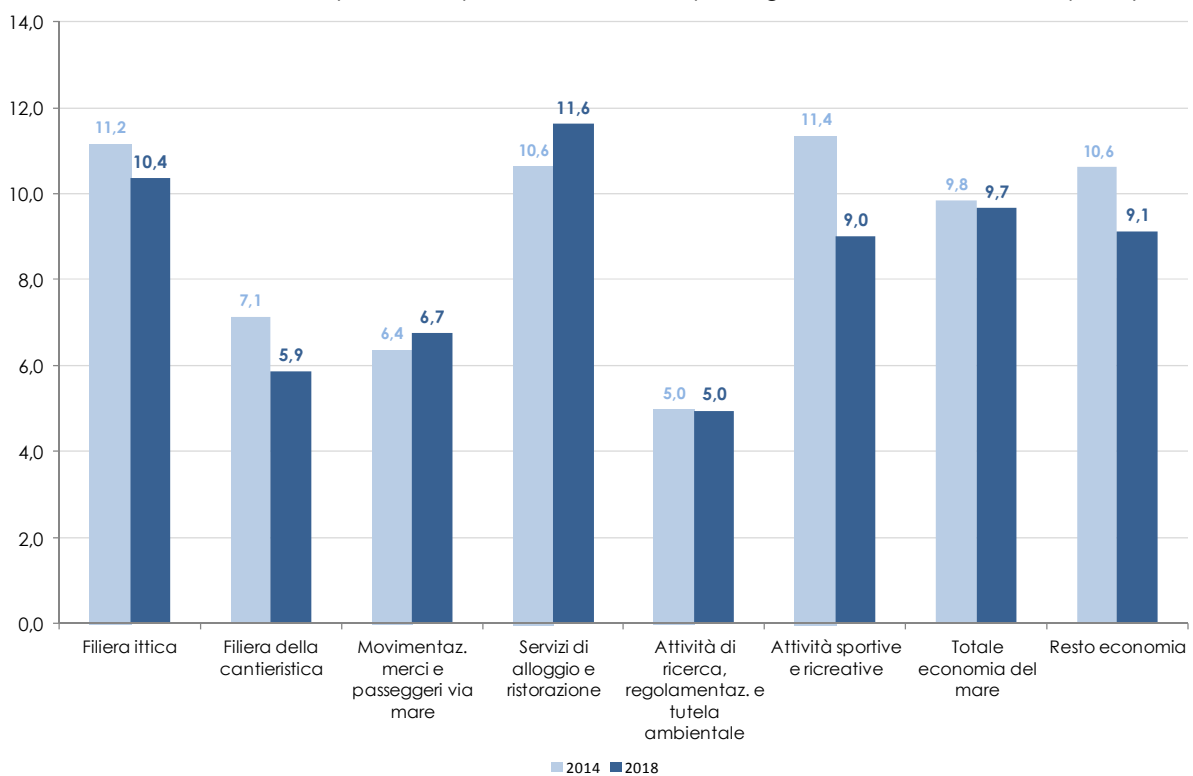
Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere-Infocamere

La presenza di imprenditoria giovanile nelle imprese è superiore alla media dell'economia del mare anche nella filiera ittica (10,4%), dove conta 3,4 mila unità. Di poco inferiore alla media è, invece, quella delle attività ricreative e sportive (9,0%). La diffusione dell'imprenditoria giovanile è meno presente nei settori dei trasporti marittimi (6,7%), della

⁶In particolare, con il termine impresa giovanile si intende l'impresa la cui partecipazione del controllo e della proprietà è detenuta in prevalenza da persone di età inferiore ai 35 anni. Le imprese possono essere classificate in base al maggiore o minore grado di imprenditorialità giovanile, desunto dalla natura giuridica dell'impresa, dall'eventuale quota di capitale sociale detenuta da ciascun socio e dalla percentuale di giovani presenti tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa.

cantieristica (5,9%) e nelle attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale (5,0%). Dal punto di vista territoriale, il 53,7% delle imprese giovanili dell'economia del mare si concentrano nel Mezzogiorno (10.338 su 19.245), area in cui rappresentano l'11,8% del totale delle imprese, in analogia con le proporzioni esistenti anche nel resto dell'economia, dove l'incidenza è dell'11,4%. Nella ripartizione i valori più elevati si raggiungono nei settori legati al turismo e alle attività sportive e ricreative: 14,1% nel primo caso e 12,2% nel secondo. In tre casi l'incidenza delle imprese giovanili sul totale è più alta nel Nord-Est rispetto alle altre ripartizioni geografiche: in quello della filiera ittica (12,7% a fronte di una media nazionale del 10,4%), nei trasporti marittimi (9,9% contro 6,7%) e nelle attività di ricerca e regolamentazione (5,9% contro 5,0%).

Incidenza delle imprese giovanili nei settori dell'economia del mare, a confronto con il resto dell'economia
Anni 2014 e 2018 (incidenze percentuali delle imprese giovanili sul totale delle imprese)*



* Per motivi di significatività statistica, il dato relativo all'industria delle estrazioni marine è stato estromesso da questa specifica analisi.

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere-Infocamere

Le imprese femminili dell'economia del mare in Italia

Le imprese femminili⁷ presenti nell'economia del mare nel 2018 sono 42.349. L'incidenza sul totale delle imprese del sistema è pari a 21,3% e simile a quella riscontrata per il resto dell'economia (21,2%). In analogia con il caso delle imprese giovanili, le attività a prevalenza di conduzione femminile sono più presenti nei settori dei servizi di alloggio-ristorazione (in cui rappresentano il 26,7% del totale, corrispondenti a 23.705 unità), delle attività sportive e ricreative (26,1%, con 7.903 unità) a cui si aggiunge la filiera ittica (17,3%, con 5.808 imprese).

Per il turismo il Nord-Ovest detiene la percentuale più alta di presenza rispetto alle altre macro-aree (28,7%, 2.248 unità), mentre nel Mezzogiorno si registra la percentuale più elevata per le attività sportive e ricreative (27,7%, con 3.933 unità). La filiera ittica vede invece il primato del Centro Italia con una quota del 19,0% (1.157 imprese).

Imprese femminili nei settori dell'economia del mare per ripartizione geografica, a confronto con il resto dell'economia Anno 2018 (incidenze % delle imprese femminili sul totale delle imprese e valori assoluti)*

Ripartizioni geografiche	Filiera ittica	Filiera della cantieristica	Movimentaz. merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentaz. e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale economia del mare	Resto economia
Numero di imprese femminili								
Nord-Ovest	586	529	173	2.248	186	551	4.278	311.242
Nord-Est	1.483	311	118	2.880	143	697	5.633	227.848
Centro	1.157	733	321	7.383	298	2.721	12.624	290.709
Mezzogiorno	2.582	1.003	588	11.195	473	3.933	19.813	465.212
Italia	5.808	2.577	1.200	23.705	1.099	7.903	42.349	1.295.010
Incidenza % su totale imprese								
Nord-Ovest	18,5	8,3	8,9	28,7	11,0	25,2	18,4	19,8
Nord-Est	18,8	6,9	5,2	26,3	11,2	21,8	18,7	19,8
Centro	19,0	9,7	12,9	25,3	15,7	25,3	21,8	21,8
Mezzogiorno	15,8	11,6	12,4	27,5	16,9	27,7	22,6	22,8
Italia	17,3	9,5	10,5	26,7	14,3	26,1	21,3	21,2

* Per motivi di significatività statistica, il dato relativo all'industria delle estrazioni marine è stato estromesso da questa specifica analisi.

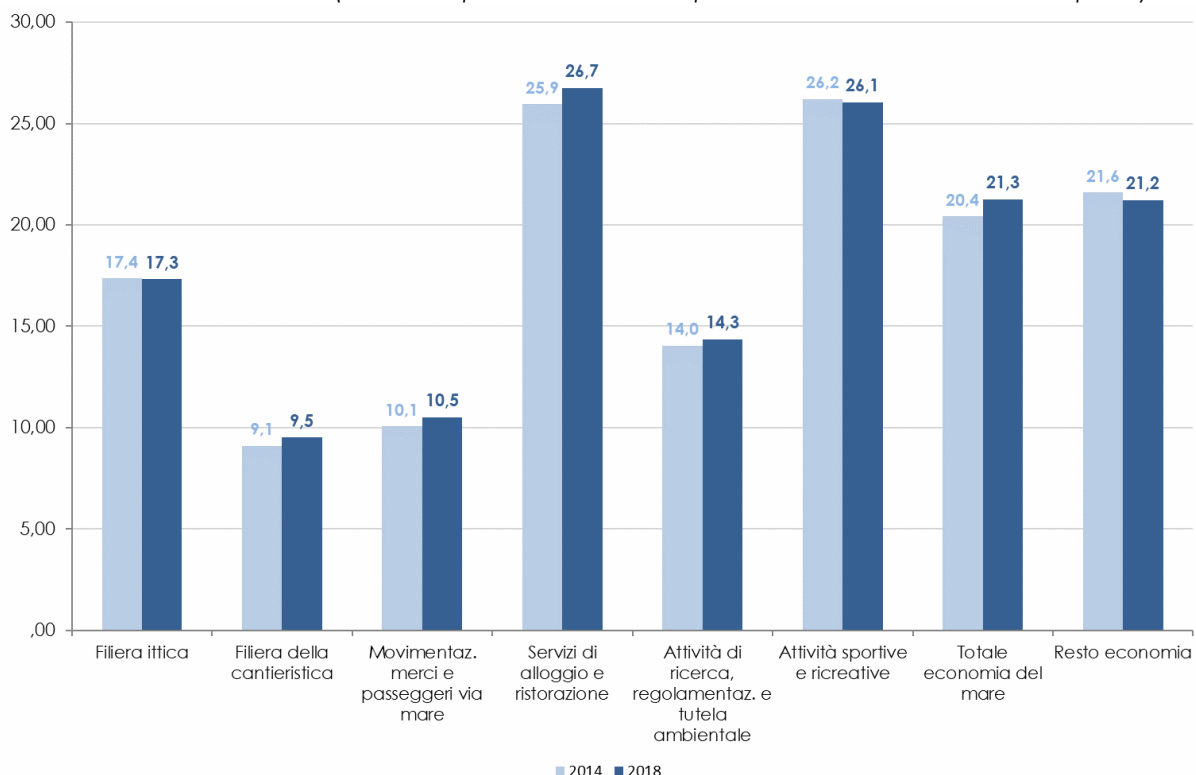
Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere-Infocamere

⁷In particolare, con il termine impresa femminile si intende l'impresa la cui partecipazione del controllo e della proprietà è detenuta in prevalenza da donne. Le imprese possono essere classificate in base al maggiore o minore grado di imprenditorialità femminile, desunto dalla natura giuridica dell'impresa, dall'eventuale quota di capitale sociale detenuta da ciascun socio e dalla percentuale di donne presenti tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa.

Rispetto all'anno 2014, nel 2018 si registra un incremento dell'incidenza delle imprese femminili (20,4% contro 21,3%), caratteristica riscontrabile in diversi settori dell'economia del mare (negli altri il dato è sostanzialmente stabile) e in controtendenza rispetto al resto dell'economia, in cui la quota è scesa da 21,6% a 21,2%.

E' nei servizi di alloggio e ristorazione che si riscontra l'incremento più elevato nel periodo, con un valore della quota che passa da 25,9% nel 2014 a 26,7% nel 2018.

Incidenza delle imprese femminili nei settori dell'economia del mare, a confronto con il resto dell'economia
Anni 2014 e 2018 (incidenze percentuali delle imprese femminili sul totale delle imprese)*



* Per motivi di significatività statistica, il dato relativo all'industria delle estrazioni marine è stato estromesso da questa specifica analisi.

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere-Infocamere

Le imprese straniere dell'economia del mare in Italia

Se si prendono a riferimento le due precedenti tipologie imprenditoriali, la componente relativa gli stranieri è la meno presente nell'economia del mare. Ciò detto, alla fine del 2018 si contano 12.888 imprese straniere⁸, che rispetto al 2014 (anno in cui erano 10.071) hanno fatto registrare un aumento significativo della loro presenza (+28,0%).

Tra i settori si verifica una quota più elevata di attività gestite da stranieri nei servizi di alloggio e ristorazione (8,2%, con 7.268 imprese) e nella cantieristica (7,4%, 2.013 aziende). Una percentuale di imprese straniere non trascurabile, pari al 5,3% (1.610 unità), si trova anche nel settore delle attività sportive e ricreative. In tutti i casi esplicitati il Centro Italia è la macro-area con la più elevata incidenza, in media 11,6%, valore al quale si avvicina oggi quello del Nord-Ovest (11,5%).

Imprese straniere nei settori dell'economia del mare per ripartizione geografica, a confronto con il resto dell'economia Anno 2018 (incidenze % delle imprese straniere sul totale delle imprese e valori assoluti)*

Ripartizioni geografiche	Filiera ittica	Filiera della cantieristica	Movimentaz. merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentaz. e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale economia del mare	Resto economia
Numero di imprese straniere								
Nord-Ovest	348	433	55	743	50	101	1.729	180.591
Nord-Est	248	442	106	1.215	34	174	2.218	120.350
Centro	464	858	100	3.342	40	807	5.613	155.354
Mezzogiorno	405	280	119	1.970	25	529	3.328	132.997
Italia	1.465	2.013	379	7.268	148	1.610	12.888	589.292
Incidenza % su totale imprese								
Nord-Ovest	11,0	6,8	2,8	9,5	2,9	4,6	7,5	11,5
Nord-Est	3,1	9,8	4,7	11,1	2,6	5,5	7,4	10,4
Centro	7,6	11,3	4,0	11,5	2,1	7,5	9,7	11,6
Mezzogiorno	2,5	3,2	2,5	4,8	0,9	3,7	3,8	6,5
Italia	4,4	7,4	3,3	8,2	1,9	5,3	6,5	9,7

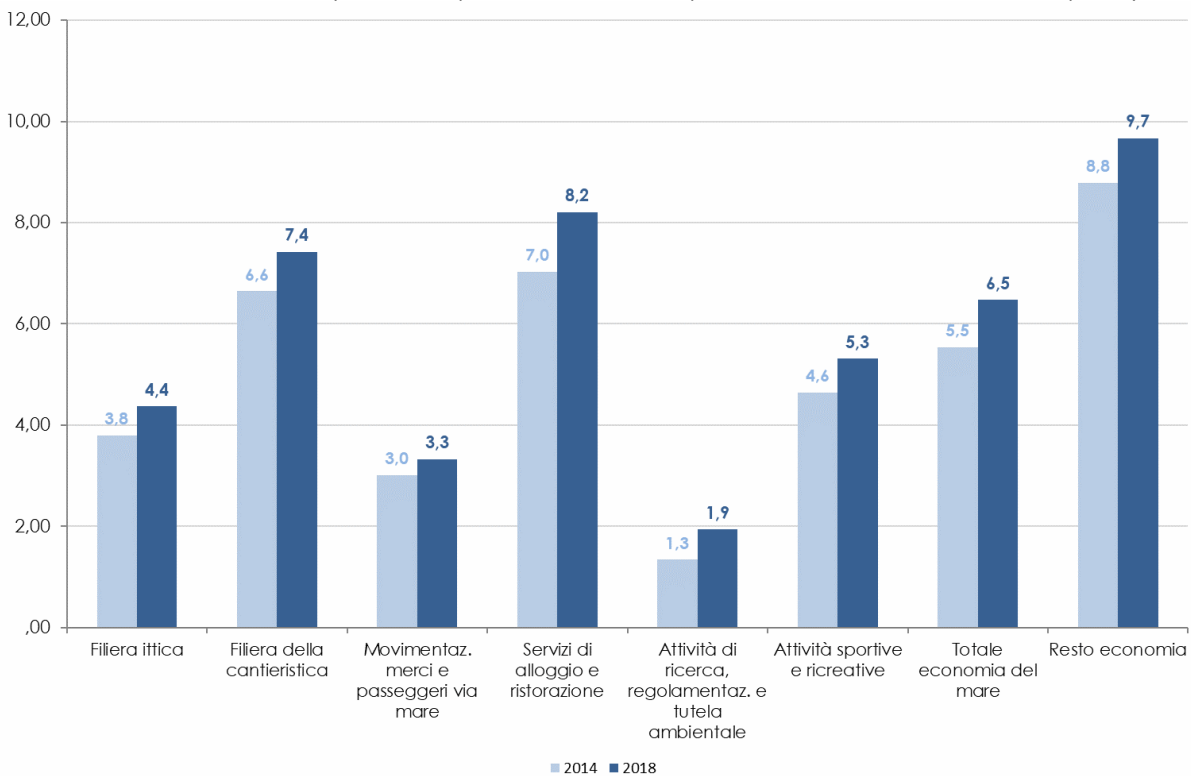
* Per motivi di significatività statistica, il dato relativo all'industria delle estrazioni marine è stato estromesso da questa specifica analisi.

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere-Infocamere

⁸In particolare, con il termine impresa straniera si intende l'impresa la cui partecipazione del controllo e della proprietà è detenuta in prevalenza da stranieri. Le imprese possono essere classificate in base al maggiore o minore grado di imprenditorialità straniera, desunto dalla natura giuridica dell'impresa, dall'eventuale quota di capitale sociale detenuta da ciascun socio e dalla percentuale di stranieri presenti tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa.

Sempre prendendo a confronto il 2014, la quota di presenza di imprenditoria straniera cresce in tutti i settori dell'economia del mare, in particolare nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione, in cui si è passati da 7,0% nel 2014 a 8,2% nel 2018. Analogamente, nella filiera cantieristica la quota è cresciuta in modo significativo, passando da 6,6% a 7,4%. In generale, considerando il totale del sistema, in virtù dell'incremento del numero di imprese richiamato in precedenza, dal 2014 al 2017 si registra un aumento di presenza relativa di imprese straniere di un punto percentuale (dal 5,5% al 6,5%).

Incidenza delle imprese straniere nei settori dell'economia del mare, a confronto con il resto dell'economia
Anni 2014 e 2018 (incidenze percentuali delle imprese straniere sul totale delle imprese)*

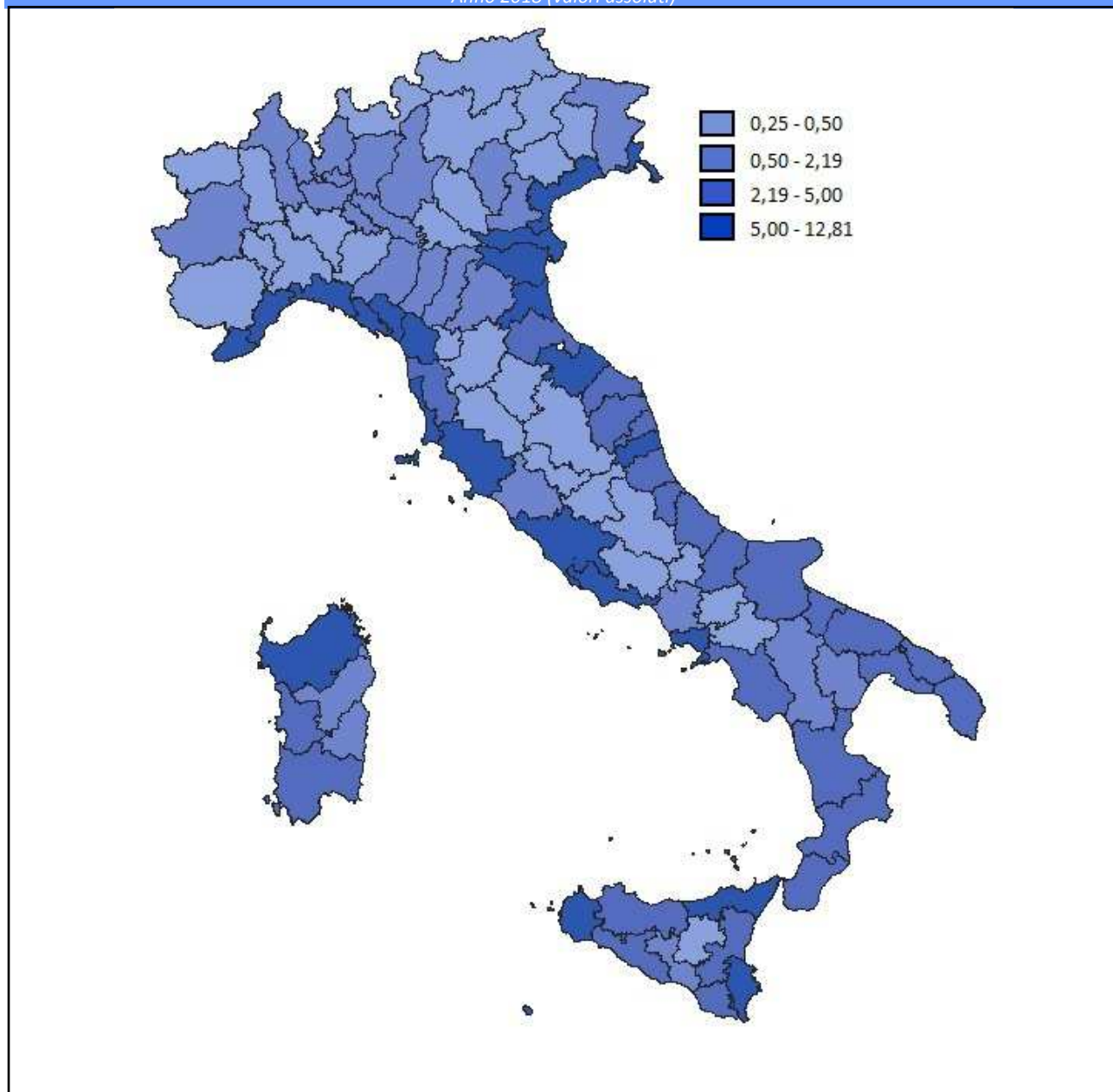


* Per motivi di significatività statistica, il dato relativo all'industria delle estrazioni marine è stato estromesso da questa specifica analisi.

