

Organizzata
da



1a Conferenza Nazionale sul Turismo Costiero e Marittimo

in collaborazione con



FAVIGNANA, 3 SETTEMBRE 2014

IL TURISMO MARITTIMO E COSTIERO IN ITALIA: SCENARIO E IPOTESI DI LAVORO

Anthony La Salandra
Risposte Turismo

RISPOSTE



TURISMO

RISPOSTE TURISMO

Risposte Turismo – società di consulenza e ricerca attiva in tutto il territorio nazionale guidata da Francesco di Cesare - è una rete di consulenti, ricercatori ed esperti, specializzata nel fornire soluzioni progettuali ed operative ad organizzazioni ed imprese appartenenti alla macroindustria turistica e interessate da problematiche di carattere strategico o gestionale.

Risposte Turismo è impegnata nell'attività di consulenza, in quella di formazione nonché nella gestione diretta di eventi e iniziative ad hoc, tra queste **Italian Cruise Day** (la cui prossima edizione si terrà a Napoli il 24 Ottobre, e **Adriatic Sea Tourism Forum**). Durante la prima edizione di ASTF abbiamo presentato ASTR dedicato al maritime tourism e dunque *Cruise Ferry Sail & Yacht*.



ITALIAN CRUISE DAY

Napoli | 24.10.2014

ADRIATIC SEA FORUM (CRUISE FERRY SAIL & YACHT

ADRIATIC SEA TOURISM REPORT

2014

IL PROBLEMA AL CENTRO

“Competition for marine space and the cumulative impact of human activities on marine ecosystems require a collaborative and integrated approach to the wide range of policy areas affecting maritime issues”

COM(2007) 574 final. An Integrated Maritime Policy for the European Union.
Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo

LE “REGIONI” COSTIERE SECONDO EUROSTAT

	“REGIONI” COSTIERE			% su totale	TOTALE
	Con affaccio sul mare	Senza affaccio sul mare	Totale		
EU 27	375	64	439	33,9%	1294
ITALIA	62	7	69	62,7%	110
<i>Peso province italiane su totale Europa</i>	16,5%	10,9%	15,7%		8,5%

Fonte: Eurostat basato su NUTS 2010. Nota: secondo le statistiche UE una *coastal region* è un'area (livello, NUTS3, per l'Italia sono le province) in cui più di metà della popolazione vive a meno di 50km dal mare.

40%

**Popolazione Europea
che vive in una regione costiera generato in regioni costiere**

40%

PIL Europeo

75%

Volume del commercio estero europeo via mare sul totale

TURISMO MARITTIMO E COSTIERO IN ITALIA (1/4)

le dimensioni del fenomeno nel nostro Paese

LA RICETTIVITA'

646

8% Comuni italiani
(di cui 34 isole minori)
sul totale di 8057.

elaborazione RT su dati ANCITEL (2014)

27+2

AMP + Parchi sommersi
(17 in istituzione) per 700km costa

45

Porti crocieristici italiani
(di cui 28 con almeno
10.000 movimenti annuali,)

fonte: RT (2014)

200

Scali ferry/traghetti in Italia
(di cui 47 oltre 200.000 pax)

fonte: RT (2014)

546

Strutture con posti barca
(+150.000 in totale)

fonte: ONN (2013). UCINA

TURISMO MARITTIMO E COSTIERO IN ITALIA (2/4)

le dimensioni del fenomeno nel nostro Paese

I FLUSSI

*Movimento dei clienti
negli esercizi ricettivi di
circostrizioni turistiche costiere
(Italia, 2012)*

Elaborazione RT su dati ISTAT (2014)

34%

ARRIVI

35 su 103 milioni

43%

PRESENZE

135 su 380 milioni

11 mln

*Passeggeri movimentati
nei porti crocieristici italiani
(imbarchi+sbarchi+transiti)
in 5.000 toccate nave 2012*

fonte: RT (2014)

