

Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità.

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

VIII Convegno Nazionale
di Archeologia Subacquea 28 Maggio, Baia



Autilia Cozzolino
Ricercatrice Imprese & Territorio **SRM**

In collaborazione con BMTA - Leader srl

nell'ambito della partecipazione del
Segretariato Generale e Direzione Generale della Promozione,
Investimenti e Innovazione per il Turismo - **Ministero del Turismo**



Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità

Vol 1 | 2021. Turismo subacqueo

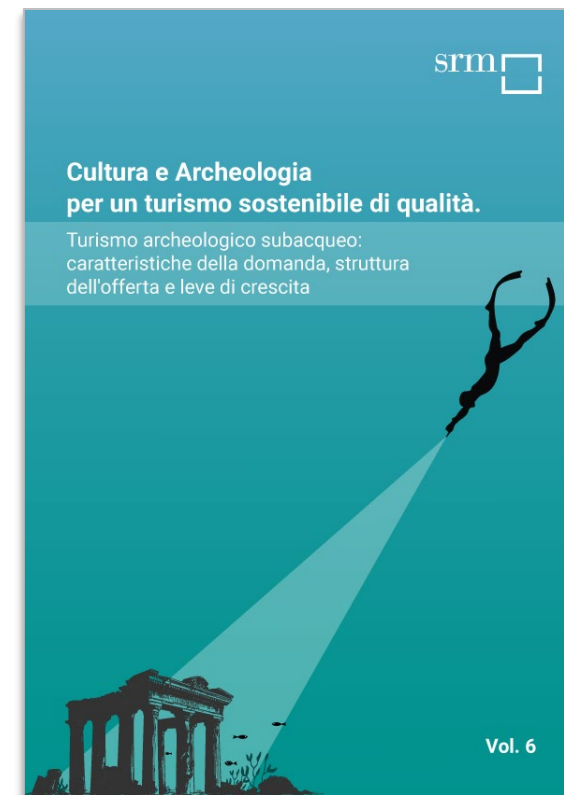
Vol 2 | 2022. Turismo sotterraneo

Vol 3 | 2023. Impatto UNESCO

Vol 4 | 2024. Turismo e Volontariato

Vol 5 | 2025. Quando la cultura incontra le comunità

Vol 6 | 2025. Turismo archeologico subacqueo



SRM per la BMTA. Il Turismo Archeologico Subacqueo

Obiettivo

- Il rapporto analizza il turismo archeologico subacqueo come modello innovativo di sviluppo sostenibile, digitale e inclusivo

Struttura

- Analisi quantitativa dei dati turistici nazionali e internazionali.
- Il patrimonio sommerso italiano e delle principali iniziative di valorizzazione.
- Caratteristiche della domanda.
- Survey su 34 operatori *diving* italiani per indagare su struttura, offerta, clientela e visione del settore.
- L'impatto economico potenziale.

Networking relazionale

- Segretariato Generale e Direzione Generale della Promozione, Investimenti e Innovazione per il Turismo del Ministero del Turismo
- BMTA, Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, marchio registrato della Leader srl
- Cristina Canoro, Post-doc Research Fellow in Organization Studies Scuola Superiore Meridionale (SSM) – Naples - Italy
- Alessandro Sellitto, PhD Candidate in Economics presso le Università di Milano e Pavia



L'Italia come leader mediterraneo del turismo culturale subacqueo

L'economia blu genera un valore diretto di circa 75 mld € ed un valore indotto di oltre 210 mld € .

Il turismo balneare ne rappresenta il comparto più rilevante, generando circa il 30% del valore aggiunto complessivo (TEHA).



Anfore nei fondali di Pantelleria

- **Il patrimonio archeologico subacqueo mondiale** costituisce una risorsa straordinaria: si stimano oltre 202.000 relitti registrati, di cui 15.641 nel Mediterraneo.
- **L'Italia**, con la sua storia millenaria di scambi e navigazione, **custodisce tra 1.200 e oltre 1.300 siti e relitti sommersi**.
- Le coste italiane sono ricche di tesori naturali e storici di immenso valore: ci sono ben 29 aree marine protette, 2 parchi sommersi ed il Santuario dei Cetacei.