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere-Infocamere

Incidenza delle imprese dell'economia del mare del Lazio per provincia

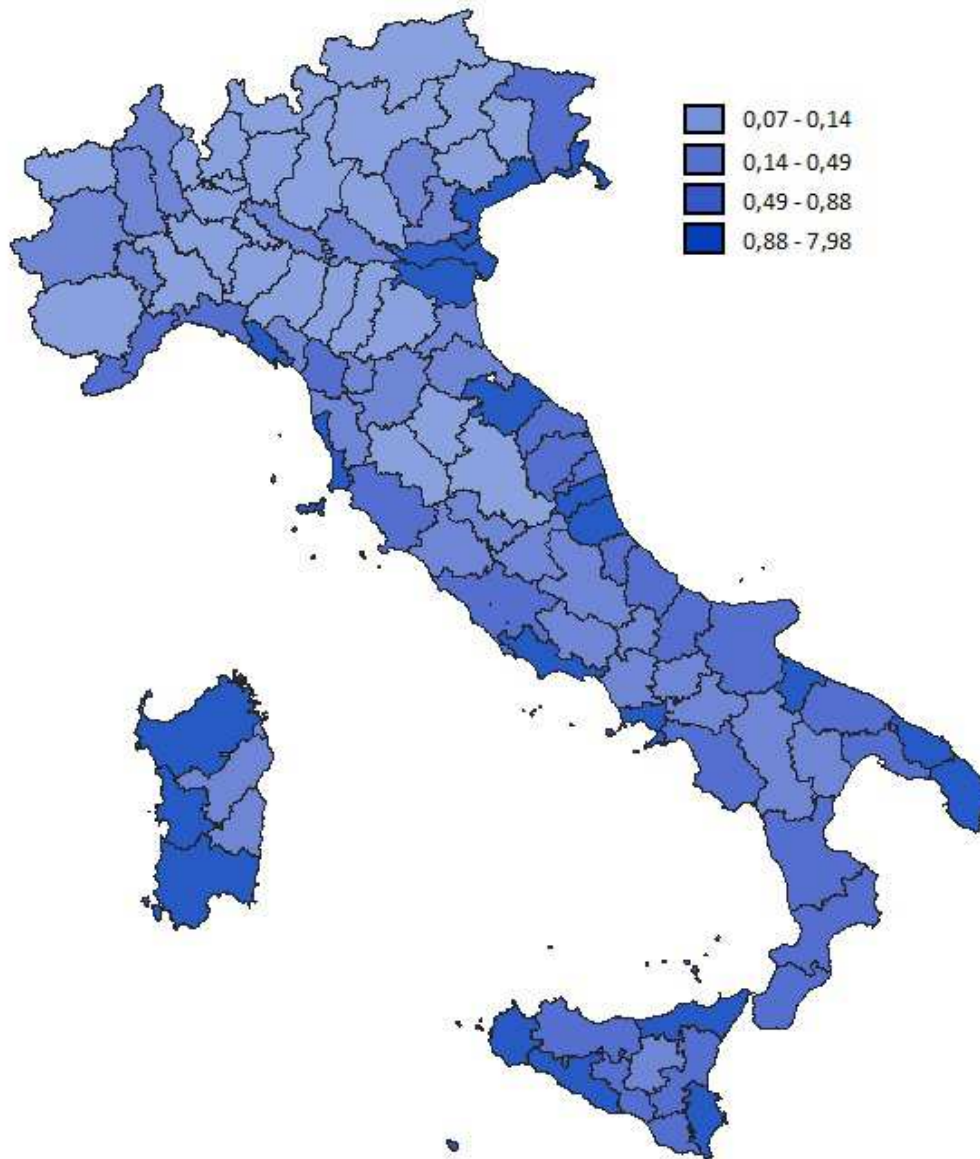
Anno 2018 (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

Nella mappa sono riportati i dati di incidenza delle imprese dell'economia del mare rispetto al totale delle imprese; dalla lettura si rileva, per il Lazio, come siano le province di Roma e Latina a mostrare valori ben al di sopra della media regionale e nazionale, con le incidenze comprese nella classe 2,19–5,00.

Incidenza delle imprese della Filiera Ittica sul totale delle imprese per provincia
 Anno 2018 (valori assoluti)

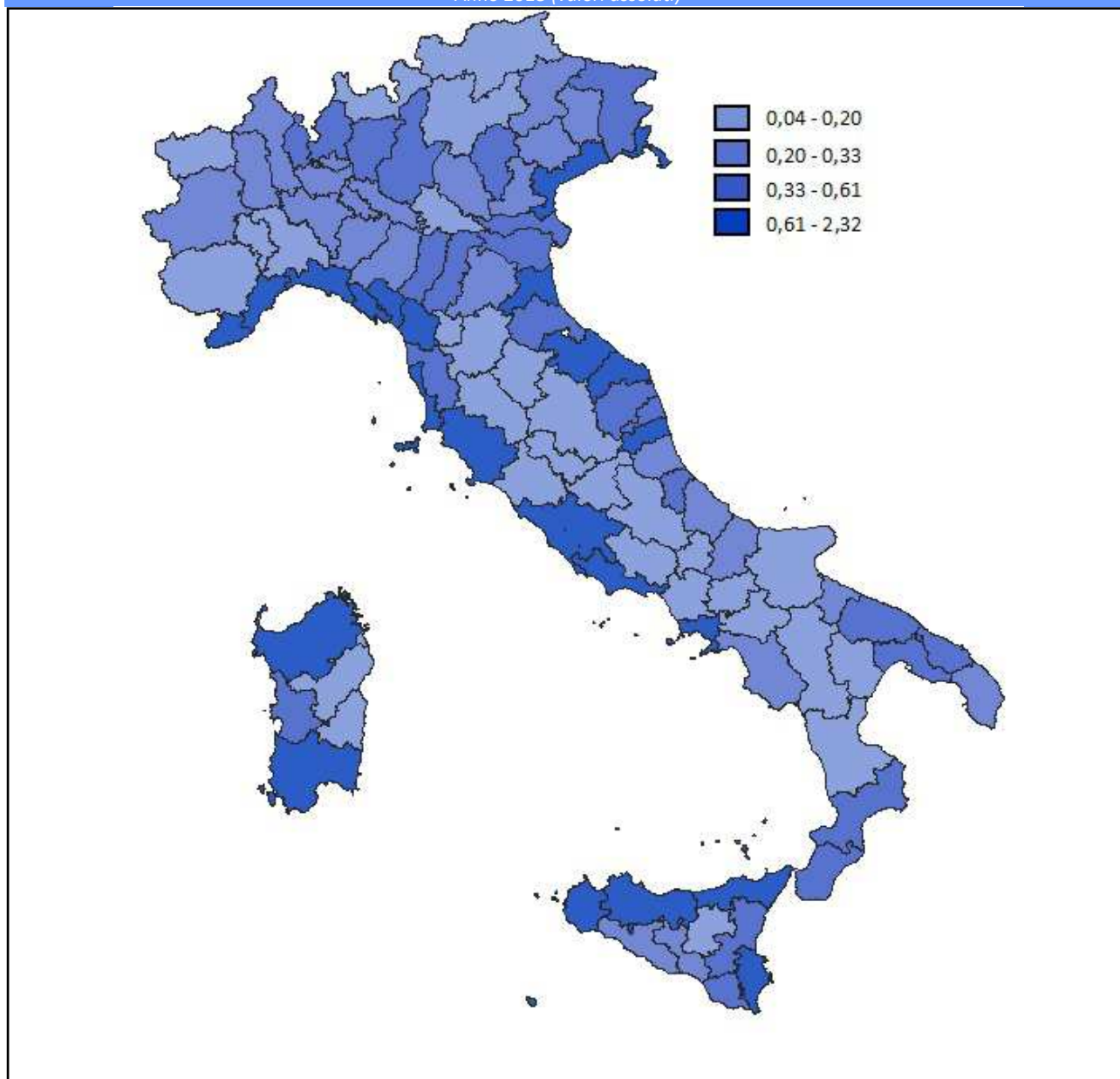


Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

Nella mappa sono riportati i dati di incidenza delle imprese della filiera ittica rispetto al totale delle imprese; dalla lettura si rileva, per il Lazio, come sia soprattutto la provincia di Latina a mostrare la maggiore incidenza rispetto alla media regionale e nazionale, con le relative frequenze comprese nella classe 0,49-0,88.

Incidenza delle imprese della Filiera della cantieristica sul totale delle imprese per provincia

Anno 2018 (valori assoluti)

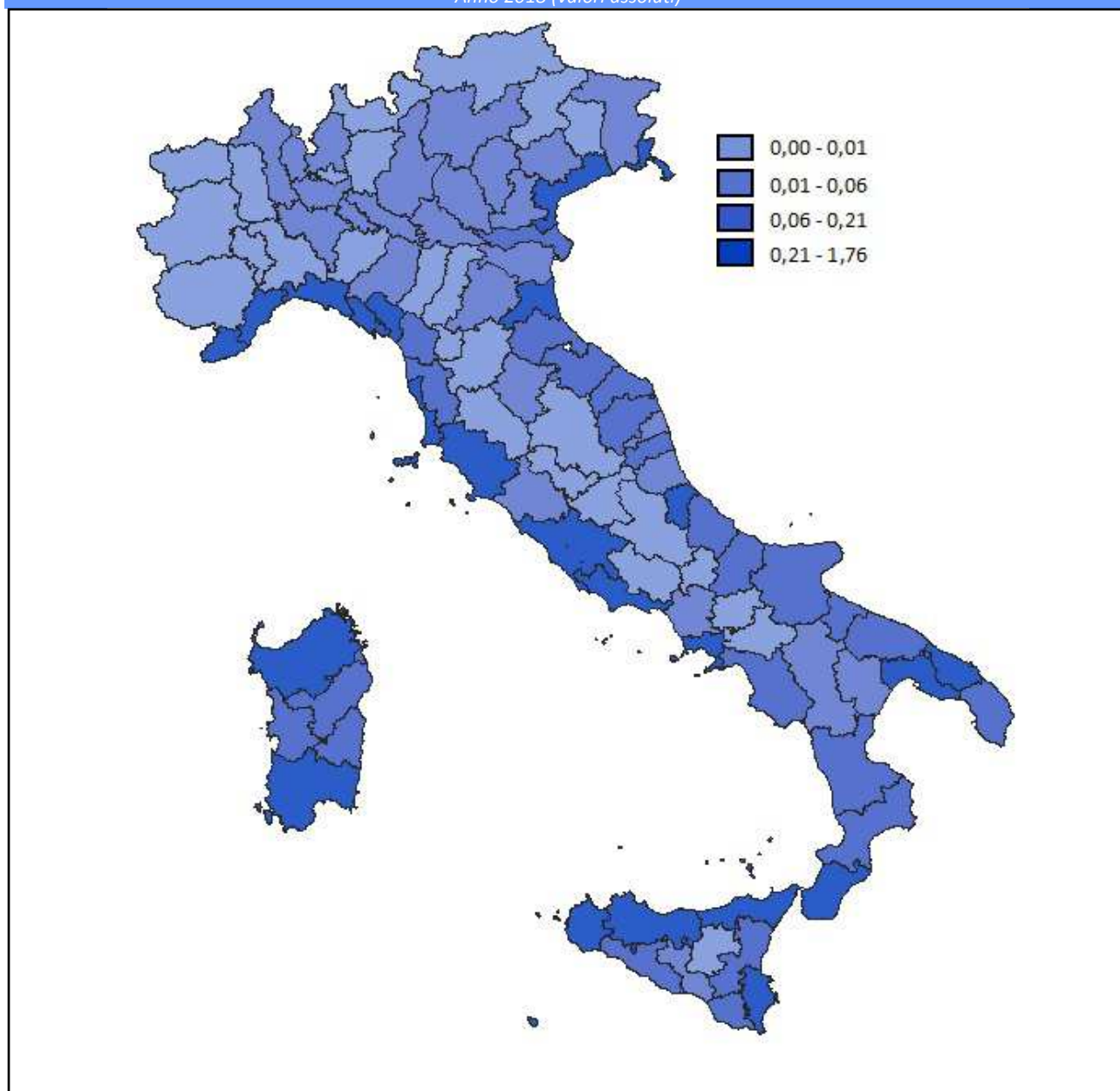


Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

Nella mappa sono riportati i dati di incidenza delle imprese della filiera cantieristica rispetto al totale delle imprese; dalla lettura si rileva, per il Lazio, come siano, ancora una volta, le province di Roma e Latina a mostrare valori ben al di sopra della media sia regionale che nazionale, con le incidenze comprese nella classe 0,33-0,61.

Incidenza delle imprese della Movimentazione di merci e persone via mare sul totale delle imprese per provincia

Anno 2018 (valori assoluti)

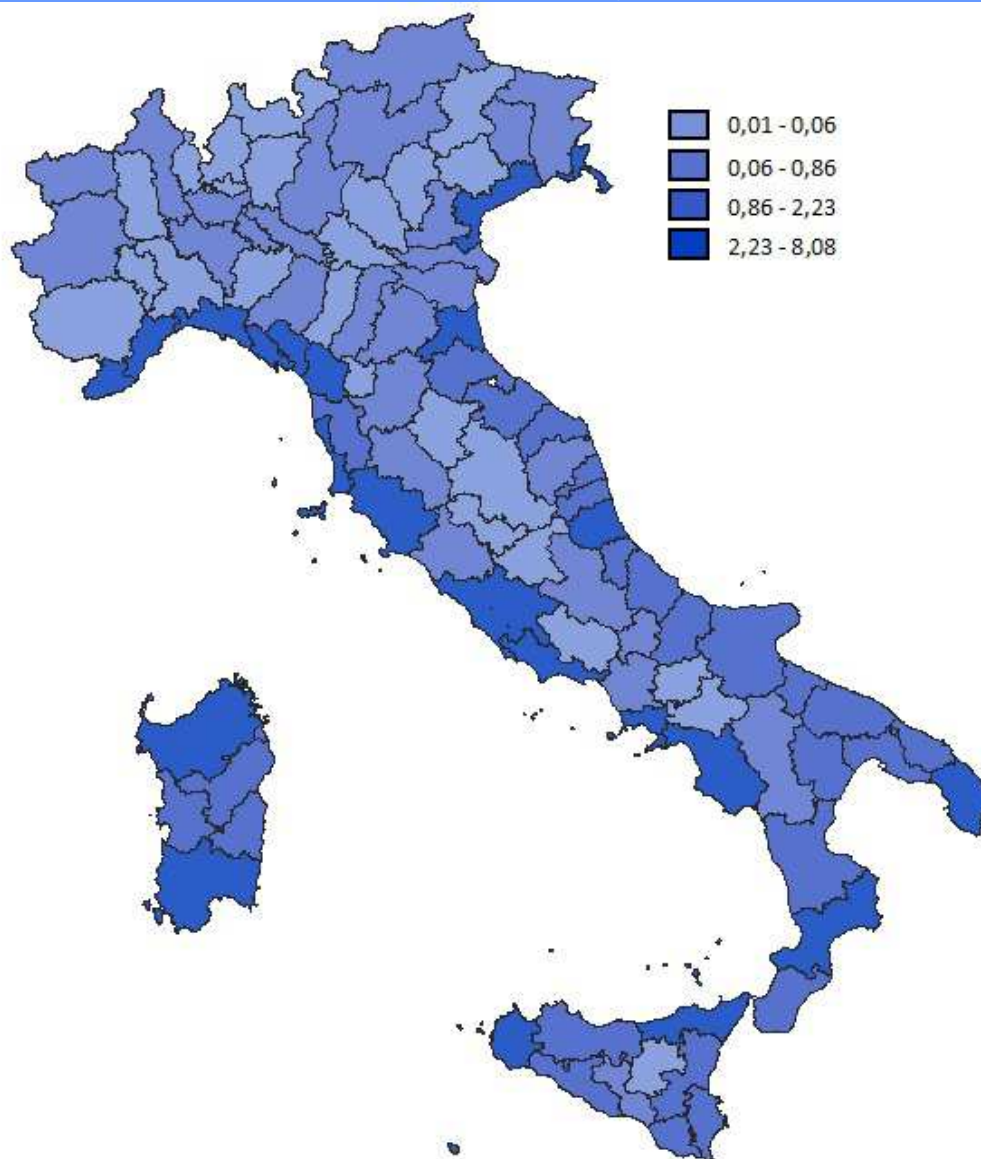


Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

Nella mappa sono riportati i dati di incidenza delle imprese della movimentazione di merci e persone via mare rispetto al totale delle imprese; ebbene, dalla lettura della figura si rileva, per il Lazio, come siano sempre le province di Roma e Latina a mostrare valori al di sopra delle medie regionale e nazionale, con le incidenze comprese nella classe 0,06-0,21.

Incidenza delle imprese del Turismo* sul totale delle imprese per provincia

Anno 2018 (valori assoluti)



* Servizi di alloggio-ristorazione e attività sportive e ricreative.
Fonte: elaborazioni SI.Camera su dati Unioncamere-Infocamere

Nella mappa sono riportati i dati di incidenza delle imprese del turismo rispetto al totale delle imprese; dalla lettura si rileva, per il Lazio, come siano le province di Roma e Latina a mostrare valori al di sopra della media regionale e nazionale, con le incidenze comprese nella classe 0,86–2,23.

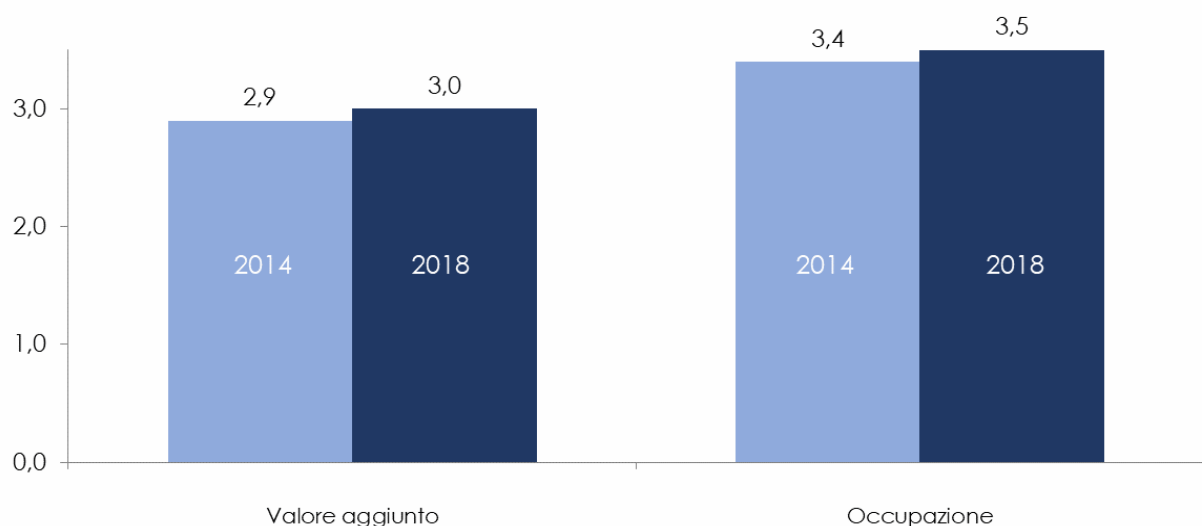
2 Il ruolo economico: valore aggiunto e occupazione nel Lazio

La capacità produttiva e l'occupazione in Italia e nel Lazio

Come già anticipato, nel 2018 l'economia del mare ha prodotto 46,7 miliardi di valore aggiunto, pari al 3,0% del totale dell'economia italiana. Questi risultati si devono al lavoro di 885,2 mila occupati nell'intero comparto, che incidono per il 3,5% sul totale dell'occupazione del Paese.

Questi risultati, posti a confronto con quanto conseguito nel 2014, in un quadro peraltro complesso per la crescita dell'economia italiana, evidenziano un incremento di apporto diretto del "Sistema mare" al prodotto del Paese, che è passato da un contributo pari a 2,9% a 3,0% in termini di valore aggiunto e da 3,4% a 3,5% in termini di occupazione.