>75 mln

*Passeggeri movimentati
ferry/traghetti in Italia
Su 371 mln in Europa 2012*

fonte: RT (2014)

+600.000

*Parco nautico di cui
100.000 unità da diporto
immatricolate*

fonte: ONN (2013). UCINA

TURISMO MARITTIMO E COSTIERO IN ITALIA (3/4)

le dimensioni del fenomeno nel nostro Paese

I FLUSSI. IL TURISMO BALNEARE (LOCALITÀ MARINE)

Quota di presenza clienti negli esercizi ricettivi di località marine sul totale presenze esercizi ricettivi italiani

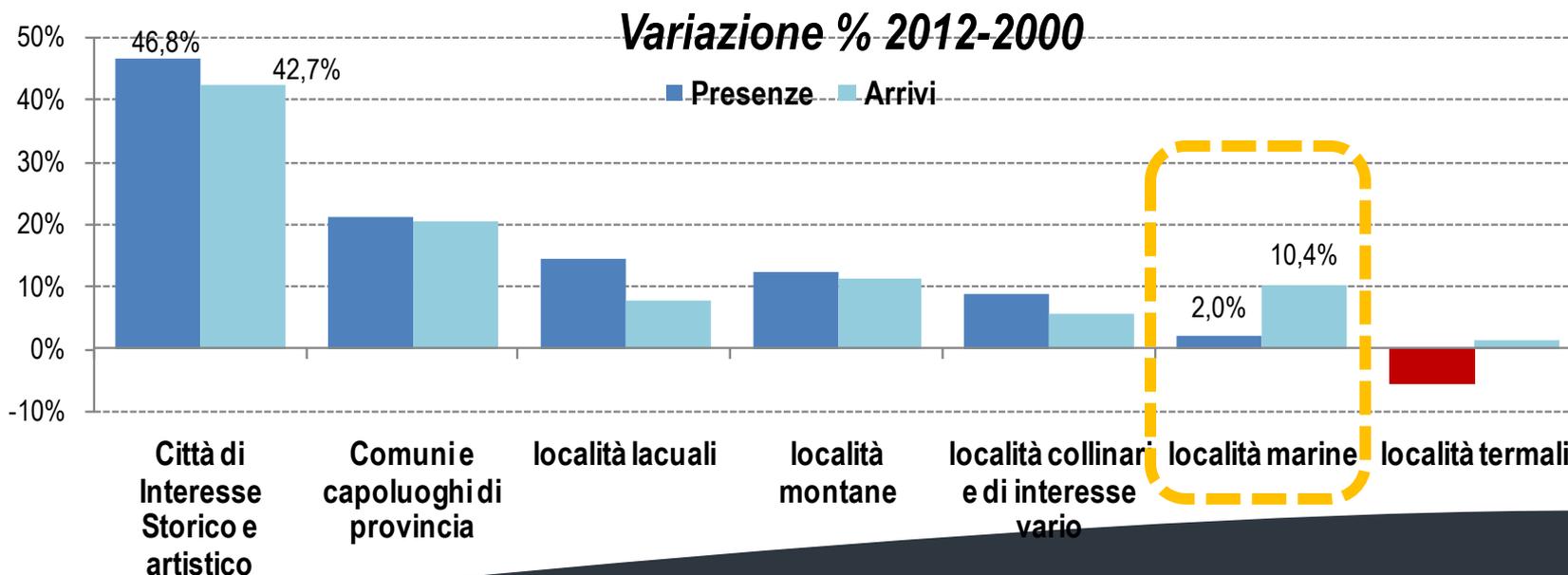
36.9%

ITALIANI

23.5%

STRANIERI

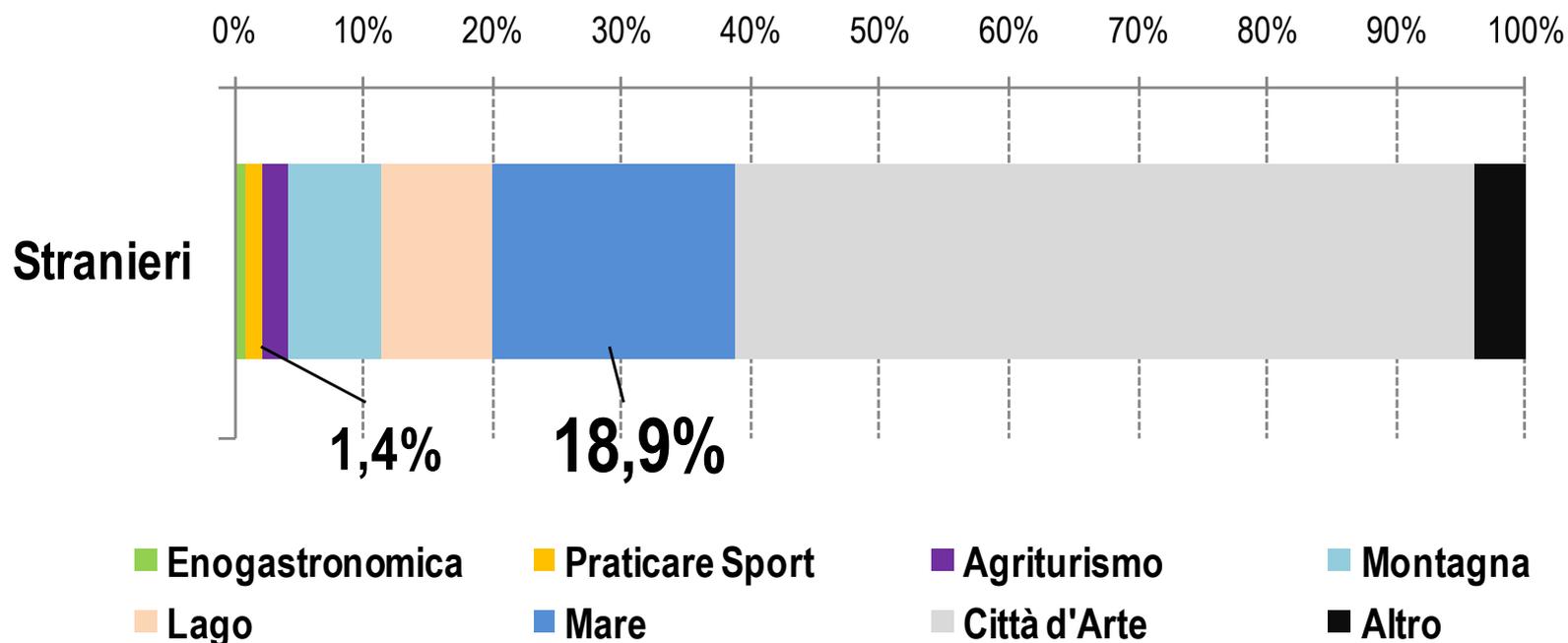
Rapporto sul Turismo Italiano su dati ISTAT (2014)



TURISMO MARITTIMO E COSTIERO IN ITALIA (4/4)

le dimensioni del fenomeno nel nostro Paese

LA SPESA DEGLI STRANIERI IN ITALIA PER MOTIVO DELLA VACANZA



Elaborazione RT su dati Banca d'Italia (2014). Il turismo internazionale dell'Italia

IL QUADRO INFORMATIVO COMPLETO

A European Strategy for more Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism COM(2014) 86 final
*"Coastal and maritime tourism needs an **ambitious policy framework**.
The Commission, Member States, regional and local authorities, industry and other stakeholders **must take targeted action** in coherence with EU policies that have an impact on this sector."*

ITALIA PUO' ESSERE PUNTO DI RIFERIMENTO

*"Seek to improve data availability and completeness
in the coastal and maritime tourism sector"*