Profilo dei Visitatori nel Turismo Subacqueo Europeo

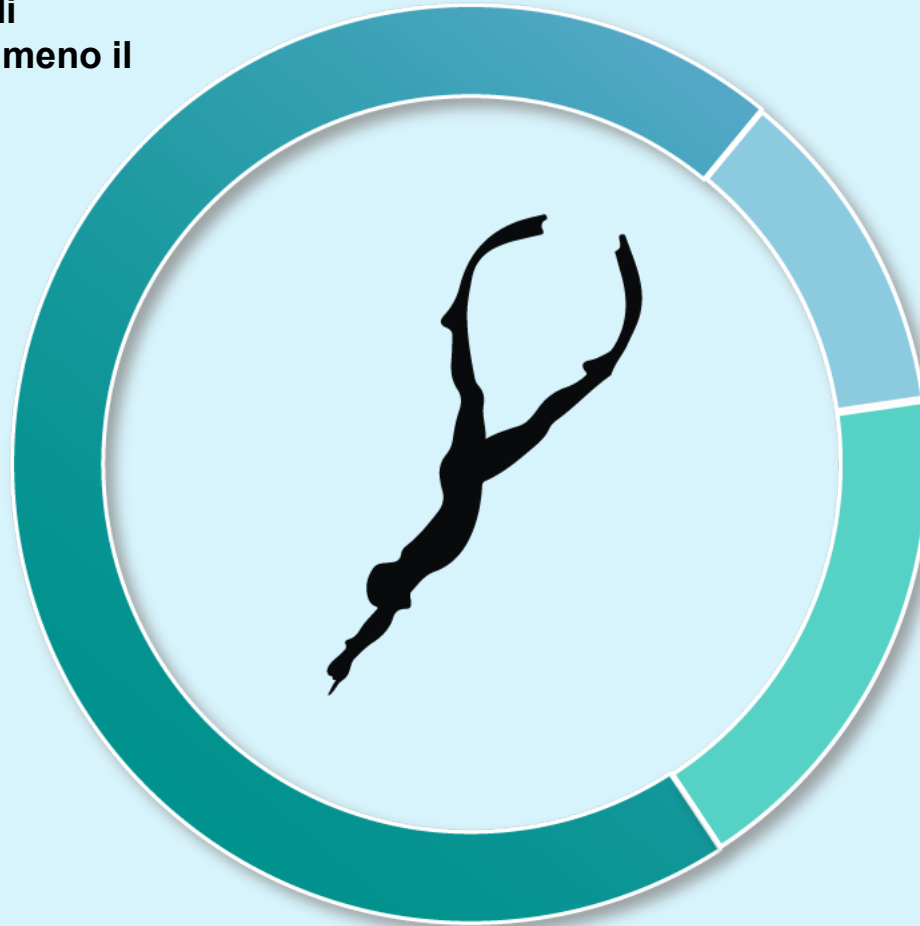
I turisti subacquei che ogni anno girano l'Europa sono circa 800.000 -1.000.000 (che in media significa oltre 7-8 milioni di presenze). Di questi, si stima che almeno il 15-20% afferiscono all'Italia.

Subacquei amatoriali

- si immergono durante le vacanze;
- coppie, famiglie e amici di tutte le età;
- combinano immersioni con altre attività culturali o sportive.

70%

Segmentazione del mercato



Subacquei ricreativi attivi

- immersioni regolari nel proprio Paese;
- un quarto viaggia all'estero.

10%

Subacquei appassionati/hardcore

- uomini 25/56 anni, con redditi medio-alti;
- cercano esperienze uniche;
- alta propensione a spendere per immersioni tecniche e corsi avanzati.

20%

Profilo dei Visitatori nel Turismo Subacqueo Europeo

Caratteristiche demografiche

- **65% uomini**, ma la quota femminile cresce;
- **22% senior (55+)**: esperti e attivi, ma con esigenze di sicurezza e accessibilità.
- Cresce la **partecipazione inclusiva** grazie a programmi per persone con disabilità (es. *PADI Adaptive Support Diver*).

Comportamenti di consumo

- **Spesa media**: 750 € per viaggio + 300/400 € per immersioni e corsi.
- **Soggiorni più lunghi** (12,6 notti) e spesa superiore del 33% rispetto al turista medio.
- **Top mercati**: Germania, Regno Unito, Francia, Paesi Bassi, Spagna e Italia.



Motivazioni principali

- Esplorazione e contatto con la natura.
- Relax, benessere fisico e mentale (*wellness diving*).
- Adrenalina controllata e valore sociale dell'esperienza condivisa.
- Ricerca di esperienze autentiche e di qualità.

Tendenze emergenti

- Crescente **attenzione alla sostenibilità**:
 - 59% cerca operatori sostenibili.
 - 63% considera la sostenibilità fattore chiave di scelta.
 - 75% disposto a pagare di più per esperienze a basso impatto.
- Diffusione di **tecnologie digitali** (AR, VR, 3D).
- Focus su **benessere e inclusione** per ampliare la base dei visitatori.