Il contributo dell'economia del mare al valore aggiunto e all'occupazione del totale dell'economia
Anni 2014 e 2018 (valori percentuali sul totale economia)



Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

Il settore che più degli altri contribuisce all'economia del mare è quello del turismo, che rappresenta il 30,9% del valore aggiunto prodotto (14,4 miliardi di euro) e il 38,1% dell'occupazione (337,4 mila unità). Ad esso si collega strettamente il comparto delle attività sportive e ricreative, che aggiungono un ulteriore apporto pari al 5,8% del prodotto (2,7 miliardi di euro) e dell'8,1% dell'occupazione (72 mila unità).

Seguono per importanza in termini di valore aggiunto il settore della movimentazione di merci e passeggeri via mare e della ricerca, regolamentazione e tutela ambientale, che pesano entrambi per il 17,5%, ma che scendono di incidenza guardando alla variabile occupazionale (11,6% nel primo caso e 14,4% nel secondo). Vengono poi due settori che forse più degli altri caratterizzano la filiera (anche nell'immaginario collettivo), quello della cantieristica (15,7% in termini di prodotto e 15,3% in termini di occupazione) e quello della pesca (7,2% per valore aggiunto, 11,8% per occupazione). A completare il quadro vi è il settore dell'industria delle estrazioni marine, che incide sull'economia del mare per il 5,5% in termini di prodotto e solamente per lo 0,7% in termini di occupazione.

Valore aggiunto e occupati dell'economia del mare, per settore
Anno 2018 (valori assoluti in milioni di euro e incidenze percentuali sul totale economia)

Settori	Valore aggiunto		Occupati	
	v.a. (milioni di euro)	Comp. %	v.a. (migliaia di unità)	Comp. %
Filiera ittica	3.365,4	7,2	104,2	11,8
Industria delle estrazioni marine	2.558,9	5,5	6,2	0,7
Filiera della cantieristica	7.335,9	15,7	135,7	15,3
Movimentazione di merci e passeggeri via mare	8.157,4	17,5	102,3	11,6
Servizi di alloggio e ristorazione	14.440,7	30,9	337,4	38,1
Ricerca, regolamentazione e tutela ambientale	8.148,0	17,5	127,4	14,4
Attività sportive e ricreative	2.686,8	5,8	72,0	8,1
Totale economia del mare	46.693,1	100,0	885,2	100,0
Totale economia*	1.582.142,4		25.358,8	
Incidenza % economia del mare su totale economia	3,0		3,5	

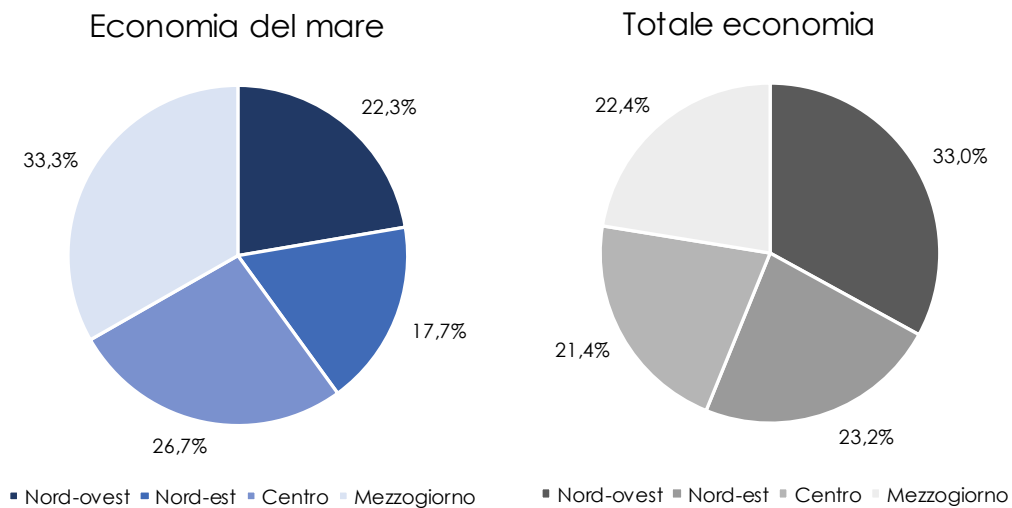
*Al netto di attività extra-regio.

Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

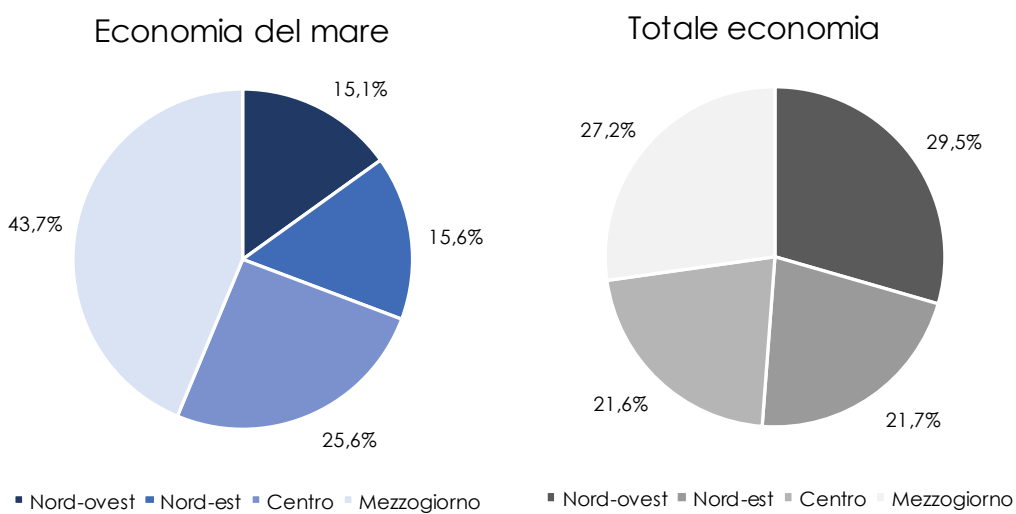
Dal punto di vista territoriale, anche ovviamente per le sue specificità geografiche, l'economia del mare si caratterizza per una distribuzione diversa rispetto a quella riscontrabile per il totale delle attività economiche del Paese: in particolare si incrementa il ruolo dell'Italia centrale e meridionale, mentre si riduce quello dell'Italia settentrionale, sia occidentale che orientale.

Se il Centro Italia incide per un valore intorno al 21-22% sul totale del prodotto e dell'occupazione italiana, nel caso della *blue economy* i valori si attestano intorno al 26-27%. Ma è nel caso del Mezzogiorno che si riscontra la maggiore differenza: a fronte di un contributo al valore nazionale del 22,4% per la totalità delle attività economiche, per l'economia del mare la quota passa a 33,3%; e nel caso dell'occupazione lo spostamento è ancora più marcato: da 27,2% a 43,7%, un valore che si avvicina quasi alla metà del totale complessivo. Per contro, Nord Ovest e Nord Est scendono di incidenza rispettivamente da 33,0% a 22,3% e da 23,2% a 17,7% per il valore aggiunto e da 29,5% a 15,1% e da 21,7% a 15,6% per l'occupazione.

Distribuzione territoriale del valore aggiunto e dell'occupazione dell'economia del mare e del totale economia Anno 2018 (valori percentuali)
Valore aggiunto (milioni di euro)



Occupazione (migliaia di unità)

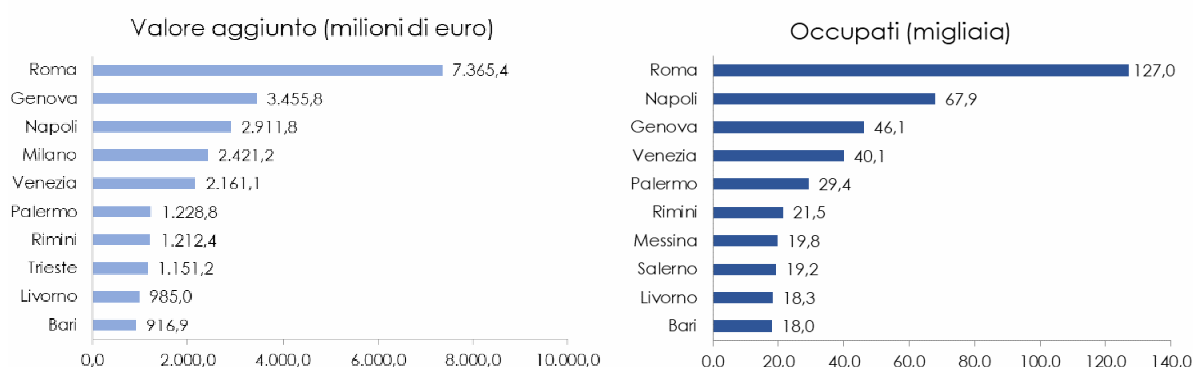


Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

Guardando alle province, è Roma l'area in cui l'economia del mare produce, in valori assoluti, il livello più alto di valore aggiunto (7,4 miliardi di euro), attestandosi anche nella prima posizione per quanto riguarda l'occupazione (127mila occupati).

Alla provincia della Capitale seguono nell'ordine: Genova per quanto riguarda il valore aggiunto (3,5 miliardi di euro), Napoli per il volume di occupazione impiegata (quasi 68 mila), che si invertono di posizione nei due casi considerati (Napoli è terza per valore aggiunto, 2,9 miliardi di euro e Genova lo è per l'occupazione, oltre 46 mila unità). Seguono per il valore aggiunto Milano (2,4 miliardi di euro, pur non avendo coste detiene attività economiche collegate) e per l'occupazione Venezia (oltre 40 mila unità).

Prime dieci posizioni delle graduatorie provinciali secondo il valore aggiunto prodotto e l'occupazione dell'economia del mare Anno 2018 (valori assoluti)



Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

Altre province che emergono dal punto di vista della rilevanza produttiva sono quelle di Venezia (2,2 miliardi di euro), Palermo (1,2 miliardi di euro), Rimini (1,2 miliardi di euro), Trieste (1,2 miliardi di euro), Livorno (quasi un miliardo di euro) e Bari (oltre 900 milioni di euro), mentre sul piano occupazionale, si ritrovano nella *top ten* Palermo (29,4 mila occupati), Rimini (21,5 mila), Messina (19,8 mila), Salerno (19,2 mila), Livorno (18,3 mila) e Bari (18 mila).

Nella graduatoria per incidenza del valore aggiunto prodotto dal "Sistema mare" sul totale dell'economia locale, otto province superano la quota del 10%, con il primato di Trieste (15,4%), seguita da Olbia-Tempio (13,9%), Rimini (13,0%), Genova (12,7%), La Spezia (12,3%), Livorno (11,9%), Ogliastro (10,2%) e Savona (10,1%). Da sottolineare come nella *top ten* figurino tutte le province della Liguria, una soltanto del Centro (Livorno), tre province del Mezzogiorno (Olbia-Tempio, Ogliastro e Trapani), due del Nord-Est (Trieste e Rimini) e una del Centro Italia (Livorno).

Nelle prime dieci posizioni per quota di occupazione assorbita dalla *blue economy* sul totale della provincia (valori che superano tutti la soglia del 10%), in ragione del diverso *mix* di comparti interessato, si ritrovano la quasi totalità delle province evidenziate in

precedenza, con cambiamenti nelle gerarchie: al primo posto si colloca Olbia-Tempio (16,8%), seguita dalla Spezia (14,3%) e Rimini (13,9%). Entra in decima posizione la provincia di Agrigento (10,7%).

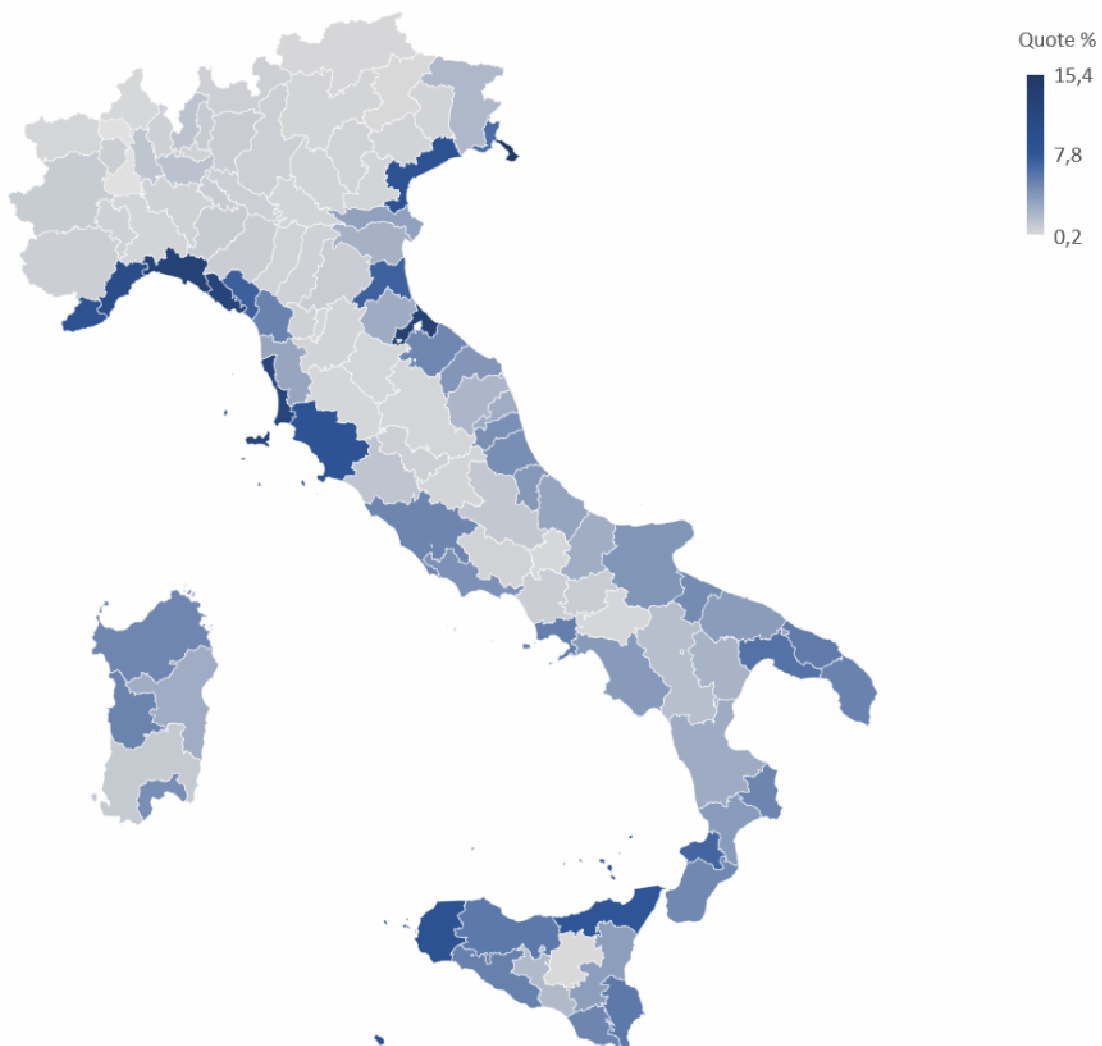
La mappa disegnata in base al ruolo ricoperto dalla blue economy nelle province in termini di valore aggiunto (quella relativa all'occupazione è molto simile), evidenzia la particolarità di questo settore composito, condizionato ovviamente dalla presenza di sbocchi sul mare dei territori provinciali.

Prime dieci posizioni delle graduatorie provinciali in base all'incidenza del valore aggiunto e degli occupati dell'economia del mare sul totale dell'economia Anno 2018 (valori assoluti e percentuali)

Pos.	Province	Inc. % su tot. economia	v.a. (milioni di euro)	Pos.	Province	Inc. % su tot. economia	v.a. (migliaia)
<i>Valore aggiunto</i>				<i>Occupati</i>			
1)	Trieste	15,4	1.151,2	1)	Olbia-Tempio	16,8	10,6
2)	Olbia-Tempio	13,9	458,1	2)	La Spezia	14,3	12,8
3)	Rimini	13,0	1.212,4	3)	Rimini	13,9	21,5
4)	Genova	12,7	3.455,8	4)	Trapani	13,5	17,3
5)	La Spezia	12,3	746,2	5)	Livorno	13,3	18,3
6)	Livorno	11,9	985,0	6)	Trieste	13,0	14,4
7)	Ogliastra	10,2	93,3	7)	Ogliastra	12,5	2,4
8)	Savona	10,1	719,3	8)	Savona	11,8	12,7
9)	Imperia	8,8	412,6	9)	Genova	11,8	46,1
10)	Trapani	8,7	543,4	10)	Agrigento	10,7	13,6

Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

*Incidenza del valore aggiunto prodotto dall'economia del mare per provincia
Anno 2018 (valori percentuali)*



Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

La disaggregazione del dato a livello regionale mostra come per il **Lazio** siano soprattutto i servizi di alloggio e ristorazione e delle attività sportive e ricreative a contribuire maggiormente al totale del valore aggiunto dell'Economia del Mare (il 39,0%, con 3.137,1 milioni di Euro), seguito dal comparto della movimentazione delle merci e passeggeri (qui il 23,6% con 1.899,2 milioni di Euro), dalle Attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale (il 14,2% con 1.139,7 milioni di Euro), dalla cantieristica (con 551 milioni di euro, pari al 6,9% del totale regionale) e, quindi, dai comitati delle estrazioni marine (il 3,4%) e della filiera ittica (3,0%).

Valore aggiunto prodotto nel 2018 nelle filiere dell'economia del mare per provincia
Anno 2018 (valori assoluti in mln di euro)

Ripartizione geografica	Filiera ittica	Industria delle estrazioni marine	Filiera della cantieristica	Movimentazione di merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale
Viterbo	11,2	0,2	18,1	2,4	23,8	15,0	9,9	80,6
Rieti	2,2	0,0	9,3	0,0	0,0	2,0	0,0	13,5
Roma	168,8	271,6	374,2	1.868,4	2.908,9	1.043,9	729,5	7.365,4
Latina	50,7	3,4	114,8	27,9	204,3	57,1	58,4	516,5
Frosinone	4,5	0,0	35,4	0,5	0,0	21,7	0,0	62,0
LAZIO	237,4	275,1	551,7	1.899,2	3.137,1	1.139,7	797,8	8.038,0

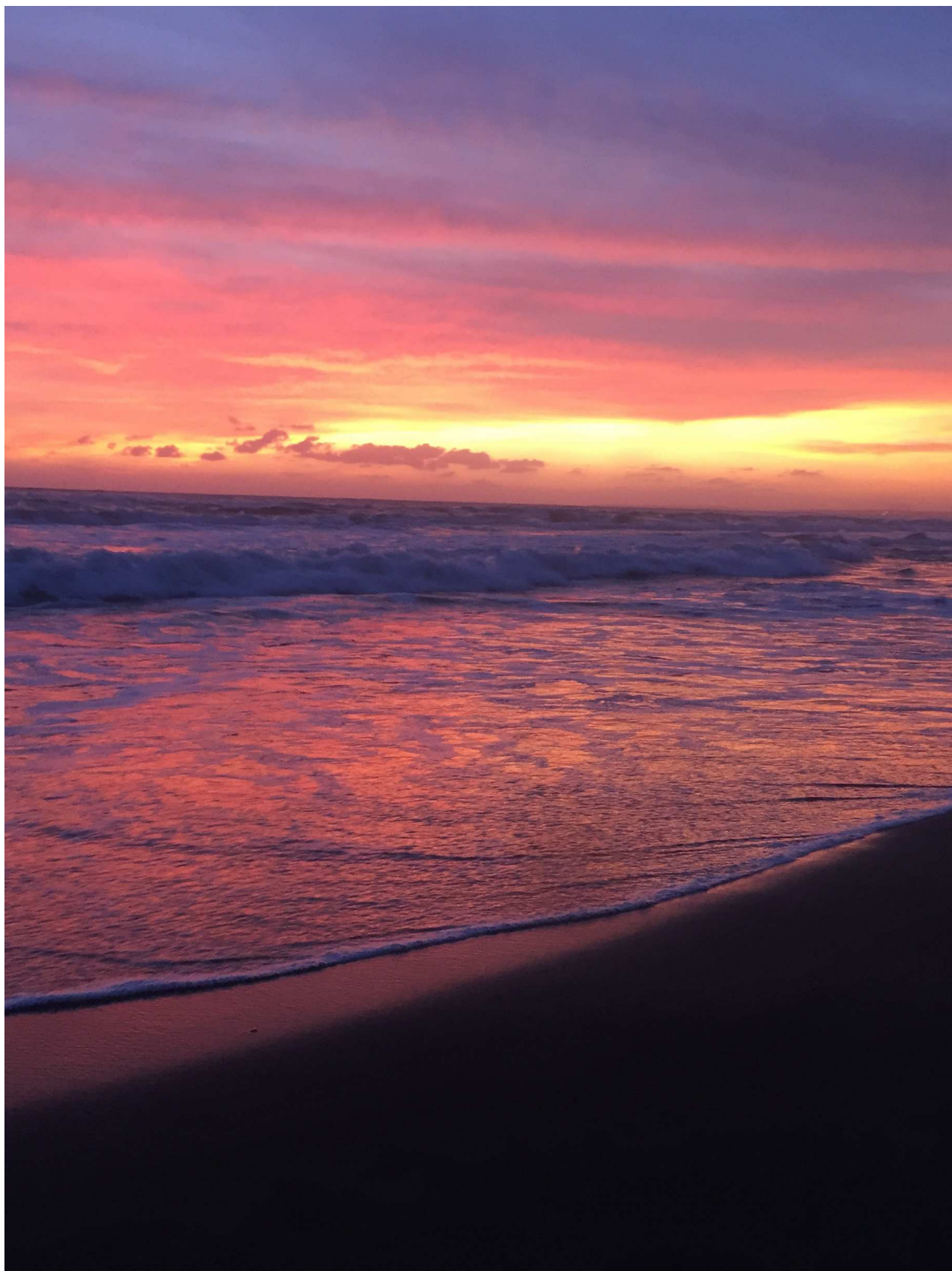
Fonte: elaborazioni CCIIAA di Latina su dati Unioncamere-Infocamere

In ultimo, l'analisi sul dato occupazionale del Lazio mostra come sia la provincia di **Roma** a mostrare le maggiori frequenze, con 127 mila occupati, assorbendo l'89,6% del dato regionale; seguono le province di **Latina**, con 11 mila 500 occupati, **Viterbo**, con 1.800 occupati), **Frosinone**, 1.100 occupati, e, quindi, **Rieti**, con 300 mila occupati).