Azione n°1 su 14 of COM (2014)



ELEMENTI E PRIORITÀ EMERSI IN EUROPA (1/2)

Challenges and Opportunities for Maritime and Coastal Tourism in the EU

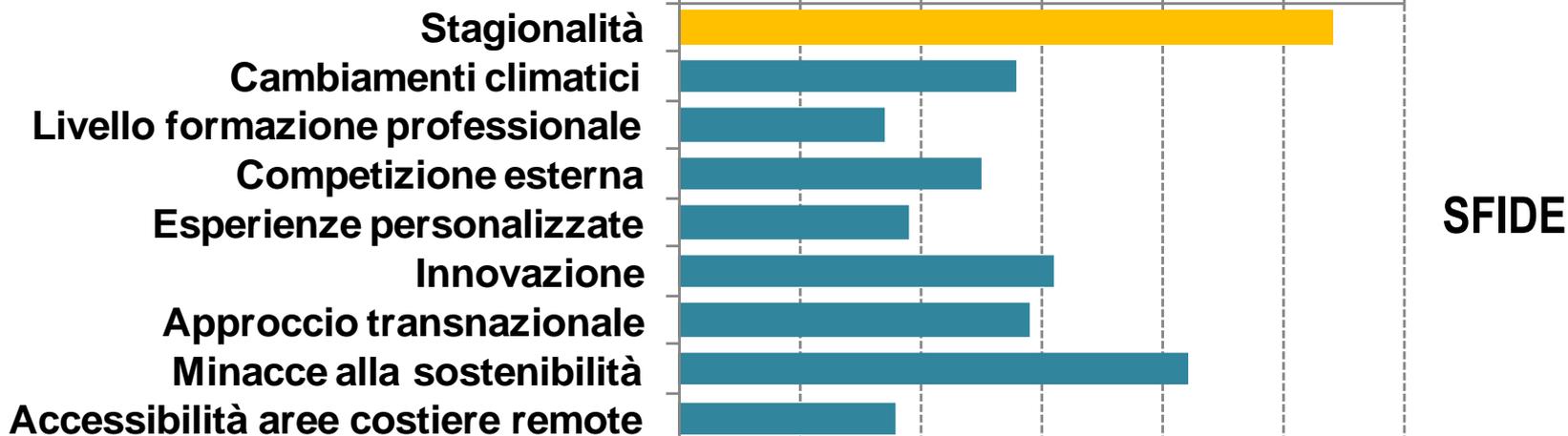
Risultati di una consultazione pubblica on-line (estate 2012)

*Adattamento da Europa2020. “European Commission is developing a strategy to provide Europe with complementary tools to foster a **smarter, more sustainable and inclusive** coastal and maritime tourism in Europe”.*