*Viaggiatore avventuroso, colto, benestante e ambientalmente consapevole,
motivato da curiosità, scoperta e contatto autentico con la natura.*

L'Italia, con il suo patrimonio archeologico sommerso, risponde pienamente alle sue aspettative.

La vision degli operatori di *diving* in Italia

Risultati della survey su 34 imprese del settore. Emerge un **settore frammentato ma innovativo**

Il campione di riferimento



34 operatori
intervistati in Italia.
Distribuzione per regione:

Sicilia 35,3%;
Campania 23,5%.

Forme giuridiche eterogenee:

9 SRL, 7 ASD, 6 ditte individuali, altre forme minori.

Ruoli ricoperti:

amministratori (13), presidenti (8), proprietari (8), soci (4).

Affiliazioni principali:

PADI (41%), SSI (30%).

Dimensione e competenze

- Imprese di **piccola scala**: 1–3 collaboratori nel 50% dei casi.
- **Presenza multidisciplinare**:
 - Archeologi in 13 imprese
 - Biologi in 18
 - Guide turistiche in 16
 - Quasi tutte (31) con almeno un istruttore subacqueo.
- **Figura dell'istruttore centrale**: media 4 per impresa nel 21% dei casi.

L'offerta turistica

- In media **3 percorsi subacquei per operatore**.
- Iniziative di ampliamento con nuovi itinerari (es. relitti e colonne romane).
- **Innovazione digitale** in espansione: tour 3D, app, realtà aumentata, audioguide subacquee.
- Presenza di **musei del mare o archeologia subacquea** nell'80% dei territori (ma spesso non pienamente funzionanti).

La vision degli operatori di *diving* in Italia

Ci sono delle criticità ma anche tante potenzialità da valorizzare e opportunità da cogliere

Il mercato di riferimento

- **Clientela prevalente italiana** (≈65%), europea (25%), extra-UE (10%).
- **Target generazionale:** soprattutto Millennials e Gen X.
- **Domanda in crescita**, ma ancora frammentata e poco sistemica.

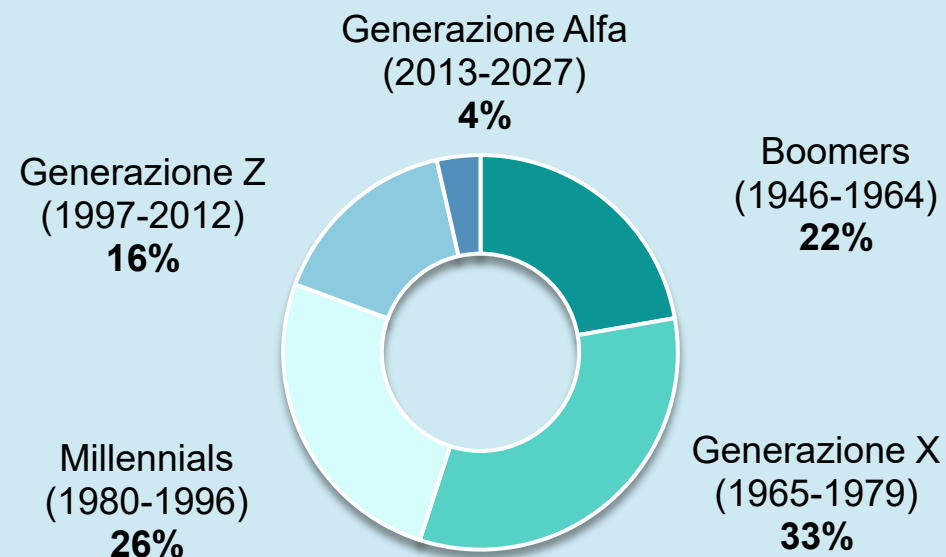
Il sistema d'offerta territoriale

- **Scarsa conoscenza del numero di operatori regionali:** più del 50%
- **43%** dichiara di essere l'**unico centro *diving*** nel proprio comune.
- **Carenza di tour operator o agenzie specializzate** nel turismo archeologico subacqueo (solo 4 casi segnalati).
- **Promozione affidata a canali digitali** (social, sito web, newsletter) più che a reti turistiche strutturate.

Le criticità e le opportunità

- **Punti di forza:** professionalità elevate, apertura alla collaborazione, uso crescente di tecnologie e attenzione alla sostenibilità.
- **Punti deboli:** frammentazione, scarsa integrazione tra operatori e istituzioni, mancanza di marketing coordinato.
- **Prospettiva futura:** costruire un *ecosistema del turismo archeologico subacqueo* basato su sinergie, innovazione e accessibilità.