Occupati nel 2018 nelle filiere dell'economia del mare per provincia
Anno 2018 (valori assoluti in mln di euro)

Ripartizione geografica	Filiera ittica	Industria delle estrazioni marine	Filiera della cantieristica	Movimentazione di merci e passeggeri via mare	Servizi di alloggio e ristorazione	Attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale	Attività sportive e ricreative	Totale
Viterbo	0,3	0,0	0,4	0,1	0,6	0,2	0,3	1,8
Rieti	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
Roma	3,3	1,0	6,9	17,0	67,8	16,4	14,6	127,0
Latina	1,0	0,0	2,3	0,7	5,1	0,9	1,5	11,5
Frosinone	0,1	0,0	0,8	0,0	0,0	0,2	0,0	1,1
LAZIO	4,8	1,1	10,6	17,8	73,6	17,7	16,4	141,8

Fonte: elaborazioni CCLIAA di Latina su dati Unioncamere-Infocamere

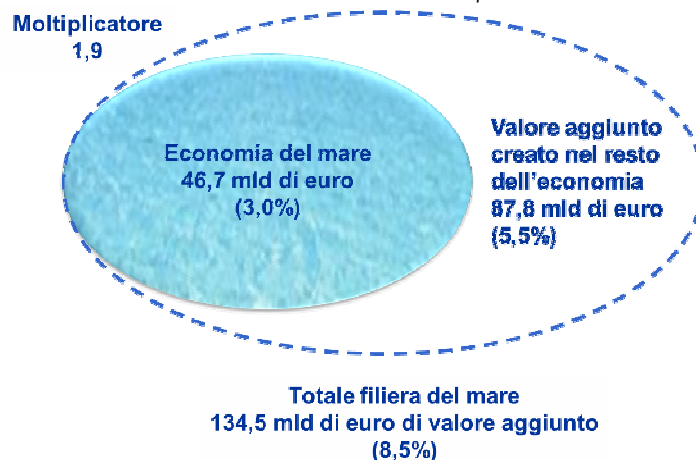


3 La capacità di attivazione sul resto dell'economia

Come si è detto, l'economia del mare si compone di settori diversi che spaziano su una varietà di attività produttive distribuite sull'intera economia. L'insieme di queste attività è arrivata a produrre 46,7 miliardi di valore aggiunto, pari al 3,0% del totale dell'economia italiana. Come accade per tutte le attività economiche, per lo svolgimento del processo produttivo, i diversi settori dell'economia del mare hanno bisogno di relazionarsi a monte con settori fornitori (produttori ad esempio di beni e servizi di input come materie prime, semilavorati, ecc.), e, a valle, con l'insieme delle attività che garantiscono la distribuzione commerciale, servizi di marketing, trasporti, logistica, ecc. Gli effetti sull'economia del "Sistema mare" non si limitano quindi alle attività economiche perimetrare, ma si estendono ad altre attività che vengono attivate indirettamente, tanto a monte quanto a valle. In pratica, esiste un moltiplicatore per cui per ogni euro prodotto da un'attività della blue economy se ne attivano altri sul resto dell'economia, generati da tutte quelle attività che contribuiscono alla sua realizzazione, secondo una dinamica di filiera.

Nel 2018, i 46,7 miliardi di euro di valore aggiunto prodotti dalle attività dell'economia del mare hanno attivato 87,8 miliardi di euro di valore aggiunto sul resto dell'economia, per un ammontare produttivo complessivo pari a 134,5 miliardi di euro (ovvero l'8,5% del valore aggiunto prodotto dall'intera economia nazionale). In altre parole, per ogni euro prodotto dalla blue economy se ne attivano sul resto dell'economia altri 1,9 euro.

*Valore aggiunto dell'economia del mare e attivazione sul resto dell'economia
Anno 2018 (valori assoluti in milioni di euro e incidenze percentuali sul totale economia)*



Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

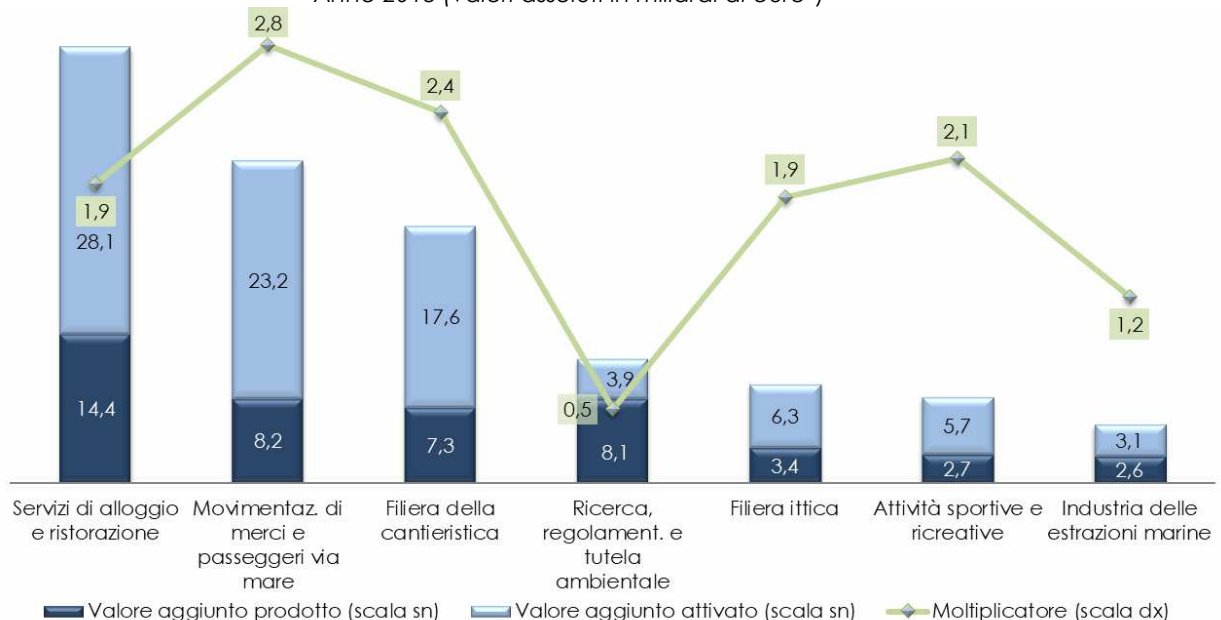
Entrando nel dettaglio dei moltiplicatori settoriali, il comparto dalla più elevata capacità moltiplicativa è quello della movimentazione di merci e passeggeri via mare, dove per ogni euro prodotto se ne attivano sul resto dell'economia altri 2,8.

Altri settori dalla elevata capacità moltiplicativa sul resto dell'economia sono quelli della cantieristica (moltiplicatore 2,4) e delle attività sportive e ricreative (moltiplicatore 2,1), così come in linea con la media dell'economia del mare sono i coefficienti moltiplicativi dei servizi di alloggio e ristorazione e la filiera ittica (moltiplicatore 1,9).

Su livelli più contenuti sono gli effetti moltiplicativi del settore della ricerca, regolamentazione e tutela ambientale (0,5), nonostante l'irilevnanza intrinseca di questo comparto qual elemento fondamentale per la salvaguardia di questa importante risorsa naturale, alla quale si collegano molte attività economiche.

Valore aggiunto prodotto, attivato sul resto dell'economia e relativo moltiplicatore, dei settori dell'economia del mare

Anno 2018 (valori assoluti in miliardi di euro*)



*Il moltiplicatore è espresso in euro attivati sul resto dell'economia per ogni euro prodotto, in termini di valore aggiunto.

Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

Guardando ai dati per ripartizione geografica, emerge che l'intera filiera dell'economia del mare nel 2018 contribuisce, combinando valore aggiunto prodotto in modo diretto e valore aggiunto indirettamente attivato, per ben l'11,0% nell'economia del Mezzogiorno (39,1 miliardi di euro) e per il 10,5% in quella del Centro (35,7 miliardi di euro).

Si colloca invece al di sotto della soglia del 10% il peso dell'intera filiera dell'economia del mare nelle aree del Nord-Est (7,4%, pari a 27,0 miliardi di euro) e del Nord-Ovest (6,3%, 32,7 miliardi di euro).

Valore aggiunto prodotto, attivato sul resto dell'economia e relativo moltiplicatore, per regione geografica
Anno 2018 (valori assoluti in miliardi di euro* e percentuali)

	Valore aggiunto prodotto		Moltiplicatore*	Valore aggiunto attivato (valori assoluti)	Totale filiera del mare	
	Valori assoluti	Incid. % su tot. economia			Valori assoluti	Incid. % su tot. economia
Nord-Ovest	10.432,8	2,0	2,1	22.212,3	32.645,1	6,3
Nord-Est	8.247,4	2,2	2,3	18.794,1	27.041,5	7,4
Centro	12.482,5	3,7	1,9	23.234,3	35.716,8	10,5
Sud e Isole	15.530,4	4,4	1,5	23.560,4	39.090,8	11,0
Italia	46.693,1	3,0	1,9	87.801,1	134.494,2	8,5

* Euro attivati sul resto dell'economia per ogni euro prodotto, in termini di valore aggiunto.

Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

Guardando al solo dato regionale, dalla lettura della successiva tabella emerge come il Lazio, con un moltiplicatore pari ad 1,9 euro ogni euro di valore aggiunto prodotto, attivi dai 8.038,0 milioni di euro ben 15 miliardi 272 milioni di euro (per un totale generato dalla filiera del mare pari a 23 miliardi 310 milioni di euro). La lettura del dato riferito alle singole province, invero, mostra come **Roma** attivi dai 7.365 milioni di euro ben 13 miliardi 994 milioni di euro (per un totale generato di 21 miliardi 539 milioni di euro), Latina dai 516,5 milioni di euro ben 981 milioni di euro (per un totale di 1 miliardo 497 milioni), Viterbo da 80,6 milioni di euro ben 146 milioni (per un totale di 228 milioni), Frosinone dai 61 milioni di euro 110 milioni (per un totale di 153 milioni) e, quindi, Rieti da 13 milioni di euro 25 milioni (per un totale di 39,3 milioni).

	Valore aggiunto prodotto		Moltiplicatore*	Valore aggiunto attivato (valori assoluti)	Totale filiera del mare
	Valori assoluti	Incid. % su tot. economia			Valori assoluti
Viterbo	80,6	1,4	1,9	153,1	233,7
Rieti	13,5	0,5	1,9	25,7	39,3
Roma	7.365,4	5,0	1,9	13.994,2	21.539,6
Latina	516,5	4,4	1,9	981,3	1.497,7
Frosinone	62,0	0,6	1,9	117,8	179,9
Lazio	8.038,0	4,5	1,9	15.272,2	23.310,2

* Euro attivati sul resto dell'economia per ogni euro prodotto, in termini di valore aggiunto.

Fonte: VIII Rapporto sull'economia del mare

5 Il commercio estero via mare

L'economia del mare rappresenta un insieme di attività eterogenee che, nell'analisi dell'interscambio commerciale, sono riconducibili sostanzialmente a due macro-categorie: chi si occupa di produrre imbarcazioni (navi, yacht, gommoni, ecc.) e chi produce ricchezza attraverso la pesca, la lavorazione, la conservazione e commercializzazione dei prodotti dell'ittica. La distinzione è fondamentale nella disamina territoriale dei dati dove, da un lato, quello della cantieristica, appare evidente la prevalenza delle aree del Centro-Nord, laddove nel settore ittico, invece, il ruolo del Mezzogiorno è di particolare rilievo, con numerose realtà che rappresentano delle vere e proprie eccellenze italiane.

Complessivamente, i due comparti della blue-economy (settore ittico⁹ e cantieristica¹⁰) superano i 5,3 miliardi di euro di esportazione. Si tratta del valore più alto mai registrato, ancor maggiore del dato riferito all'anno precedente (+121 milioni) e oltre 2,4 miliardi di euro in più del dato registrato nel 2014, punto di minimo del periodo complessivamente analizzato (2001-2018). Una ripresa, quella degli ultimi quattro anni, per lo più associabile al rilancio della cantieristica, fermo restando una variazione comunque positiva espressa anche dal comparto ittico.

Rispetto al 2017, tuttavia, la crescita appare trainata esclusivamente dalla componente cantieristica (+122 milioni), con l'ittica sostanzialmente in linea con l'ammontare di vendite oltreconfine dell'anno precedente. Nel complesso, dunque, si consolidano i dati entusiasmanti degli ultimi anni, nonostante peggiori il saldo commerciale. Al 2018, infatti, la differenza tra esportazioni e importazioni appare ancor più negativa, per un valore superiore ai 2 miliardi di euro (1,5 miliardi nel 2017). All'interno della filiera, però, i contributi al saldo con l'estero appaiono contrastanti: positivo quello della cantieristica (+3,0 miliardi); negativo quello dell'ittica (-5,3 miliardi).

Concentrando l'attenzione sulle dinamiche, appare evidente come il 2018 prosegua il trend di crescita (+3,4%) instaurato negli ultimi anni, su ritmi peraltro superiori a quelli di medio periodo (+2,3% di variazione media annua tra il 2011 e il 2018). A livello di filiere, l'ittica sperimenta una lieve battuta d'arresto (-0,2%) che appare in contrapposizione con la media degli ultimi anni (+3,1%). Nella cantieristica avviene il contrario, con la crescita del 2018 (+3,5%) che intensifica un processo già in atto da sette anni (+2,7% medio

⁹ Corrispondente ai gruppi di attività economica 03.11.0 (pesca), 03.21.0 (acquacoltura), 10.20.0 (lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi) della classificazione Ateco 2007.

¹⁰ Corrispondente ai gruppi di attività economica 30.11.0 (costruzioni di navi e imbarcazioni), 30.12.0 (costruzioni di imbarcazioni da diporto e sportive) della classificazione Ateco 2007.

annuo). Nel complesso, il ritmo di crescita delle vendite oltre confine della blue economy appare inferiore a quello medio nazionale (+7,6% nel 2018 e +3,0% nel lungo periodo), il che è in gran parte associato alla cantieristica.

*Flussi commerciali dell'Italia nei comparti dell'economia del mare
Anni 2011-2018 (valori assoluti in milioni di euro e incidenze percentuali sul totale economia)*

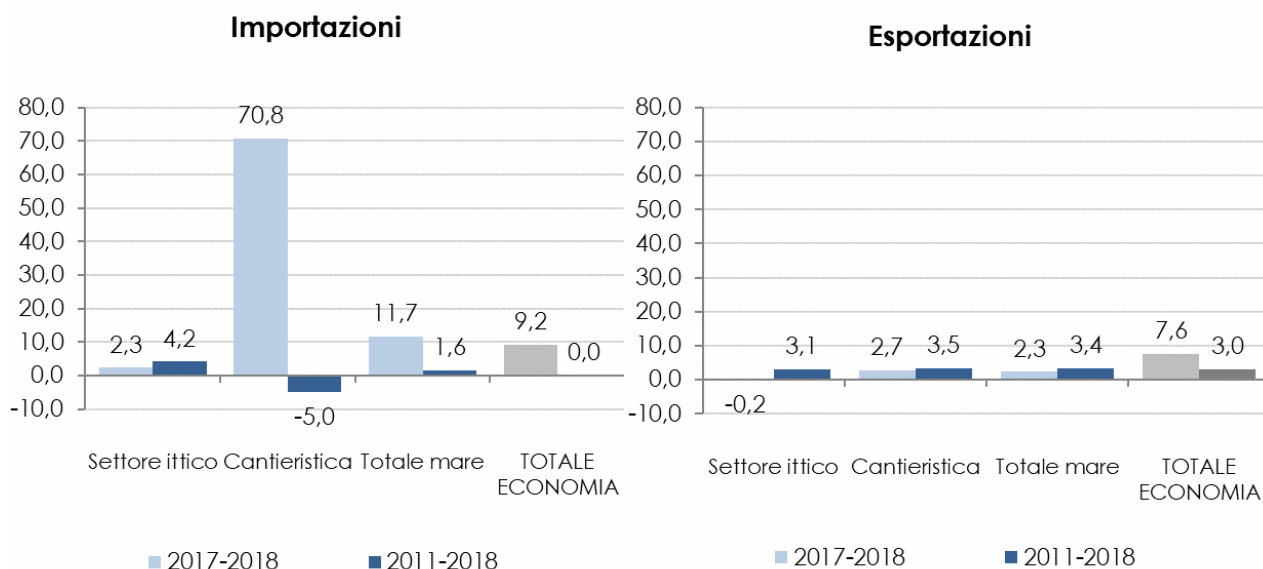
Valori assoluti (in milioni di euro)								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ESPORTAZIONI								
Settore ittico	569	519	559	597	654	675	707	706
Cantieristica	3.646	2.622	2.537	3.383	3.101	4.397	4.509	4.631
Totale mare	4.215	3.142	3.096	3.980	3.755	5.073	5.216	5.337
IMPORTAZIONI								
Settore ittico	4.476	4.275	4.322	4.586	4.989	5.564	5.822	5.957
Cantieristica	2.254	2.018	1.173	529	905	773	920	1.571
Totale mare	6.730	6.293	5.495	5.115	5.894	6.337	6.742	7.528
SALDO								
Settore ittico	-3.907	-3.756	-3.763	-3.989	-4.335	-4.888	-5.115	-5.251
Cantieristica	1.392	604	1.365	2.854	2.196	3.624	3.589	3.060
Totale mare	-2.515	-3.152	-2.399	-1.135	-2.139	-1.264	-1.526	-2.191
Incidenze % sul totale dei flussi commerciali nazionali								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ESPORTAZIONI								
Settore ittico	0,15	0,13	0,14	0,15	0,16	0,16	0,16	0,15
Cantieristica	0,97	0,67	0,65	0,85	0,75	1,05	1,00	1,00
Totale mare	1,12	0,81	0,79	1,00	0,91	1,22	1,16	1,15
IMPORTAZIONI								
Settore ittico	1,12	1,12	1,20	1,28	1,35	1,51	1,45	1,40
Cantieristica	0,56	0,53	0,32	0,15	0,24	0,21	0,23	0,37
Totale mare	1,68	1,65	1,52	1,43	1,59	1,72	1,68	1,78

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Su base territoriale, esistono diverse realtà di specializzazione a seconda della filiera che si analizza. Nell'ittica, i 706 milioni di euro di esportazione sono per lo più assorbiti dalla provincia di Como (155,5 milioni di euro); Venezia (57,2 milioni), Udine (44,8 milioni) e Rovigo (42,9 milioni) seguono nella particolare graduatoria mentre, in termini di incidenza percentuale sul totale dell'export, Vibo Valentia mantiene il primato già registrato negli altri anni, pur se su una quota leggermente inferiore (12,1%). Il valore della provincia calabrese appare quasi il triplo di quello relativo alla seconda realtà territoriale riportata, quella di Trapani (5,41%). Le quattro posizioni immediatamente successive sono tutte rappresentative della Sicilia: Trapani (5,4%), Agrigento (5,2%) e Caltanissetta (4,1%). Rovigo

è la prima tra le settentrionali (2,93%) e unica, insieme a Como e Imperia, a rompere l'egemonia del Mezzogiorno.

Dinamica dei flussi commerciali nei comparti dell'economia del mare e nel totale economia Anno 2018 (variazioni percentuali medie annue nei periodi 2017-2018 e 2011-2018)



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Su base territoriale, come affermato in precedenza, esistono diverse realtà di specializzazione a seconda della filiera che si analizza. Nel settore ittico, i 700 milioni di euro di esportazione sono per lo più assorbiti dalla provincia di Como (142,6 milioni di euro); Venezia (59,8 milioni), Udine (45,1 milioni) e Rovigo (43,0 milioni) seguono nella particolare graduatoria mentre, in termini di incidenza percentuale sul totale dell'export, si conferma come prima la provincia di Vibo Valentia (14,90%).