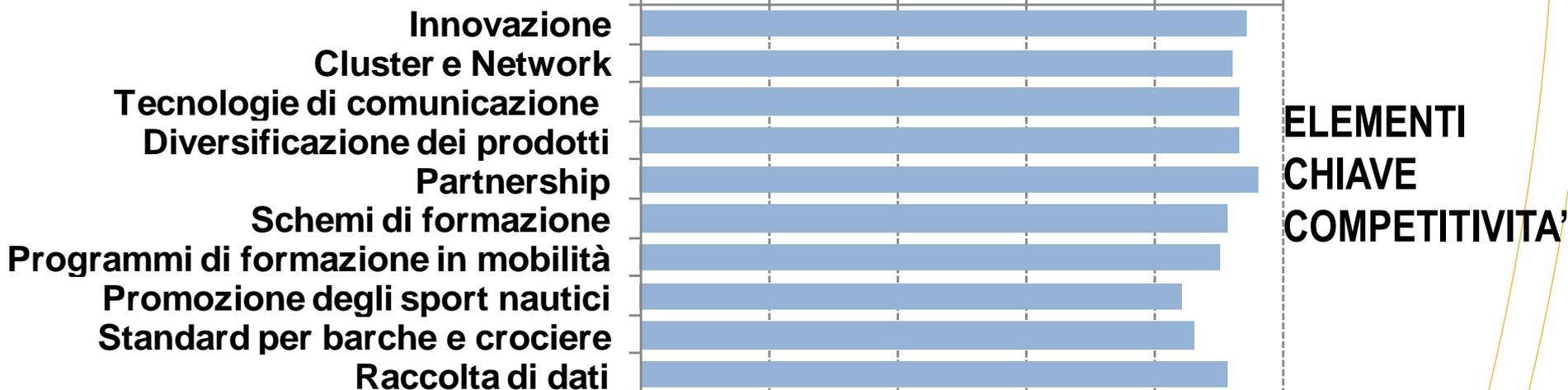


ELEMENTI E PRIORITÀ EMERSI IN EUROPA (2/2)

0 10 20 30 40 50 60



0 20 40 60 80 100



FRONTI DI IMPEGNO STRATEGICO DA AFFRONTARE NEL MEDIO-LUNGO TERMINE



È NECESSARIO UNO "SBLOCCA" TURISMO COSTIERO E MARITTIMO

***Dalla riforma portuale alle concessioni balneari
all'uniformità di tassazione a livello europeo, ci sono
numerosi vincoli legislativi al pieno sviluppo nel medio
lungo termine che bloccano gli investimenti, per lo più in
infrastrutture, non più rinviabili.***

LAVORARE E MIGLIORARE IL PRODOTTO E DUNQUE LA COMPLESSIVA OFFERTA

***Attraverso strategie di area da condividere,
si tratta di lavorare per costruire eccellenze nelle diverse
forme di turismo costiero e marittimo
(andando anche a meglio comprendere specializzazioni da preferire
all'interno di un più ampio numero di componenti dell'offerta)***

LOTTA AL DEGRADO

In linea con l'azione 10 (COM, 2014) promuovere strategie che inducano ad una minore produzione di rifiuti e alla gestione degli stessi così da supportare un turismo marittimo e costiero più sostenibile.

ACCESSIBILITÀ FISICA E LOGICA

Necessità di intervenire sulle infrastrutture e sui collegamenti per consentire una più comoda raggiungibilità delle destinazioni.

Lavorare inoltre sulle informazioni diffuse per facilitare una migliore conoscenza di ciò che si offre e di come lo si può fruire.

MIGLIORARE L'EFFICACIA DELLA PROMOZIONE TURISTICA

Se le città d'arte italiane ed altre componenti dell'offerta nazionale sono uniche e già conosciute su scala globale, spesso la costa ed il mare scontano una minore notorietà ed una percezione meno forte nell'arena competitiva internazionale.

Il WEF nel T&T Competitiveness Index ci posiziona al 116mo posto (su 140) per "Efficacia del marketing per attrarre turisti"

COSTRUIRE NUOVI QUADRI INFORMATIVI COMUNI DEL TURISMO MARITTIMO E COSTIERO

***È necessario garantire un monitoraggio degli
elementi statici e dinamici di domanda e di offerta
al fine di avere una visione allo stesso tempo ampia e
dettagliata capace di aiutare gli operatori pubblici e
privati nei loro processi decisionali***

Organizzata
da



1a Conferenza Nazionale sul Turismo Costiero e Marittimo

in collaborazione con



FAVIGNANA, 3 SETTEMBRE 2014

IL TURISMO MARITTIMO E COSTIERO IN ITALIA: SCENARIO E IPOTESI DI LAVORO

Anthony La Salandra
Risposte Turismo

RISPOSTE



TURISMO



lasalandra@risposteturismo.it



[@RisposteTurismo](https://twitter.com/RisposteTurismo)



[SegreterialCD](#)