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



Tecnologia, Sostenibilità, Inclusività: le leve dello sviluppo futuro

Un modello di sostenibilità ambientale

- 1
 - Fruizione responsabile e controllata dei siti sommersi.
 - Tutela del patrimonio culturale e marino con sviluppo delle comunità costiere.
 - Destagionalizzazione e delocalizzazione del turismo verso aree meno note.
 - Il mare come laboratorio di sostenibilità.

Digitalizzazione e innovazione tecnologica

- 2
 - Tecnologie immersive: Realtà Aumentata (AR), Realtà Virtuale (VR) e 3D.
 - Accesso esteso anche ai non subacquei con tour virtuali.
 - Supporto alla ricerca con GIS, sensori, droni e big data.
 - Esempio virtuoso: Parco Archeologico Sommerso di Baia.

Inclusione sociale e coesione territoriale

- 3
 - Esperienze accessibili per persone con disabilità, famiglie e scuole.
 - Coinvolgimento delle comunità locali nella gestione e valorizzazione.
 - Sviluppo di nuove professioni, artigianato e ospitalità.
 - Creazione di valore condiviso tra cultura, ambiente e innovazione sociale.



Turismo archeologico subacqueo.

Un modello integrato e innovativo per coniugare sostenibilità, digitalizzazione e inclusione sociale

Impatto economico del Turismo Archeologico Subacqueo

Un settore ad alto potenziale

- Il turismo subacqueo europeo è in espansione, trainato da una domanda qualificata e sostenibile.
- Italia, Germania, Regno Unito, Francia e Spagna sono i principali poli di riferimento.
- L'Italia possiede vantaggi competitivi unici: ricchezza di siti sommersi, competenze scientifiche e forte brand culturale.

Effetto moltiplicatore

Ogni presenza turistica aggiuntiva genera:

- **€128,2** di valore aggiunto nel turismo balneare.
- **€145,0** nel turismo subacqueo archeologico.
- **L'integrazione tra cultura, ambiente e sostenibilità** accresce il valore economico e l'indotto locale.
- Settori attivati: servizi culturali, artigianato, ristorazione, mobilità sostenibile.

Scenari di crescita

Se **1 turista culturale su 5** fosse orientato verso esperienze subacquee:

- **1,6 miliardi €** di valore aggiunto in più.
- **340 milioni €** nel solo **Mezzogiorno**.
- Impatti positivi su:
 - Destagionalizzazione e diversificazione dell'offerta.
 - Occupazione qualificata nelle comunità costiere.
 - Rafforzamento del capitale identitario e culturale.



Spunti conclusivi. Verso un sistema del mare

Il turismo archeologico subacqueo non è solo una nicchia, ma un modello di sviluppo sostenibile, digitale e inclusivo che unisce **ricerca, innovazione e comunità locali**.

La sfida è **creare un ecosistema del mare** che valorizzi il patrimonio sommerso, promuova reti integrate tra parchi sommersi, musei del mare e aree protette, anche a livello internazionale, e generi valore economico e sociale duraturo.

Tre dimensioni della connettività

- 1. Accessibilità ai servizi:** collegamenti efficienti, strutture ricettive, mobilità sostenibile.
- 2. Integrazione con altri tematismi:** offerta culturale, balneare, enogastronomica, naturalistica.
- 3. Connessione tra siti e reti internazionali:** progetto *Mediterranean Underwater Cultural Heritage*.

Risorse e Strumenti a Disposizione del Settore Turismo

- **PNRR** – Missione 1 Componente C3 “Turismo e Cultura”: **2,4 miliardi €** per sostenibilità, innovazione e digitalizzazione.
 - ✓ *Tourism Digital Hub* per integrare l’ecosistema turistico.
 - ✓ Fondo per la competitività, incentivi e Legge 190/2023 (guide turistiche).
 - ✓ Strumenti di supporto: crediti d’imposta, Fondo FRI-Tur, Fondo Turismo Sostenibile, Fondo Nazionale del Turismo.
 - ✓ Attuazione: 10.342 progetti monitorati (3,7 mld € totali), spesa al 19% al Q2 2025 (Fonte Openpolis).
- **Fondi strutturali 2021-27** e investimenti privati per la rivoluzione verde e culturale del turismo italiano.

Grazie per l'attenzione



Il Turismo è un tema caldo per SRM tutti i nostri studi tematici sono stati organizzati nell'**Osservatorio sul Turismo** e confluiscono nel Rapporto annuale giunto quest'anno alla quarta edizione.

sr-m.it