Il valore della provincia calabrese appare quasi il triplo di quello relativo alla seconda realtà territoriale riportata, quella di Trapani (5,41%). Anche la terza e quarta posizione sono rappresentative di realtà del Mezzogiorno, specificatamente della Sicilia: Agrigento, terza, registra un'incidenza del 5,08% mentre Palermo, quarta, si colloca poco al di sotto, con un valore pari a 4,21%. Rovigo è la prima tra le settentrionali (2,93%) e unica, insieme a Como e Imperia, a rompere l'egemonia delle province meridionali.

Nel settore cantieristico, la maggior parte dell'export prodotto dall'Italia proviene dalla provincia di Gorizia (1.312,1 milioni). Seconda, per valore assoluto, è ancora una provincia del Friuli-Venezia Giulia e, nello specifico, quella di Trieste (762,4 milioni). A seguire, si collocano le province di Lucca (664,3 milioni), Genova (254,3 milioni), Rimini (215,2 milioni) e Savona (212,5 milioni).

Le prime sei posizioni dunque, sono tutte occupate da realtà territoriali dell'Italia settentrionale, mentre la prima tra le province meridionali è quella di Palermo, con 206,7 milioni di export, unica a interrompere l'egemonia delle province centro-settentrionali.

Prime province del settore ittico e della cantieristica per valore delle esportazioni e ruolo nell'economia locale
Anno 2018 (valori assoluti in milioni di euro e incidenze percentuali sui totali provinciali)

SETTORE ITTICO					
Valori assoluti			Incidenza sul totale delle esportazioni provinciali		
Pos.	Provincia	Milioni di euro	Pos.	Provincia	Quote %
1	Como	155,5	1	Vibo Valentia	12,1
2	Venezia	57,2	2	Trapani	5,4
3	Udine	44,8	3	Agrigento	5,2
4	Rovigo	42,9	4	Caltanissetta	4,1
5	Rimini	34,2	5	Rovigo	2,9
6	Ferrara	29,7	6	Como	2,7
7	Ancona	19,4	7	Palermo	2,2
8	Pesaro e Urbino	17,4	8	Brindisi	1,7
9	Brindisi	16,6	9	Imperia	1,5
10	Trapani	15,6	10	Rimini	1,3
ITALIA		705,3	ITALIA		0,16
	Nord-ovest	229,7		Nord-ovest	0,13
	Nord-est	279,9		Nord-est	0,19
	Centro	73,6		Centro	0,10
	Mezzogiorno	122,1		Mezzogiorno	0,25
CANTIERISTICA					
Valori assoluti			Incidenza sul totale delle esportazioni provinciali		
Pos.	Provincia	Milioni di euro	Pos.	Provincia	Quote %
1	Gorizia	1.312,1	1	Gorizia	57,3
2	Trieste	762,4	2	Palermo	42,0
3	Lucca	664,3	3	Trieste	23,3
4	Genova	254,3	4	La Spezia	17,5
5	Rimini	215,2	5	Lucca	15,5
6	Savona	212,5	6	Savona	12,1
7	Palermo	206,7	7	Catanzaro	11,3
8	Torino	168,7	8	Nuoro	8,9
9	Forlì-Cesena	146,8	9	Imperia	8,6
10	La Spezia	136,5	10	Rimini	8,4
ITALIA		4.631,3	ITALIA		1,00
	Nord-ovest	943,5		Nord-ovest	0,51
	Nord-est	2545,9		Nord-est	1,68
	Centro	817,0		Centro	1,09
	Mezzogiorno	319,8		Mezzogiorno	0,65

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Focus sulle attività sportive e ricreative in provincia di Latina

L'affermarsi di nicchie nel settore turistico è una delle tendenze maggiormente evidenti negli ultimi anni. Per nicchia si intende un prodotto turistico confezionato intorno ad un interesse o una passione particolare, che coinvolge l'intera filiera del prodotto/servizio turistico, la modalità di offerta e quindi quella di fruizione. Il sistema dell'offerta turistica pertanto è sollecitato a confezionare il prodotto attorno ad un interesse o una passione, per renderlo maggiormente attrattivo, consentendo così all'intera filiera territoriale collegata, di beneficiarne. Un'offerta turistica specializzata deve caratterizzarsi per un servizio in cui:

- I. la qualità orientata a soddisfare una domanda personalizzata è al primo posto;
- II. l'offerta deve distinguersi, per originalità e specialità in modo da creare un distacco dalla concorrenza.

Una delle nicchie affermatasi negli ultimi anni e, che continua a godere di importanti tassi di crescita, è quella del turismo sportivo. Questo fenomeno appare di recente identificazione, tanto che alcune federazioni sportive nazionali ed internazionali si sono interessate ad esso. Il fenomeno sta assumendo proporzioni rilevanti negli ultimi anni, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (O.M.T.) infatti non lo riconosce ancora come elemento indipendente dalle altre tipologie di turismo, classificandolo all'interno dell'area "tempo libero, relax e vacanza".

Qualche dato

Il legame tra sport e turismo interessa diversi fattori, tra i quali ricoprono particolare importanza la crescita di popolarità di eventi sportivi nazionali e internazionali e la diffusa consapevolezza dei benefici derivanti dalla pratica dello sport. Anche le autorità locali e le organizzazioni di promozione economica si stanno interessando al fenomeno in modo sempre più approfondito, riconoscendo l'impatto del turismo sportivo a livello economico. Tale tipologia specifica di turista genera a livello mondiale dai 12 ai 15 mln di arrivi internazionali ogni anno, con un fatturato di circa 800 mld di \$ e previsioni di crescita di circa il 6% annuo nel breve termine.¹¹ A livello mondiale i principali Paesi di origine dei turisti sportivi sono Regno Unito, Germania, Italia, Spagna, Danimarca, Svezia e Finlandia. Guardando all'Italia invece, sono circa 11,2 milioni le persone che fanno sport all'interno di società sportive del CONI, e federazioni sportive affiliate. Tali numeri ci suggeriscono il bacino potenziale cui attingere per offrire prodotti e servizi legati allo sport. La vacanza

¹¹ Fonte: UNWTO e European Travel Commission, 2013

all'insegna della pratica sportiva sta diventando sempre più interessante per alcune categorie di amatori: dagli appassionati del nuoto a quelli della vela, dal diving alla pesca sportiva, dal tennis al beach volley.

Cos'è il turismo sportivo

Per comprendere a fondo come la pratica di discipline sportive si intersechi con la fruizione di servizi turistici, occorre distinguere due tipologie di interazione tra questi settori:

La prima e più intuitiva forma di interazione è la pratica di attività fisiche, sport agonistici o amatoriali, sia come svolgimento di pratiche per il benessere fisico, che come pratiche per l'intrattenimento e il divertimento.

In questo caso il turismo sportivo di azione è legato alla pratica sportiva in senso stretto, l'offerta in tale contesto si rivolge a tutti i praticanti a livello amatoriale e non, che esprimono una domanda di strutture, spazi, attrezzature e servizi in genere per svolgere la loro attività durante i periodi di soggiorno. La scelta della meta turistica pertanto può essere fortemente influenzata dall'offerta territoriale in tal senso, quindi dalla possibilità di praticare lo sport prescelto. Tradizione sportiva, capacità di accoglienza e qualità delle infrastrutture rappresentano i sostanziali fattori di vantaggio competitivo. Un esempio di driver di valore per una destinazione turistica riguarda la creazione di un Club di prodotto. Con esso si intende quella particolare rete di imprese che si indirizza a una specializzazione del prodotto/mercato di riferimento. La capacità di ottenere una massa critica minima a livello territoriale rappresenta un fattore fondamentale per l'attrattività di questo target turistico, poiché consente a un'aggregazione di operatori di agire in modo congiunto e sinergico in termini di promozione, marketing, capacità e diversificazione dell'offerta.

Una attrattività basata sul territorio e non sul singolo operatore è capace di generare un effetto moltiplicatore in termini di capacità di attrarre flussi turistici e segmenti di clientela specifici. Per comprendere meglio il concetto possiamo portare due esempi: sono molte le località della Spagna nelle quali è possibile praticare il surf, vicino lo Stretto di Gibilterra tuttavia, in provincia di Cadice nell'Andalusia Atlantica, molti operatori si sono specializzati e sono ormai numerose le scuole che portano i loro allievi a confrontarsi con l'oceano. Per tutti gli appassionati della disciplina, quel tratto di costa è ormai diventato un riferimento e chiunque voglia praticare quello sport sa che può recarsi in quell'area. È il territorio nel suo complesso quindi ad attrarre flussi, a prescindere dall'offerta del singolo operatore, che avrebbe, anche nel migliore dei casi, una capacità di comunicazione e una visibilità estremamente limitata. Altro caso molto simile, in Italia, è rappresentato dalla Val di Fiemme per il settore degli sport invernali, in questo caso gli operatori sono dotati di una vera e propria struttura di coordinamento, tanto da agire a livello di consorzio non solo nella promozione, ma anche per l'organizzazione e l'erogazione di servizi, dagli skypass fino ai servizi di mobilità interna alla valle.

La seconda tipologia di turismo è legata alle attività culturali legate allo sport, come le manifestazioni sportive, i congressi e gli spettacoli.

Si tratta in questo caso di un settore in grado di generare una ricaduta economica diretta sul territorio, facilmente misurabile e quantificabile, sia in termini di investimenti che di ricaduta economica e di flussi. Questa tipologia di turismo sportivo è legata alla produzione di piccoli e grandi eventi sportivi capaci di richiamare numerosi appassionati. In questo caso i fattori di competitività sono rappresentati dalla capacità di pianificazione, coordinamento tra i soggetti territoriali pubblici e privati, dalla capacità di attrarre sponsor, oltre che dalla disponibilità di infrastrutture. La pianificazione di un successo organizzativo dipende da una serie di condizioni a volte scarsamente riproducibili. Il turismo legato agli eventi è caratterizzato dalla presenza di un attrattore che concentra in un periodo limitato nel tempo e nello spazio una quantità ingente di persone, a prescindere dalle attrattive turistiche di quella destinazione che ospita l'evento sportivo. Un elemento di forte competitività quindi, è rappresentato dalla gestione efficiente ed efficace del flusso turistico. Più la destinazione è gestita e più limitati saranno gli impatti negativi sul territorio come ad esempio la quantità di rifiuti, trasporti pubblici affollati e poco funzionali.

Sulla base di queste distinzioni è possibile quindi individuare una serie di comportamenti o necessità cui è necessario far fronte, di conseguenza sono 4 le tipologie principali di turista sportivo:

- attivo amatoriale: chi pratica sport a livello amatoriale o che viaggia per partecipare a gare, tornei;
- attivo professionista: chi pratica sport a livello professionistico o che si sposta per gare, tornei professionistici;
- passivo amatoriale: chi si sposta per seguire da spettatore un evento sportivo di livello amatoriale;
- passivo professionista: questa categoria riguarda i dirigenti, preparatori tecnici, preparatori atletici, accompagnatori quando viaggiano per convegni o eventi incentrati sullo sport.

Il turismo sportivo quindi non solo è versatile e poliedrico per il comparto turistico dell'economia di un determinato paese, ma è anche un potente mezzo per rivalutare il territorio e migliorarne la qualità della vita fungendo da driver di sviluppo. Si tratta di uno strumento in grado di promuovere una destinazione come meta turistica, attirare persone, migliorare l'offerta ricettiva, e agire come strumento di marketing territoriale, anche al fine di valorizzare le aree meno sviluppate. Un ulteriore fattore di interesse è rappresentato dallo sport come driver per la destagionalizzazione della domanda, aumentando il tasso di occupazione anche in bassa stagione, mentre l'offerta turistica, in particolar modo quella alberghiera, può incentivare il flusso del segmento sportivo e differenziare l'offerta.

Di notevole importanza è inoltre il ritorno in termini di visibilità, non solo per quanto riguarda i clienti sportivi, ma anche un concreto interesse da parte degli organizzatori delle manifestazioni di settore in grado di moltiplicare incentivi e sponsor. La scelta di una

destinazione turistica legata all'esigenza di praticare un'attività sportiva, per un determinato arco temporale, in un luogo diverso dal proprio contesto ambientale, avviene seguendo tutte le particolari richieste di questo target. La conoscenza della pratica sportiva, dei tempi e delle specifiche richieste tecniche, sono condizione essenziale per una buona organizzazione turistica.

Storie dal territorio

Base 41° - Circolo velico
Sperlonga
Settore di attività: Lido - Sport nautici
<p>Il Circolo velico Base 41° offre attività con derive, catamarani, tavole da sup, stend up pedal e wind surf. Corsi, attività di formazione, noleggio, servizi di rimessaggio sono solo alcune delle attività che ci vedono impegnati, racconta Romeo Mignacca, Amministratore del Circolo: organizziamo abitualmente manifestazioni in acqua di vario genere, prettamente non agonistiche, poiché siamo affiliati ad un Ente di promozione sportiva. L'obiettivo principale è quello di promuovere attività e attirare sempre più persone verso queste discipline, attraverso giornate dimostrative aperte, camminate in sup o canoa, giorni di prova gratuiti.</p>

<p>Al circolo Base 41° sono convinti dell'importanza degli eventi per ingaggiare flussi turistici, come testimoniato dai soci del club provenienti da città come Roma o fuori regione come Napoli.</p> <p>Non c'è dubbio, continua Romeo Mignacca, che a volte scontiamo uno scarso coordinamento. La nostra è un'attività fortemente stagionale, lavoriamo da aprile a settembre, per allungare il periodo di fruibilità dei nostri servizi occorre che vi sia capacità di intercettare flussi. Una maggiore e migliore comunicazione sicuramente aiuterebbe, soprattutto però crediamo nell'opportunità di esercitare attività attraverso dimostrazioni gratuite che, seppure nell'immediato rappresentano un</p>

investimento sia in termini di costi che di sforzo organizzativo, consentono di ingaggiare persone e avvicinarle alla pratica sportiva. Ci sarebbero diversi modi per destagionalizzare ma la nostra attività è fortemente condizionata dal meteo, mareggiate, vento forte, purtroppo non sono elementi che si possono aggirare. Il nostro obiettivo tuttavia rimane quello di allungare la stagione, in particolare puntando a promozioni verso gruppi di stranieri. L'utilizzo del lago lungo a Sperlonga potrebbe essere un'idea per praticare attività in inverno, l'iter per le autorizzazioni non è semplice ma al Circolo Base 41° non si perdono d'animo.

FIPSAS Latina

Latina

Settore di attività: Pesca sportiva e attività subacquee



La Federazione Italiana Pesca Sportiva e Attività Subacquee, è l'associazione italiana che ha come fine quello di promuovere la pratica della pesca sportiva, in mare e in acqua dolce, delle attività subacquee e delle attività agonistiche e amatoriali. Si tratta di una delle federazioni sportive maggiormente rappresentative in Italia, è la quinta infatti per numero di affiliati del Comitato Olimpico Nazionale CONI. Dal 2004 inoltre, la FIPSAS è stata riconosciuta ufficialmente come associazione nazionale di protezione ambientale

dal Ministero della tutela del territorio e del mare.

Abbiamo intervistato il Presidente della Provincia di Latina, Domenico Petruzzino.

Presidente a quale tipologia di eventi sportivi partecipa attivamente la sua associazione?

A livello agonistico organizziamo eventi sia nelle acque interne che in mare, con la pesca da riva. Trattiamo tutti i tipi di pesca, anche la pesca d'altura è una modalità di pesca praticata dai nostri associati, teniamo presente che la pratica sportiva prevede il rilascio immediato del pescato. Anche le attività in apnea interessano una quota importante dei nostri associati, si diramano in diverse attività, dal tiro al bersaglio in apnea alla pesca in apnea, dalla didattica, hockey in apnea.

Crede che gli eventi sportivi possano avere un ruolo nello sviluppo del turismo nell'area?

La nostra associazione partecipa a iniziative da Terracina fino a San Felice Circeo. Solamente per citare l'ultimo evento, dal 12 al 19 ottobre 2019 si è svolto tra Sabaudia, Terracina e Latina, il Campionato del Mondo Under 16 e Under 21 di Surf

Castig o pesca da spiaggia. Uno sforzo organizzativo importante, i campi di gara si estendevano per 2 chilometri di litorale, hanno partecipato circa 200 atleti da 15 nazioni. Se consideriamo anche gli accompagnatori, istruttori, direttori tecnici, allenatori, ci avviciniamo quasi a 800 persone coinvolte nell'evento.

La FIPSAS è anche riconosciuta come associazione di protezione ambientale.

Assolutamente, oltre l'attività agonistica, svolgiamo anche molta attività sociale, nell'ambito della tutela vorrei ringraziare le nostre guardie ittiche ambientali che monitorano le attività sul territorio e segnalano agli enti interessati eventuali anomalie o ipotesi di reato. Sono Associati che si prestano volontariamente a questo servizio, senza ricevere alcun compenso e rappresentano un presidio fondamentale per il contrasto a



tutte le attività illegali sul territorio, dagli scarichi illeciti all'inquinamento delle acque, fino ad attività di pulizia e raccolta dei rifiuti abbandonati nell'ambiente.

Tornando allo sport, quale tipologia di eventi crede sia più adatta al suo territorio?

In molti paesi della provincia si promuovono feste ed eventi sportivi con risultati interessanti, abbiamo notato una ottima risposta sui corsi di formazione nella pesca e per le attività subacquee, non solo in mare ma anche nelle acque interne, nei fiumi o nei laghi, con partecipanti provenienti dall'intero territorio della Regione Lazio.

Cosa manca alle manifestazioni sportive nel suo territorio per fargli fare il salto di qualità?



Per le attività subacquee occorrono assolutamente piscine per svolgere corsi di formazione e preparare gli aspiranti subacquei, in provincia di Latina è presente una sola struttura in grado di svolgere queste attività fondamentali per preparare i sub ad operare in sicurezza. Si tratta di un elemento fortemente

limitante. Altra questione calda sul territorio riguarda gli accessi al mare, i praticanti sono molti, consideriamo solamente le oltre 40 associazioni iscritte in provincia alla nostra federazione, se sommiamo anche l'afflusso turistico, oltre a tutti gli altri operatori turistici e non, interessati da attività in acqua, la questione diventa cruciale. Scontiamo una carenza di scivoli e possibilità di scendere a mare con le imbarcazioni. La presenza di strutture di attracco e porticcioli che consentano l'accesso in acqua è fondamentale per lo sviluppo di queste attività.

Quali sono gli elementi mancanti nel territorio che potrebbero aiutare lo sviluppo di un turismo sportivo?

Sarebbe utile sviluppare eventi fieristici internazionali riguardanti la filiera nautica. Si può cominciare anche dalle piccole cose per potenziare le attività, collaborare con le istituzioni locali, creare sinergie tra gli operatori, bastano anche piccoli interventi.

The Core

Sabaudia

Settore di attività: Canottaggio Kayak Canoa Dragon Boat

L'Associazione sportiva the Core, si dedica prettamente alle discipline del canottaggio canoa e dragon boat, a livello amatoriale e agonistico. Da 14 anni The Core opera sul lago di Paola, ci racconta la Presidente Francesca Zito, svolgendo attività di promozione di queste discipline ma anche di promozione del territorio. Non solo professionismo dunque ma anche attività amatoriali, dalle visite guidate con le scolaresche fino a sedute di team building per i dipendenti delle aziende che scelgono lo sport per consentire ai propri dipendenti di legare e sviluppare rapporti di collaborazione.

Una delle particolarità di The Core, che la rende unica rispetto a tutto il panorama provinciale, riguarda il fatto che l'associazione è un punto di contatto per società professionistiche estere. Le attività infatti non si fermano mai, se durante i mesi estivi sono più orientate verso un target turistico, in inverno, quando nei paesi del nord gli atleti non possono allenarsi a causa del ghiaccio che ricopre i corsi d'acqua, il lago di Sabaudia ospita gli atleti delle federazioni o di club stranieri. La Nazionale ucraina di canottaggio, ad esempio, ha scelto di allenarsi qui ormai da 5



anni, allo stesso modo la Nazionale polacca e quella canadese di canoa. The Core ha ospitato atleti anche dalla Serbia, dall'Ungheria, da club di Amburgo e dalle scuole superiori inglesi di Wimbledon.

Le Attività tuttavia non riguardano solo servizi, Francesca ci racconta come il lago di



Paola sia lo scenario nel quale organizzano gare, campionati regionali e nazionali.

La partecipazione più alta avuta è stata registrata in una gara per ragazzi dai 10 ai 14 anni, 700 partecipanti e 1200 presenze considerando l'intero indotto. Non

dimentichiamo che il lago rientra all'interno del Parco Nazionale del Circeo, questo orienta fortemente le attività che puntano sull'ecoturismo e sul turismo sostenibile, la natura infatti è uno degli elementi più forti da valorizzare.

Rispetto allo sviluppo locale, da queste parti si dicono ottimisti, il dialogo con albergatori, enti turistici, agenzie turistiche, enti preposti alla promozione territoriale e organizzazioni interessate allo sviluppo ecologico del territorio è già aperto. Il Parco facilita molto la cosa, funge da ente di coordinamento, certo bisogna lavorarci sopra e migliorare, ma l'impressione è che non siamo all'anno zero. Con la previsione della prima gara del circuito di Coppa del Mondo di canottaggio, prevista ad aprile 2020, si sta inoltre lavorando allo sviluppo di infrastrutture che si riveleranno essenziali in futuro per lo sviluppo del turismo sportivo dell'area.

Quello che è importante e che spesso invece si considera meno, riguarda la capacità di pensare al territorio in modo totale: lavorare sulla mobilità, sui trasporti, è necessaria una riqualificazione generale degli spazi relativi alla Città di Sabaudia. Non basta infatti offrire un buon servizio agli sportivi, occorre che il turista sportivo e non, abbia la possibilità di godere di spazi vivibili nel tempo libero, in altre parole bisogna approcciare all'offerta turistica a 360 gradi, offrendo al visitatore un'esperienza positiva nel suo complesso.

Circeo Yacht Vela Club

San Felice Circeo

Settore di attività: Vela - Regate

Il nostro Circolo è attivo dal 1978, ci racconta con orgoglio Carlo Cacioppo, Vice-Presidente dell'ASD Circeo Yacht Vela Club. Il centro velico, situato nel porto di San

Felice Circeo, in uno scenario naturalistico d'eccezione, è riconosciuto dal CONI come Ente di promozione sportiva e svolge le sue attività 365 giorni l'anno. Scuole di vela, derive, catamarani e barche d'altura, oltre ad un centro di formazione in grado di rilasciare patenti nautiche, sono molte le attività svolte dall'associazione. La punta di diamante del circolo tuttavia è forse rappresentata dalle attività agonistiche, in particolare legate all'organizzazione di regate veliche sia di carattere nazionale che internazionale. Questa attività impegna il centro per l'intero anno ma raggiunge il picco massimo nel periodo compreso tra aprile e giugno, giusto in tempo per tirare la volata alla stagione estiva, nella quale le attività tendono inevitabilmente a spostarsi verso un target turistico maggiormente orientato ad attività ludiche.



L'importanza delle manifestazioni sportive è testimoniata dai numeri: 30 barche animano il campionato invernale, con un flusso di oltre 200 persone che ogni due weekend si riversano sulle banchine e nel territorio di San Felice Circeo. Non male se pensiamo ad una tipica località di mare nel periodo invernale. Con

l'arrivo della stagione primaverile i numeri crescono ancora, le manifestazioni che si svolgono nel periodo di maggio coinvolgono di media oltre 60 barche, con una presenza stimata di circa 500 persone tra istruttori, tecnici e accompagnatori. L'indotto non è un fattore secondario nel settore degli eventi sportivi, questo genere di manifestazioni è in grado di attrarre flussi sia su base regionale che dall'intera costa tirrenica, nel caso degli eventi principali.

Al Circeo Yacht Vela Club però non si cullano sugli allori, serve un maggiore coordinamento territoriale per ottenere visibilità all'esterno, scontiamo un gap comunicativo e di marketing mentre bisognerebbe lavorare in modo ancora più deciso sul settore. Si pensi, racconta Carlo Cacioppo citando la concorrenza, che un evento come la Barcolana genera da solo un indotto di oltre 50 milioni. Una serie di incontri programmatici tra tutti gli attori del territorio potrebbe essere utile per definire sinergie, azioni comuni, mettere a fattor comune esperienze e definire i compiti che spettano ad ognuno: enti pubblici, operatori privati, associazioni sportive, organizzazioni di settore e di promozione economica e territoriale.

Uno dei club più antichi del territorio che certo non ha perso l'ambizione per il futuro.

Pro Loco di Ponza

Ponza

Settore di attività: Promozione turistica



PRO LOCO®
PONZA

Letteralmente dal latino “a favore del luogo”, le Pro Loco sono associazioni locali, nate con scopi di promozione e sviluppo del territorio. Un po' di storia, alla fine del 1800, iniziarono a nascere sul territorio dei comitati cittadini che adottavano davanti al nome

del luogo in cui operavano la semplice preposizione "pro". Questi comitati erano caratterizzati da un'estrema varietà di fini, tutti comunque orientati lavorare a favore del proprio paese. Alcuni anni dopo e in seguito alla I guerra mondiale, le pro loco, sollecitate dall'ENIT (Ente Nazionale Italiano per il Turismo) nato nel 1919, iniziano a diffondersi su tutto il territorio nazionale.

Abbiamo raggiunto Emilio Aprea, Presidente della Pro Loco di Ponza.

Presidente può raccontarci si cosa si occupa la sua associazione?

La nostra Pro Loco si caratterizza per uno spiccata vena turistica, lavoriamo su diverse attività, ma visto il luogo in cui ci troviamo siamo fortemente orientati sul favorire l'accoglienza e assistenza ai turisti. Uno dei nostri obiettivi primari è quello di mitigare impatto degli imponenti flussi turistici estivi sulla popolazione locale. Non dimentichiamo che nel nostro comune esiste una popolazione residente di 3.300 abitanti che vive qui durante tutto il resto dell'anno e che anche durante la stagione estiva, deve poter vivere con normalità la propria routine quotidiana. Abbiamo 10 dipendenti e cerchiamo di fare da intermediari tra popolazione e istituzioni. Una parte importante delle nostre attività riguarda l'organizzazione di manifestazioni mirate alla destagionalizzazione.

La Pro Loco ha mai organizzato o partecipa attivamente ad eventi sportivi?

Ci sono associazioni sportive sull'isola che si occupano di organizzare attività ed eventi, noi non abbiamo know how sportivo, cerchiamo invece di supportare gli operatori del settore quando necessario. Nel cerimoniale ad esempio o in altre attività logistiche, poiché riconosciamo l'importanza di un turismo legato agli eventi sportivi, soprattutto in un'ottica di destagionalizzazione dei flussi.



Quale tipologia di turismo crede sia più adatto al suo territorio?

Le regate veliche sono fondamentali, soprattutto nei periodi di bassa stagione, insieme a eventi sportivi di altro tipo generano economia sull'isola. Occorre tenere conto delle peculiarità

locali, crediamo che questi eventi siano quelli che si adattano meglio al nostro contesto, ci consentono di sfruttare lo splendido mare che abbiamo e di attirare sull'isola un target turistico attento alla natura e alla sostenibilità.

Quali interventi ritiene prioritari a livello infrastrutturale?

Occorre fare una premessa, su un'isola, gli spazi sono limitati per definizione, una delle questioni fondamentali quindi riguarda come sfruttare al meglio gli spazi che abbiamo. Questa caratteristica spesso rende impraticabile lo svolgimento di attività che potrebbero portare un indotto importante. Per questo le regate, che si svolgono in acqua sono importanti per noi, certo teniamo presente che se vogliamo posizionarci a buoni livelli in questo settore si rendono necessari spazi per gli attracchi e per il rimessaggio delle attrezzature. Non possiamo lasciare le barche in rada, occorre essere attrattivi e la disponibilità di attracchi mi pare un punto essenziale da cui partire.

Centro Sub Aprilia

Aprilia

Settore di attività: Attività subacquee

Roberto Russini è il Presidente del Centro Sub di Aprilia. L'associazione organizza corsi in piscina, appoggiandosi poi a operatori esterni per svolgere attività in mare. I corsi di formazione per il rilascio dei brevetti rappresentano una delle attività principali del centro. La sicurezza è fondamentale negli sport di immersione, un aspetto che non può essere assolutamente trascurato. Il nostro target è molto giovane, continua Roberto Russini, si rivolgono a noi ragazzi dai 14 anni fino circa ai 35 anni, in molti provengono da altri sport o da discipline simili e vogliono ampliare le loro conoscenze aprendosi agli sport subacquei.

La specializzazione del Centro sub sulle attività di formazione consente di avvertire meno la stagionalità del settore rispetto agli altri operatori. Nei mesi invernali infatti si opera essenzialmente in piscina, anche perché consente di garantire livelli di sicurezza adeguati ai neofiti o ai principianti che si rivolgono all'associazione per imparare.

Anche se le uscite in mare aperto sono limitate, realtà come il Centro sub Aprilia sono fondamentali da un lato per aumentare il numero di soggetti in grado di praticare attività nel periodo estivo, soggetti che poi usufruiscono di servizi presso una pluralità di altri operatori.



Dall'altro lato le attività di formazione consentono di avere personale formato in grado di accompagnare i turisti in immersione in sicurezza su tutto il territorio.

Tra i punti critici nell'area, sottolinea il Presidente, occorre sottolineare la scarsità delle discese a mare, i cosiddetti scivoli. Si tratta di infrastrutture minori che non necessitano di investimenti particolari, eppure la loro mancanza è in grado di ostacolare seriamente lo sviluppo del settore. Non solo il nostro ma tutte le attività che si svolgono in mare, in mancanza di accessi per mettere in acqua le barche, fattore abilitante per realizzare l'attività subacquea, tutto diventa estremamente difficile. Le strutture sono poche quindi nel periodo estivo soffrono di un sovraffollamento e per il turista medio che vuole venire a trascorrere la sua vacanza sulle nostre coste con la propria barca, questo rappresenta un fattore estremamente disincentivante.

Circolo Nautico Caposele

Formia

Settore di attività: Vela - Regate

Ci troviamo a Caposele, Formia, accanto ad un'area archeologica unica, parte del complesso della Villa di Cicerone. In questo contesto sorge il circolo nautico più antico della provincia di Latina, che svolge ininterrottamente la sua attività dal 1961. Ci guida

nella scoperta di questa realtà Antonio Cianciaruso, Segretario dell'ASD – Associazione Sportiva Dilettantistica che gestisce i 46 posti barca riservati ai soci.

L'Attività si basa in prevalenza sulla vela, si organizzano scuole vela, regate di livello regionale, fino ad eventi di livello nazionale e internazionale, un'attività che impegna il circolo 365 giorni all'anno. Citiamo solo alcune tra le manifestazioni

organizzate: tra il 2010 e 2016 due campionati italiani classe olimpica hanno dato lustro al territorio, nel 2013 invece il



campionato europeo classe 470 - una deriva di 4,70 metri, che ha visto confluire nell'area atleti e accompagnatori da diversi paesi europei. Lo sport però non è solo per i professionisti, per alimentare e diffondere la pratica sportiva è fondamentale agganciare le nuove generazioni, proprio per questo ogni anno il circolo di Caposele organizza la regata nazionale della classe Optimist, dedicata ai bambini.

Per comprendere a pieno la portata di queste manifestazioni, l'impegno organizzativo e la ricaduta sul territorio, Antonio Cianciaruso comincia a snocciolare numeri: La sola regata Optimist ha coinvolto 120 imbarcazioni e un indotto per il weekend è quantificabile intorno alle 700 presenze tra accompagnatori, famiglie, personale tecnico. Passando alle barche d'altura, nel periodo invernale, con una media di 20



barche per ogni competizione si può stimare che oltre 100 persone per ogni manifestazione si riversino sulle banchine di Formia. Ma non finisce qui, passando alle manifestazioni nazionali, la classe 420 coinvolge circa 120 barche, 250 atleti per un totale di oltre 700 persone, fino ai 1000 arrivi stimati nel caso di una regata CICO - Campionato Italiano Classe Olimpica, evento della durata di 5 giorni. Non mancano le difficoltà, se l'associazione

si sente di chiedere qualcosa è il supporto di amministrazione e organizzazioni del territorio, non al livello economico ma a livello di servizi di supporto, per offrire un evento c'è bisogno di un'organizzazione importante. Quando una mole così grande di persone si riversa in pochi giorni in un'area circoscritta occorre preoccuparsi di molti aspetti ma allo stesso tempo si determina un ritorno economico e in termini di immagine per tutto il territorio, per gli operatori e per la città in generale. Per citare una

buona pratica, sul Lago di Garda hanno fatto delle regate non solo un'attività commerciale ma un brand territoriale. Per sostenerne l'organizzazione da parte delle associazioni sportive, che non hanno ritorno economico e non hanno scopo di lucro, la provincia riconosce agli organizzatori 4 euro al giorno per ogni presenza documentata, come supporto economico per coprire almeno in parte le spese legate alla gestione dell'evento.

Le attività sportive possono rappresentare un driver per l'intero territorio, si pensi solo alla vicina area archeologica, una quota dei partecipanti, se pur piccola, sfrutterà la gita fuori porta per una visita culturale all'area, per pranzare nei ristoranti, per alloggiare negli alberghi. Gli eventi rappresentano un attrattore in grado di riversare flussi sulle attrattive turistiche vicine. Allo stesso tempo spazi ben organizzati e servizi efficienti valorizzerebbero l'attività sportiva, creando così un circolo virtuoso, una situazione win win di cui beneficiano tutti. La collaborazione è fondamentale quando parliamo di eventi, sono situazioni complesse che interessano una pluralità di soggetti, con ricadute importanti che tuttavia necessitano di sforzi organizzativi straordinari e di strutture di coordinamento dedicate.

Lo Sparviero Sport Fishing

Ponza

Settore di attività: Pesca turismo

Raggiungiamo al telefono Pietro Romano, che con la sua imbarcazione si occupa di accompagnare i turisti nelle acque dell'Isola di Ponza per praticare la pesca turismo. Lo troviamo in un momento di pausa mentre è in mezzo al mare, accompagna un turista tedesco a pesca. Ci racconta della sua attività, lo Sparviero è il nome della barca con la quale accompagna i visitatori a svolgere delle attività di pesca, principalmente con le canne a fondo. L'idea è quella di offrire un'esperienza unica che sia istruttiva, divertente e rilassante allo stesso tempo. Lo stesso pesce pescato infatti viene cucinato al momento per gli ospiti della barca. "Dopo aver pescato li faccio rilassare" con un bagno nelle bellissime acque dell'isola. Chi approccia a questa tipologia di attività sono in genere amatori, famiglie con bambini, può capitare a volte anche di accompagnare qualche turista più esperto e pratico della pesca per delle uscite notturne.

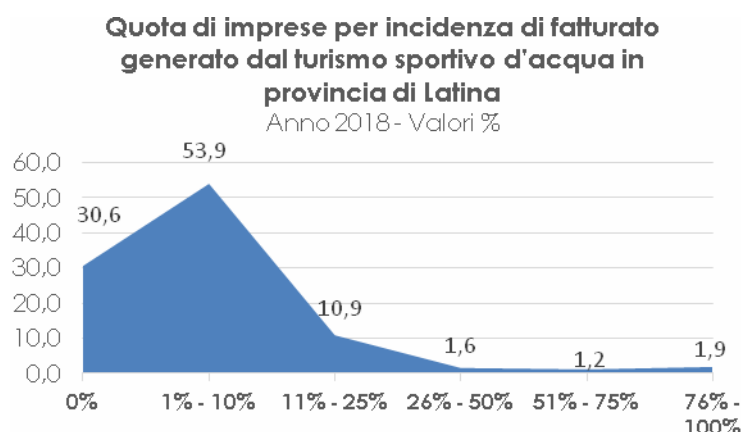


Lo Sparviero è attivo già da qualche anno, tuttavia non è ancora molto conosciuta questa pratica di pesca turismo. “Abbiamo bisogno di pubblicità e comunicazione, per aumentare il numero di persone che si rivolgono a noi”, è il passaparola il principale driver in grado di portare persone sulla barca di Pietro. Questo da un lato testimonia quanto l'offerta sia qualitativa e interessante e pertanto chi l'ha provata la consiglia ai suoi conoscenti, dall'altro evidenzia però la

necessità di una maggiore strutturazione e professionalizzazione dei servizi offerti. Sull'isola il turismo è fortemente stagionale, naturalmente aumentando la mole complessiva di turismo aumentano in proporzione anche le persone che si avvicinano alle attività sportive. Occorre creare delle attrattive in grado di attirare persone anche in altri periodi dell'anno. Un altro fattore da tenere in considerazione riguarda il target turistico. Tutti cercano il turista alto spendente, tuttavia in un'isola, dati gli spazi limitati e la delicatezza dell'ecosistema marino e naturale, diventa fondamentale puntare verso un turismo di nicchia, la massa non è ne fisicamente e ne ambientalmente sostenibile. La riqualificazione dell'offerta e delle strutture diventa allora fondamentale per approcciare al fenomeno turistico in modo coordinato, mirato e con una visione di lungo periodo.

Le imprese del turismo sportivo in provincia di Latina

La pratica degli sport d'acqua rappresenta un segmento importante nel complesso dell'offerta turistica delle località marine. Come emerge dai dati dell'indagine effettuata sugli operatori del settore in provincia di Latina, per il 53,9% delle imprese, la quota di fatturato direttamente o indirettamente ascrivibile a tali pratiche sportive si attesta tra l'1% e il 10%, mentre la quota sale nella fascia compresa tra l'11% e il 25% per il 10,9% delle imprese del settore.



Le principali attività a beneficiare del target sportivo sono rappresentate dalle strutture che erogano servizi ricettivi e di alloggio, le strutture di ristorazione e quelle impegnate nell'erogazioni di servizi legati alla pratica diretta degli sport acquatici. Scendendo nel dettaglio dei distretti territoriali, è possibile notare come l'area compresa tra Formia e Gaeta sia quella maggiormente capace di intercettare i flussi turistici legati al segmento, il 4% delle imprese infatti genera grazie agli sport d'acqua una quota di fatturato compresa tra il 76% e il 100%. Il numero di imprese orientate totalmente sul segmento scende all'1% nel distretto Fondi-Terracina, mentre l'area di Latina appare quella con maggiori margini, considerando che il dato maggiore è rappresentato dal 6,7% delle imprese che generano una quota di fatturato compresa tra l'11% e il 25%.

Imprese per incidenza di fatturato generata dal turismo sportivo d'acqua in provincia di Latina

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
0%	30,6	33,0	24,2	37,3	40,0	28,3	27,3
1% - 10%	53,9	51,0	61,6	45,8	53,3	56,6	51,5

11% - 25%	10,9	12,0	13,1	5,1	6,7	11,1	13,1
26% - 50%	1,6	3,0	0,0	1,7	0,0	2,0	2,0
51% - 75%	1,2	0,0	1,0	3,4	0,0	1,0	2,0
76% - 100%	1,9	1,0	0,0	6,8	0,0	1,0	4,0

Fatturato generato dal turismo sportivo d'acqua in Provincia di Latina per tipologia di impresa

Valori %	TOTALE	Quota di fatturato dell'azienda generata dal turismo sportivo d'acqua				Distretto		
		Zero	Tra l'1% ed il 10%	Tra l'11% ed il 25%	Tra il 26% ed il 100%	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
STRUTTURA RICETTIVA	38,8	41,8	36,7	42,9	33,3	25,0	38,4	47,5
Struttura ricettiva alberghiera	26,0	24,1	23,7	39,3	33,3	18,3	25,3	31,3
Struttura ricettiva extra-alberghiera	8,1	12,7	7,2	3,6	0,0	3,3	8,1	11,1
Struttura ricettiva all'aperto	4,7	5,1	5,8	0,0	0,0	3,3	5,1	5,1
STRUTTURA DI RISTORAZIONE	38,4	30,4	43,9	46,4	8,3	56,7	37,4	28,3
Ristorante / Agriturismo / Take Away	13,2	12,7	15,1	10,7	0,0	25,0	12,1	7,1
Bar / Gelateria	24,4	17,7	28,1	32,1	8,3	30,0	24,2	21,2
Pub	0,8	0,0	0,7	3,6	0,0	1,7	1,0	0,0
ATTIVITÀ SPORTIVE E RICREATIVE	22,9	27,8	19,4	10,7	58,3	18,3	24,2	24,2
Attività sportive e ricreative	22,9	27,8	19,4	10,7	58,3	18,3	24,2	24,2

Il fatturato delle imprese turistiche della provincia risulta stazionario per il 59,3% dei soggetti, tale dinamica appare maggiormente accentuata per le strutture di ristorazione, per il 21,3% il fatturato è in diminuzione mentre dichiarano un aumento il 19,4% dei soggetti intervistati. Il dato di maggiore interesse è rappresentato dalla capacità di tenuta e dalle migliori performance ottenute dalle imprese che generano quote di fatturato importanti grazie ai flussi turistici derivanti dalla pratica di sport d'acqua. Dichiarano infatti un fatturato in aumento nel 2018 rispetto al 2017 il 39,3% delle imprese con quote di fatturato legate allo sport comprese tra l'11% e il 25%, dato che sale al 50% per le imprese con quote di fatturato comprese tra il 26% e il 100%. Anche in questo caso, il distretto Formia-Gaeta, maggiormente orientato su un'offerta turistica legata allo sport, fa registrare le performance migliori in provincia, con il 24,2% delle imprese con fatturato in aumento, contro una media del 19,4%.

Andamento del fatturato. 2018 rispetto al 2017

TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa	Quota di fatturato dell'azienda generata dal turismo sportivo d'acqua	Distretto
--------	-------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	-----------

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Quota di fatturato dell'azienda generata dal turismo sportivo d'acqua				Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Zero	Tra l'1% ed il 10%	Tra l'11% ed il 25%	Tra il 26% ed il 100%	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
In aumento	23,3	27,0	17,2	27,1	7,6	26,6	35,7	58,3	18,3	21,2	28,3
Stazionario	51,2	48,0	54,5	50,8	58,2	49,6	46,4	33,3	60,0	58,6	38,4
In diminuzione	25,6	25,0	28,3	22,0	34,2	23,7	17,9	8,3	21,7	20,2	33,3
Valori %											
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Zero	Tra l'1% ed il 10%	Tra l'11% ed il 25%	Tra il 26% ed il 100%	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
In aumento	19,4	22,0	14,1	23,7	8,9	18,7	39,3	50,0	16,7	17,2	23,2
Stazionario	59,3	59,0	61,6	55,9	64,6	60,4	46,4	41,7	63,3	65,7	50,5
In diminuzione	21,3	19,0	24,2	20,3	26,6	20,9	14,3	8,3	20,0	17,2	26,3

Previsione del fatturato. 2019 rispetto al 2018

La stessa tendenza è ravvisabile nelle previsioni di fatturato per l'anno 2019. Le imprese più orientate sul segmento del turismo sportivo presentano in media previsioni di fatturato maggiormente positive. Il 27,1% delle attività sportive e ricreative e il 27% delle le strutture ricettive prevede un aumento dei ricavi nell'anno in corso, continua invece il trend meno positivo delle strutture di ricezione con il 17,2%. A confermare il valore aggiunto delle attività sportive è il 35,7% delle attività con una quota di fatturato generata dal turismo sportivo d'acqua compresa tra l'11% e il 25% che prevede un aumento, valore che sale al 58,3% per coloro che devono quote di fatturato ancora maggiori allo sport. Rispetto ai territori, il distretto di Latina appare in una fase statica, con il 60% delle imprese che prevedono un fatturato stazionario. Situazione simile anche per il distretto di Fondi-Terracina con il 58,6%. Il distretto Formia - Gaeta continua a mantenere performance più dinamiche con una quota di imprese del 38,4%, che dichiarano un fatturato in aumento, mentre il 28,3% prevede un aumento dei ricavi, contro il 23,3% della media provinciale del 23,3%.

Questa dinamica è in parte spiegabile con i dati relativi agli investimenti. Tra il 2016 e il 2018 il 25% delle imprese turistiche del distretto Formia-Gaeta ha effettuato investimenti, quota che cala al 20,8% nell'area Fondi-Terracina e al 18,2% a Latina. Nel complesso le imprese appaiono poco propense a introdurre novità nella propria offerta, a rinnovare le strutture o le modalità di erogazione dei servizi. I dati sugli investimenti raccontano di

un'offerta che non si è rinnovata e di operatori che faticano a intercettare il mercato e i nuovi target, con un 78% di strutture che non ha effettuato investimenti dal 2016.

Attività sportive e ricreative che hanno realizzato investimenti tra il 2016 e il 2018

Valori %	TOTALE	Quota di fatturato dell'azienda generata dal turismo sportivo d'acqua				Distretto		
		Zero	Tra l'1% ed il 10%	Tra l'11% ed il 25%	Tra il 26% ed il 100%	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Si	22,0	27,3	14,8	33,3	28,6	18,2	20,8	25,0
No	78,0	72,7	85,2	66,7	71,4	81,8	79,2	75,0

Tra coloro che hanno apportato delle innovazioni per migliorare il livello di competitività, il 32,2% degli operatori si è concentrato su innovazioni di prodotto o di servizio, solamente il 5,1% si è concentrato su innovazioni organizzative, mentre il 3,4% delle strutture ha apportato innovazioni di processo e di marketing. È interessante notare l'effetto della leva marketing sul fatturato, coloro maggiormente orientati sull'offerta di servizi ai turisti che praticano attività sportive, che mostrano performance migliori nell'andamento del fatturato, sono anche coloro che investono maggiormente in marketing (14,3%).

Attività sportive e ricreative che hanno realizzato innovazioni tra il 2016 e il 2018

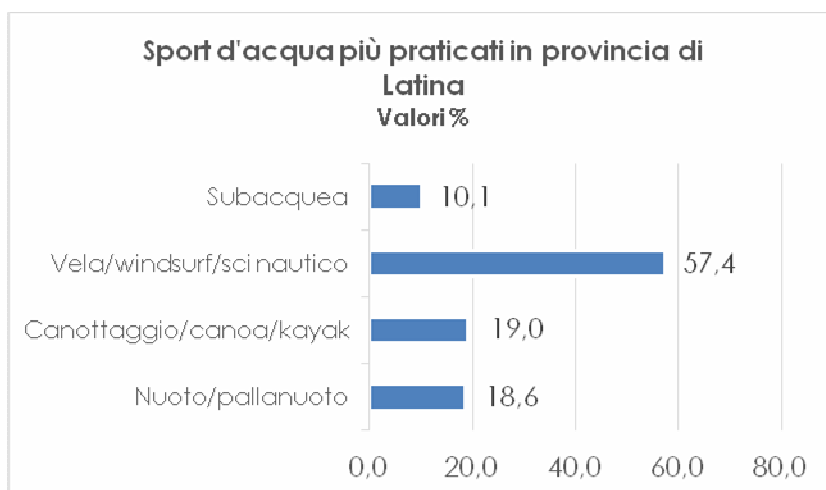
Valori %	TOTALE	Quota di fatturato dell'azienda generata dal turismo sportivo d'acqua				Distretto		
		Zero	Tra l'1% ed il 10%	Tra l'11% ed il 25%	Tra il 26% ed il 100%	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Innovazioni di prodotto o di servizio	32,2	50,0	18,5	33,3	28,6	36,4	29,2	33,3
Innovazioni di processo	3,4	4,5	3,7	0,0	0,0	0,0	8,3	0,0
Innovazioni organizzative	5,1	9,1	3,7	0,0	0,0	0,0	8,3	4,2
Innovazioni di marketing	3,4	4,5	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	8,3
No, non ha effettuato alcuna innovazione	67,8	50,0	81,5	66,7	71,4	63,6	70,8	66,7

L'impatto dello sport sul turismo in provincia di Latina

La pratica degli sport d'acqua racchiude in sé una grande varietà di discipline, il loro numero inoltre è in forte crescita negli ultimi anni, basti pensare a tutte le pratiche legate all'intrattenimento e al divertimento in acqua.

In provincia di Latina la quota principale delle attività (57,4%) è rappresentata dalla vela, sono numerose infatti le regate, sia professionistiche che amatoriali, che si svolgono nelle acque della provincia e che vedono impegnati gli operatori del territorio. Si tenga presente che tali eventi presentano sempre un moltiplicatore di flussi. Per ogni atleta che partecipa direttamente all'evento, infatti, vanno considerati i membri dello staff tecnico e gli accompagnatori che contribuiscono a innalzare i flussi di turisti sportivi che usufruiscono di beni e servizi sul territorio.

Tornando agli sport praticati, la vela è seguita dal canottaggio, gli sport in canoa o kayak che rappresentano il 19% delle attività, seguono con il 18,6% le attività di nuoto e pallanuoto, compreso il nuoto di fondo, mentre gli sport legati alle immersioni come la pesca subacquea o le immersioni turistiche coprono il 10,1% delle attività.



Rispetto alle vocazioni territoriali, spicca il distretto di Latina con una quota di attività del 25% occupata da attività legate al nuoto. Nel Distretto Fondi-Terracina si registrano valori superiori alla media rispetto agli sport legati alla vela (61,6%), mentre l'area tra Formia e Gaeta, anche per motivi naturalistici presenta numeri importanti in relazione alle attività subacquee, 16,2% contro la media provinciale del 10,1%.

Gli sport d'acqua più praticati dai turisti in provincia di Latina

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nuoto/pallanuoto	18,6	25,0	23,2	10,1
Canottaggio/canoa/kayak	19,0	23,3	20,2	15,2

Vela/windsurf/sci nautico	57,4	50,0	61,6	57,6
Subacquea	10,1	5,0	7,1	16,2
Altri	0,0	0,0	0,0	0,0
Non sa	20,5	20,0	21,2	20,2

In che misura pensa sia aumentato il numero di turisti che praticano sport d'acqua in provincia di Latina negli ultimi tre anni?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Per niente	31,8	35,0	31,3	27,1	21,7	37,4	32,3
Poco	20,5	15,0	22,2	27,1	25,0	16,2	22,2
Abbastanza	23,3	29,0	21,2	16,9	26,7	25,3	19,2
Molto	8,1	6,0	10,1	8,5	8,3	7,1	9,1
Moltissimo	9,3	7,0	6,1	18,6	6,7	8,1	12,1
Non sa	7,0	8,0	9,1	1,7	11,7	6,1	5,1

In che misura pensa che la provincia di Latina, per la presenza di aree marine e spiagge attrezzate possa diventare una destinazione nota per il turismo sportivo?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Per niente	20,5	22,0	18,2	22,0	16,7	25,3	18,2
Poco	7,0	6,0	7,1	8,5	10,0	5,1	7,1
Abbastanza	18,2	14,0	23,2	16,9	25,0	18,2	14,1
Molto	19,8	20,0	22,2	15,3	16,7	17,2	24,2
Moltissimo	30,6	35,0	23,2	35,6	26,7	30,3	33,3
Non sa	3,9	3,0	6,1	1,7	5,0	4,0	3,0

In che misura pensa gli sport d'acqua siano importanti per il turismo in provincia di Latina?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Per niente	24,4	30,0	22,2	18,6	18,3	27,3	25,3
Poco	5,0	2,0	8,1	5,1	11,7	4,0	2,0

Abbastanza	14,3	13,0	16,2	13,6	8,3	23,2	9,1
Molto	20,9	22,0	21,2	18,6	25,0	17,2	22,2
Moltissimo	30,6	31,0	22,2	44,1	28,3	24,2	38,4
Non sa	4,7	2,0	10,1	0,0	8,3	4,0	3,0

Coerentemente con i dati relativi agli investimenti e all'innovazione, i cui bassi valori indicano una scarsa capacità di attrarre nuovi target e di proporre un'offerta adeguata ad un settore in forte evoluzione, il 52,3% degli operatori del settore dichiara che il numero di turisti che praticano sport d'acqua in provincia di Latina negli ultimi tre anni non è aumentato. Il 68,6% degli operatori sono comunque consapevoli delle potenzialità dell'area e si dicono convinti che la provincia di Latina, per la presenza di aree marine e spiagge attrezzate, possa diventare una destinazione nota per il turismo sportivo. Allo stesso modo il 65,8% degli operatori intervistati ha assunto una consapevolezza decisa dell'importanza ricoperta dal turismo sportivo, grazie alla sua capacità di destagionalizzazione dei flussi, e alla possibilità di aumentare i numeri complessivi del turismo nell'area, offrendo nuovi servizi, quindi capacità di attirare un segmento in crescita.

Rimane tuttavia uno scollamento tra la percezione chiara del fenomeno, detenuta dalle imprese turistiche, e le attività effettivamente messe in campo per costruire un'offerta adeguata alle richieste. Solamente il 5% delle imprese in provincia si occupa di organizzare o prenotare attività per i propri clienti. La capacità di fare sistema tra gli operatori appare maggiore nel distretto di Latina (13,3%) mentre è molto limitata nel distretto Fondi-Terracina (5,3%) e in quello Formia-Gaeta (2,1%)

La Sua struttura si occupa di organizzare/prenotare sport d'acqua per i propri clienti?

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Si	5,0	13,3	5,3	2,1
No	95,0	86,7	94,7	97,9

Turismo sportivo e territorio

Lo sviluppo di una filiera necessita di investimenti privati ma anche di investimenti pubblici e, in generale, di un ecosistema che si muove compatto nella stessa direzione. A fare da contraltare ai bassi investimenti privati nel settore, secondo il 50,8% degli operatori economici, le politiche pubbliche per lo sviluppo non sono state affatto adeguate, dato che sale al 61% per le attività sportive e ricreative. Il 41,5% degli operatori invece ritiene adeguate o abbastanza adeguate le politiche intraprese nel settore mentre il 7,8% delle imprese giudica in modo molto positivo le iniziative intraprese in tal senso.

Tra gli ulteriori fattori che possono determinare una crescita del turismo sportivo, il 41,5% degli intervistati ritiene che sia di primaria importanza un aumento dell'offerta commerciale. Al contrario il 35,7% degli operatori non ritiene quello dell'offerta un fattore determinante ai fini della crescita del settore.

Per il 44,9% degli operatori anche un aumento dell'offerta di ristorazione contribuirebbe in modo forte ad aumentare la capacità attrattiva del territorio. Spicca in questo caso il 61,1% delle attività sportive e ricreative che ritiene di primaria importanza un aumento dell'offerta in tal senso, evidentemente percependo nell'esercizio della loro attività una domanda che non riesce a trovare uno sbocco adeguato.

Il 46,9% degli intervistati ritiene inoltre che un aumento delle attività di intrattenimento e divertimento potrebbe aiutare a dare linfa al settore, il dato sale al 51,5% nel distretto di Formia-Gaeta, rispetto al 44,4% degli operatori del distretto Fondi-Terracina e al 43,4% del distretto di Latina

Quanto giudica adeguate le politiche per lo sviluppo del turismo sportivo d'acqua realizzate in provincia di Latina nell'ultimo quinquennio?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Per nulla adeguate	50,8	49,0	46,5	61,0	46,7	51,5	52,5
Abbastanza adeguate	24,8	26,0	30,3	13,6	26,7	23,2	25,3
Adeguate	16,7	20,0	17,2	10,2	16,7	18,2	15,2
Molto adeguate	4,3	2,0	5,1	6,8	5,0	6,1	2,0
Completamente adeguate	3,5	3,0	1,0	8,5	5,0	1,0	5,1

Quanto è importante l'aumento dell'offerta commerciale per far crescere i flussi legati al turismo sportivo d'acqua?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	19,4	20,0	23,2	11,9	20,0	20,2	18,2
Poco	16,3	10,0	22,2	16,9	15,0	20,2	13,1
Abbastanza	17,1	23,0	14,1	11,9	16,7	18,2	16,2
Molto	18,6	18,0	22,2	13,6	25,0	16,2	17,2
Estremamente	22,9	21,0	12,1	44,1	20,0	18,2	29,3
Non sa	5,8	8,0	6,1	1,7	3,3	7,1	6,1

Quanto è importante l'aumento dell'offerta di ristorazione per far crescere i flussi legati al turismo sportivo d'acqua?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	15,9	16,0	18,2	11,9	18,3	13,1	17,2
Poco	17,1	14,0	24,2	10,2	15,0	23,2	12,1
Abbastanza	19,0	21,0	19,2	15,3	16,7	20,2	19,2
Molto	20,9	23,0	22,2	15,3	28,3	20,2	17,2
Estremamente	24,0	21,0	14,1	45,8	21,7	19,2	30,3
Non sa	3,1	5,0	2,0	1,7	0,0	4,0	4,0

Quanto è importante l'aumento dell'offerta di intrattenimento e divertimento per far crescere i flussi legati al turismo sportivo d'acqua?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	16,7	17,0	19,2	11,9	18,3	16,2	16,2
Poco	14,7	14,0	18,2	10,2	15,0	19,2	10,1
Abbastanza	16,7	13,0	20,2	16,9	20,0	15,2	16,2
Molto	22,1	26,0	23,2	13,6	21,7	24,2	20,2
Estremamente	24,8	24,0	13,1	45,8	21,7	20,2	31,3

Non sa 5,0 6,0 6,1 1,7 3,3 5,1 6,1

La crescita della pratica degli sport d'acqua e dei relativi flussi turistici è naturalmente legata all'esigenza di creare economia su un territorio che ha nel mare uno dei principali punti di forza. Il turismo sportivo rappresenta un importante elemento di destagionalizzazione per gli operatori e, in un'area costiera, questo aspetto ricopre un rilievo particolare, dato il forte carattere stagionale dei flussi.

Questa convinzione non è totalmente diffusa. Per il 33,8% degli intervistati le pratiche sportive non aiutano a creare posti di lavoro per i residenti. Superato questo primo blocco, la consapevolezza cresce in modo più che proporzionale, il 16,7% degli intervistati ritiene che il turismo sportivo aiuti abbastanza a creare posti di lavoro, il 19,8% ritiene invece che aiuti molto, mentre il 26,7% ritiene che tale segmento sia determinante per supportare la capacità di generare occupazione nell'area. Anche in questo caso, coloro che sono direttamente impegnati nell'erogazione di servizi sportivi e ricreativi, percepiscono in modo molto superiore rispetto alla media i risvolti occupazionali, il 47,5% infatti ritiene utile l'apporto della pratica sportiva alla causa occupazionale. Allo stesso modo gli operatori sportivi e ricreativi ritengono per il 57,7% che il reddito dei residenti possa trarre molti benefici dal turismo sportivo.

Quanto potrebbe aiutare il turismo sportivo d'acqua a creare posti di lavoro per i residenti?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	13,6	15,0	14,1	10,2	15,0	9,1	17,2
Poco	20,2	13,0	28,3	18,6	26,7	25,3	11,1
Abbastanza	16,7	17,0	21,2	8,5	15,0	18,2	16,2
Molto	19,8	25,0	20,2	10,2	18,3	19,2	21,2
Estremamente	26,7	26,0	15,2	47,5	25,0	24,2	30,3
Non sa	3,1	4,0	1,0	5,1	0,0	4,0	4,0

Quanto potrebbe aiutare il turismo sportivo d'acqua ad aumentare il reddito dei residenti?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	15,9	15,0	20,2	10,2	16,7	13,1	18,2
Poco	19,8	14,0	27,3	16,9	31,7	20,2	12,1
Abbastanza	17,8	20,0	19,2	11,9	10,0	24,2	16,2

Molto	16,3	19,0	19,2	6,8	13,3	14,1	20,2
Estremamente	27,1	27,0	14,1	49,2	26,7	24,2	30,3
Non sa	3,1	5,0	0,0	5,1	1,7	4,0	3,0

Quanto potrebbe aiutare il turismo sportivo d'acqua a creare attività e imprese locali?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	19,0	19,0	21,2	15,3	18,3	19,2	19,2
Poco	13,6	9,0	18,2	13,6	20,0	11,1	12,1
Abbastanza	20,5	23,0	22,2	13,6	18,3	24,2	18,2
Molto	20,5	19,0	25,3	15,3	26,7	18,2	19,2
Estremamente	22,9	24,0	11,1	40,7	15,0	22,2	28,3
Non sa	3,5	6,0	2,0	1,7	1,7	5,1	3,0

La ricaduta territoriale di un settore o di un segmento può essere valutata in termini di apporto diretto, ad esempio i ricavi. Ci sono molti altri fattori tuttavia che impattano su un'area, oltre a interessi compositi che si intrecciano. Quello degli investimenti pubblici ne è un esempio, investimenti che non necessariamente devono essere a senso unico ma possono apportare benefici all'intera popolazione. Prendiamo ad esempio una struttura pubblica, un palazzetto dello sport, una piscina, l'acquisto di nuovi bus effettuato in occasione di un evento sportivo, l'istituzione di presidi sanitari. Sono tutti interventi che possono essere finalizzati all'evento in senso stretto o al potenziamento dei servizi turistici, che scaricano i propri benefici sull'intera popolazione residente. Queste considerazioni sono utili a comprendere come lo sviluppo di un settore possa avvenire in armonia con il territorio, e come un investimento deve essere finalizzato innanzitutto alla riusabilità, ovvero essere pensato per supportare lo sviluppo territoriale nel suo complesso.

La tutela e la valorizzazione del patrimonio culturale è uno dei fattori che impatta maggiormente nel settore turistico. Secondo il 61,6% degli operatori intervistati, la pratica degli sport d'acqua potrebbe aiutare lo sviluppo di attività culturali e l'artigianato locale. Allo stesso modo, secondo il 64,6% delle imprese lo sport potrebbe aiutare a tutelare al meglio il patrimonio artistico e culturale, mentre per il 61,6% potrebbe aiutare la tutela del patrimonio ambientale. Il turista sportivo infatti è orientato al rispetto della natura ed è tendenzialmente più sensibile verso il tema della sostenibilità ambientale, non foss'altro per il fatto che è l'ecosistema nel quale egli pratica la sua disciplina.

Quanto potrebbe aiutare il turismo sportivo d'acqua ad aumentare gli investimenti pubblici a favore dei residenti?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	17,1	17,0	19,2	13,6	20,0	16,2	16,2
Poco	19,4	17,0	22,2	18,6	21,7	22,2	15,2
Abbastanza	17,1	19,0	19,2	10,2	13,3	16,2	20,2
Molto	19,0	20,0	23,2	10,2	25,0	18,2	16,2
Estremamente	22,9	21,0	11,1	45,8	16,7	22,2	27,3
Non sa	4,7	6,0	5,1	1,7	3,3	5,1	5,1

Quanto potrebbe aiutare il turismo sportivo d'acqua a sviluppare l'economia della cultura e l'artigianato?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	19,4	21,0	21,2	13,6	23,3	17,2	19,2
Poco	15,1	13,0	18,2	13,6	13,3	18,2	13,1
Abbastanza	18,6	19,0	22,2	11,9	26,7	16,2	16,2
Molto	19,4	21,0	22,2	11,9	20,0	21,2	17,2
Estremamente	23,6	21,0	12,1	47,5	16,7	22,2	29,3
Non sa	3,9	5,0	4,0	1,7	0,0	5,1	5,1

Quanto potrebbe aiutare il turismo sportivo d'acqua a migliorare la tutela del patrimonio culturale?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	15,1	15,0	19,2	8,5	18,3	14,1	14,1
Poco	15,5	16,0	15,2	15,3	13,3	17,2	15,2
Abbastanza	20,5	22,0	24,2	11,9	21,7	20,2	20,2
Molto	17,4	17,0	20,2	13,6	21,7	17,2	15,2

Estremamente	26,7	24,0	16,2	49,2	23,3	25,3	30,3
Non sa	4,7	6,0	5,1	1,7	1,7	6,1	5,1

Quanto potrebbe aiutare il turismo sportivo d'acqua a migliorare la tutela del patrimonio ambientale?

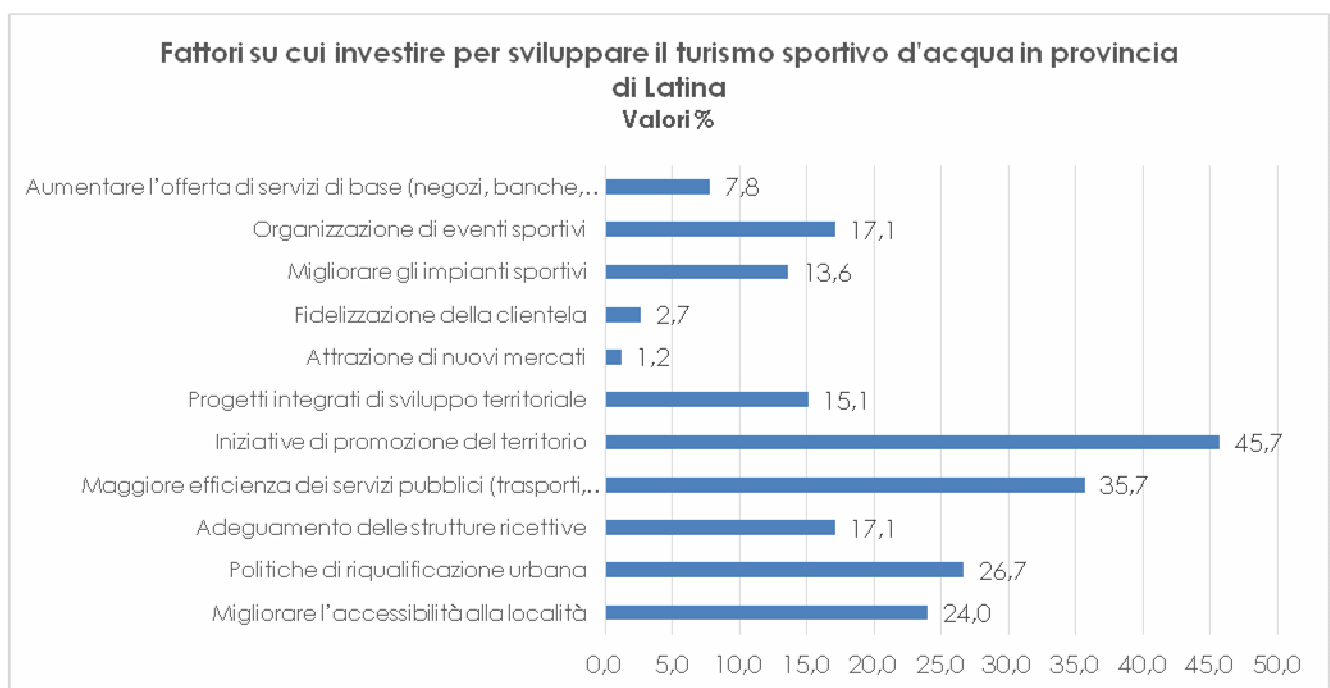
Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Nulla	17,1	21,0	17,2	10,2	23,3	16,2	14,1
Poco	17,1	17,0	17,2	16,9	15,0	18,2	17,2
Abbastanza	14,7	14,0	20,2	6,8	11,7	17,2	14,1
Molto	20,2	19,0	25,3	13,6	25,0	19,2	18,2
Estremamente	26,7	24,0	15,2	50,8	23,3	24,2	31,3
Non sa	4,3	5,0	5,1	1,7	1,7	5,1	5,1

Quali sono, secondo lei, i fattori su cui bisognerebbe puntare al fine di stimolare lo sviluppo del turismo sportivo d'acqua in provincia?

Valori %	TOTALE	Settore di attività economica prevalente dell'impresa			Distretto		
		STRUTTURA RICETTIVA	STRUTTURA DI RISTORAZIONE	ATTIVITA' SPORTIVE E RICREATIVE	Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Migliorare l'accessibilità alla località	24,0	18,0	27,3	28,8	25,0	24,2	23,2
Politiche di riqualificazione urbana	26,7	21,0	24,2	40,7	21,7	25,3	31,3
Adeguamento delle strutture ricettive	17,1	14,0	18,2	20,3	13,3	15,2	21,2
Maggiore efficienza dei servizi pubblici (trasporti, assistenza medica, ecc.)	35,7	43,0	33,3	27,1	30,0	32,3	42,4
Iniziative di promozione del territorio	45,7	33,0	48,5	62,7	55,0	42,4	43,4
Progetti integrati di sviluppo territoriale	15,1	10,0	13,1	27,1	10,0	15,2	18,2
Attrazione di nuovi mercati	1,2	2,0	1,0	0,0	1,7	0,0	2,0
Fidelizzazione della clientela	2,7	3,0	1,0	5,1	1,7	1,0	5,1
Migliorare gli impianti sportivi	13,6	18,0	13,1	6,8	20,0	16,2	7,1
Organizzazione di eventi sportivi	17,1	20,0	15,2	15,3	18,3	18,2	15,2
Aumentare l'offerta di servizi di base (negozi, banche, farmacie, poste, supermercati, ecc.)	7,8	9,0	9,1	3,4	8,3	9,1	6,1
Altro	0,4	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0

Non sa 4,7 6,0 4,0 3,4 1,7 6,1 5,1

Secondo gli operatori territoriali lo storytelling ricopre una funzione fondamentale per lo sviluppo di attività turistiche legate alla pratica sportiva, il 45,7% infatti investirebbe in iniziative di promozione del territorio. Una delle considerazioni raccolte più spesso dagli operatori riguarda il fatto che la provincia di Latina ha molto da offrire, spesso tuttavia paga la scarsa conoscenza che il turista ha del territorio.



Anche il capitolo dei servizi ricopre un'importanza primaria, per il 35,7% degli intervistati infatti è necessario un maggiore investimento sui servizi pubblici, oltre a politiche volte alla riqualificazione urbana (26,7%), e a migliorare l'accessibilità (24%). Torna dunque il tema della sinergia tra pubblico e privato, un'offerta commerciale adeguata deve corrispondere ad una offerta di servizi adeguata, che renda l'esperienza gradevole nel suo complesso. Un adeguamento delle strutture private infatti, così come l'organizzazione di un numero maggiore di eventi sportivi, si rende necessario per il 17,1% degli intervistati.

Le caratteristiche del turismo sportivo

Famiglie e giovani sono i soggetti principali che si rivolgono alle strutture turistiche per usufruire di servizi sportivi, con una quota equamente divisa del 45,9%. Le coppie rappresentano il 5,4 dei turisti mentre una quota residuale del 2,7% è composta da anziani.

La composizione del target varia molto a livello territoriale, le famiglie rappresentano il 58,8% dei turisti sportivi nel distretto Fondi-Terracina, la loro quota scende al 37,5% nel distretto Formia-Gaeta e al 25% nel distretto di Latina. Allo stesso tempo l'area di Latina risulta molto più attraente per i giovani (50%), percentuale che sale ulteriormente nel distretto Formia-Gaeta, attestandosi al 56,2%. Per il distretto di Latina invece una quota importante è rappresentata dagli anziani, (25%), legata probabilmente al fenomeno delle seconde case.

Tipologie di turisti che praticano sport d'acqua

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Famiglie	45,9	25,0	58,8	37,5
Coppie	5,4	0,0	5,9	6,2
Single	0,0	0,0	0,0	0,0
Giovani	45,9	50,0	35,3	56,2
Anziani	2,7	25,0	0,0	0,0
Gruppi	0,0	0,0	0,0	0,0

Il fatto che la provincia di Latina goda ancora di ampi margini di miglioramento per lo sviluppo del segmento sport, all'interno della sua offerta balneare, è testimoniato dalla provenienza dei turisti sportivi. I flussi hanno una provenienza intraregionale per la maggior parte. Il 59,2% dei flussi è addirittura interno alla provincia di Latina, il 27% dal restante territorio regionale, mentre il 13,5% dei turisti proviene da alte regioni del centro Italia, nulli o quasi i flussi dal nord e sud del paese e dall'estero.

A livello territoriale è il distretto Fondi-Terracina a intercettare la quota più alta di turisti extraregionali, i valori rimangono comunque marginali, attestandosi al 17,6%.

Aree di provenienza dei turisti che praticano sport d'acqua

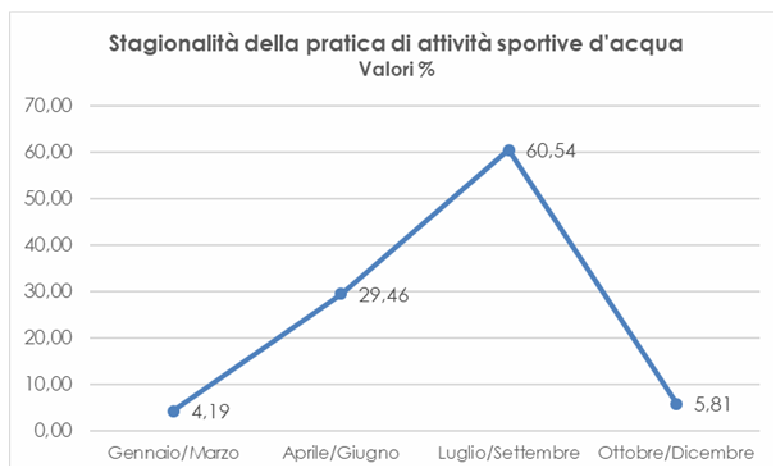
TOTALE	Distretto
--------	-----------

Valori %		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Provincia di Latina	59,5	50,0	64,7	56,2
Altre province della Regione	27,0	50,0	17,6	31,2
Altre regioni del Centro	13,5	0,0	17,6	12,5
Sud Italia	0,0	0,0	0,0	0,0
Regioni del Nord	0,0	0,0	0,0	0,0
Estero	0,0	0,0	0,0	0,0

Periodo dell'anno in cui si concentrano le attività legato allo sport d'acqua

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Gennaio/Marzo	4,19	7,50	4,71	2,81
Aprile/Giugno	29,46	30,00	34,12	24,38
Luglio/Settembre	60,54	55,00	55,88	66,88
Ottobre/Dicembre	5,81	7,50	5,29	5,94

Se il turismo balneare è un fenomeno totalmente stagionale, la pratica degli sport d'acqua, per quanto risenta inevitabilmente delle condizioni climatiche, rappresenta un elemento di mitigazione. Le attività sportive, pur rallentando in modo significativo, non si fermano mai totalmente durante il corso dell'anno. I flussi sono maggiormente spalmati nelle stagioni primaverili e autunnali e rappresentano un interessante elemento di destagionalizzazione. Si pensi ad esempio alle manifestazioni sportive come le regate, che si concentrano in particolare in primavera e che rappresentano una leva fondamentale per l'attrazione di flussi turistici. Secondo gli operatori del settore, le attività sportive si concentrano per il 29,5% nel periodo primaverile, fino a raggiungere il picco del 60,5% nel periodo estivo, tra luglio e settembre. Nel periodo compreso tra ottobre e dicembre le attività calano gradualmente fino a raggiungere il 5,8%, mentre il restante 4,2% si concentra nel periodo invernale, tra gennaio e marzo.



In merito alla fascia di prezzo nella quale si collocano i servizi acquistati dagli sportivi, il 12,2% degli acquisti si colloca nella fascia alta, con un picco del 13,1% nel distretto Formia-Gaeta. L'area di Fondi-Terracina vanta invece l'11,6% di servizi di fascia alta acquistati, mentre la

percentuale scende al 10% nel distretto di Latina. Nel complesso della provincia il 37,1% dei servizi acquistati si colloca nella fascia di prezzo media, mentre il restante 50,7% di acquisti è relativo alla fascia bassa.

In quale fascia di prezzo di si collocano i servizi acquistati dai turisti degli sport d'acqua

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Prezzi alti	12,16	10,00	11,76	13,12
Prezzi medi	37,05	42,50	43,59	28,75
Prezzi bassi	50,78	47,50	44,65	58,12

Raccontare se stessi, la comunicazione delle imprese

Raccontare il territorio è fondamentale. Come abbiamo notato in precedenza è interessante notare l'effetto della leva marketing sul fatturato. Coloro che in provincia di Latina sono maggiormente orientati sull'offerta di servizi ai turisti che praticano attività sportive, che mostrano performance migliori nell'andamento del fatturato, sono anche coloro che investono maggiormente in marketing (14,3%).

Scendendo nel dettaglio, il numero di strutture ricettive che fa riferimento agli sport d'acqua nelle proprie strategie di marketing rimane basso (16%), dato che sale al 26,7% nella provincia di Latina, si avvicina alla media provinciale nel distretto di Formia-Gaeta, e scende al 10,5% nel distretto Fondi-Terracina.

Osservando le attività di ristorazione che si occupano di promuovere gli sport d'acqua del territorio, i valori scendono ancora, solo il 4% dei soggetti intervistati adotta un atteggiamento attivo di promozione verso l'offerta sportiva territoriale.

Strutture ricettive che fanno riferimento agli sport d'acqua nelle loro strategie di marketing aziendale

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Si	16,0	26,7	10,5	17,0
No	84,0	73,3	89,5	83,0

Strutture di ristorazione che si occupano di promuovere gli sport d'acqua del territorio

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Si	4,0	2,9	2,7	7,1
No	96,0	97,1	97,3	92,9

I livelli di digitalizzazione dell'offerta presentano ancora importanti margini di miglioramento, il 45,9% dei soggetti intervistati non dispone di un sito internet, percentuale che raggiunge un picco del 56,2% nel distretto Formia-Gaeta. Al contrario il distretto maggiormente digitalizzato della provincia è quello di Fondi-Terracina, con il 64,7% delle attività sportive e ricreative che ha realizzato un sito internet dove raccontare la propria

offerta di servizi. Allo stesso modo solamente il 40% delle attività sportive e ricreative della provincia raccoglie prenotazioni on line, con un picco positivo nel distretto di Formia-Gaeta del 71,4%.

Attività sportive e ricreative che dispongono di un sito internet

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Si	54,1	50,0	64,7	43,8
No	45,9	50,0	35,3	56,2

Attività sportive e ricreative che raccolgono prenotazioni on line

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Si	40,0	0,0	27,3	71,4
No	60,0	100,0	72,7	28,6

L'offerta turistico sportiva può essere relativa a due tipologie principali di attività turistiche, l'offerta di servizi sportivi al turismo generalista, oppure l'offerta di servizi legata ai flussi derivanti da eventi o manifestazioni di settore. Nel secondo caso, l'attivazione di forme di collaborazione è essenziale. Gli eventi sono caratterizzati da alcune caratteristiche peculiari, prima tra tutte la concentrazione di un numero elevato di persone in uno spazio ristretto, in un tempo definito. In questo caso, la capacità di organizzare e gestire le diverse implicazioni che questo comporta è fondamentale per la buona riuscita della manifestazione. Funzionamento dei servizi pubblici, capacità di rispondere ad una domanda di prodotti e servizi quantitativamente elevata e concentrata in uno stretto lasso di tempo, logistica etc. sono tutti elementi che richiedono una collaborazione attiva con soggetti diversi. La capacità di stringere partnership pertanto assume un ruolo di primo piano. Anche in questo caso appaiono elevati i margini di crescita, il 78,4% delle attività sportive e ricreative, infatti, non ha attivato alcuna forma di collaborazione con altri soggetti del territorio. Il 16,2% ha attivato partnership con alberghi, residence, villaggi turistici, campeggi, il 2,7% con agenzie di viaggio e tour operator e il 2,7% con associazioni del territorio.

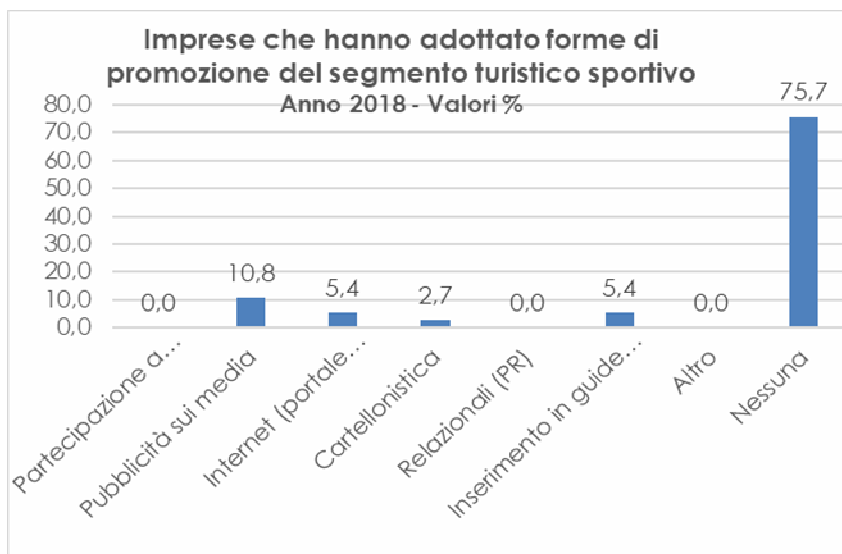
Attività sportive e ricreative che hanno attivato forme di collaborazione con altri soggetti del territorio

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Alberghi/residence/villaggi turistici/campeggi	16,2	25,0	11,8	18,8
Agenzie di viaggio/tour operator	2,7	0,0	5,9	0,0
Ristoranti/agriturismi/take away	0,0	0,0	0,0	0,0
Associazioni	2,7	0,0	0,0	6,2
Altro	0,0	0,0	0,0	0,0
Nessuno	78,4	75,0	82,4	75,0

Attività sportive e ricreative che hanno sviluppato iniziative per aumentare i flussi turistici legati agli sport d'acqua

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Offerta di particolari pacchetti	24,3	0,0	5,9	50,0
Convenzioni con associazioni	8,1	0,0	17,6	0,0
Sconti	5,4	0,0	11,8	0,0
Programmi di fidelizzazione	5,4	0,0	11,8	0,0
Iniziative integrate di e-commerce	0,0	0,0	0,0	0,0
Altro	0,0	0,0	0,0	0,0
Nessuna	59,5	100,0	58,8	50,0

Al fine di aumentare i flussi turistici legati allo sport, il 24,3% delle attività sportive e ricreative ha attivato offerte relative a pacchetti turistici, quota che sale al 50% nel distretto Formia-Gaeta. L'8,1 % ha attivato convenzioni con associazioni del territorio, in questo caso è il distretto Fondi Terracina a toccare i valori più elevati, attestandosi al 17,6%. Il 5,4% pratica sconti oppure programmi di fidelizzazione.



L'offerta deve essere tuttavia parallela ad una promozione adeguata. Una quota del 10,8% concentrata in particolare nel distretto di Fondi-Terracina effettua pubblicità sui media, il 5,4% utilizza forme di promozione sui mezzi digitali, oppure l'inserimento all'interno di guide turistiche, mentre il 2,7% fa affidamento alla cartellonistica.

Forme di promozione attuate da attività sportive e ricreative per promuovere il segmento degli sport d'acqua

Valori %	TOTALE	Distretto		
		Distretto Latina	Distretto Fondi-Terracina	Distretto Formia-Gaeta
Partecipazione a fiere e workshop	0,0	0,0	0,0	0,0
Pubblicità sui media	10,8	0,0	23,5	0,0
Internet (portale territoriale, sito web aziendale)	5,4	0,0	5,9	6,2
Cartellonistica	2,7	0,0	0,0	6,2
Relazionali (PR)	0,0	0,0	0,0	0,0
Inserimento in guide turistiche	5,4	0,0	5,9	6,2
Nessuna	75,7	100,0	64,7	81,2

