



# Il valore della “blu economy”

Da sempre legato all'Italia per storia e tradizioni, il mare oggi torna ad essere nodo centrale da un punto di vista economico e a presentarsi come fattore trainante per il comparto turistico. Ma non solo

◆ Dante Daverio

**Mare come fonte di ricchezza anche nel turismo: lo dicono i numeri Unioncamere e le percentuali di crescita dei passeggeri sulle navi da crociera**

Un elemento che caratterizza da sempre la nostra penisola e il nostro modo di vivere, poichè gli italiani sono da sempre un paese di navigatori. È il mare, che si sta trasformando da elemento paesaggistico tanto amato da chi fa le vacanze nel nostro Paese, stranieri come italiani, in elemento sempre più strategico dal punto di vista economico e sociale. Diceva lo scrittore e filosofo indiano Rabindranath Tagore che “Non si può attraversare il mare semplicemente stando fermi e fissando le onde”. Ecco, oggi per l'economia italiana il mare deve sempre di più diventare un elemento attivo, da utilizzare, anche se non solo in senso metaforico come suggerito dal poeta. Oggi è invece una priorità sfruttarlo come una risorsa per il paese, anche e soprattutto dal punto di vista del turismo. Leisure o business che sia.

Nel 2011, le filiere legate all'economia del mare hanno contribuito per un importo pari a 41,2 miliardi di euro al valore aggiunto prodotto nel Paese

## Il valore economico dell'offerta mare

Nel 2011, ad esempio, le filiere legate all'economia del mare hanno contribuito al valore aggiunto prodotto in Italia per un importo pari a 41,2 miliardi di euro con un incidenza del 2,9% sul totale della capacità di produrre ricchezza.

In chiave turistica, l'implementazione dell'attività imprenditoriale legata alla risorsa “mare” è sostenuta anche da un'offerta ricettiva di un certo peso sul territorio nazionale: manca ancora però l'idea di una strategia globale che permetta di sfruttare questo grande potenziale anche oltre la stagionalità estiva. È necessario oggi invece valorizzare al massimo l'economia del mare per far crescere una filiera che ha potenzialità inesplorate. Recentemente ha preso una forte posizione in questo senso anche Unioncamere, che ha pensato di promuovere lo scorso aprile a Gaeta nell'ambito della VI edizione dello Yacht Med Festival il convegno “gli Stati Generali delle Camere di Commercio sull'Economia del Mare”. Tra gli obiettivi di questa iniziativa si segnala proprio quello di esplicitare l'importanza del valore del-

l'economia del mare, aumentando il suo peso a livello istituzionale attraverso una collaborazione attuata in maniera sistemica proprio con l'ausilio della rete camerale italiana. Anche perché della "blu economy" fanno parte una pluralità di tematiche che hanno tutte interesse a definire linee strategiche di sviluppo comune di questo asset produttivo in modo che possa rappresentare per l'Italia una realtà importante. Certo si tratta di un'operazione che richiede diversi sforzi. Primo fra tutti, l'interazione tra fattori socio-economici e ambientali e l'idea che un'economia del mare innovativa nasca dall'integrazione degli aspetti ambientali nelle altre politiche, quelle legate all'energia, ai trasporti, alla pesca, all'industria, alla ricerca e all'innovazione, all'occupazione e alle politiche sociali, oltre che al turismo stesso.

### La ricchezza anticrisi del comparto "blu"

A fronte allora di questa prima edizione degli "Stati Generali delle Camere di Commercio sull'Economia del Mare", sono state individuate alcune tematiche giudicate prioritarie dalle Camere di Com-

mercio, come trasporto e turismo, e sulle quali sviluppare linee di azione, interventi, progetti, sia autonomamente sia in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati, nei singoli territori e tra territori diversi. In particolare le iniziative che il sistema camerale si propone di intraprendere incroceranno cinque temi strategici: competitività delle filiere, formazione delle competenze, internazionalizzazione, semplificazione e sistemi di monitoraggio a sostegno di policy dedicate. Tutto per centrare alcuni ambiziosi obiettivi: evidenziare il valore reale dell'economia del mare; promuoverne il riconoscimento a livello istituzionale e promuovere il ruolo delle Camere di Commercio per il suo sviluppo; mettere a sistema i progetti e le risorse della rete camerale italiana e implementare una policy di sistema; orientare l'economia del mare verso uno sviluppo economico, sociale e ambientale che sia sostenibile e integrato. E a sostegno di questa vision innovativa, durante il meeting è stato presentato il 2° Rapporto sull'Economia del Mare, realizzato da Unioncamere con il contributo tecnico di CamCom-Universitas Mercatorum. È uno

**Lungo le coste italiane sono innumerevoli i luoghi, come la bella Trani, nei quali gli introiti dell'accoglienza sono decisivi per l'economia locale**



**Tab. 1 - Valore aggiunto e occupati dell'economia del mare, per settore (2011)**

| Settori  | Valore aggiunto           |              | Occupati                    |              |
|--|---------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
|  | v.a.<br>(milioni di euro) | Comp. %      | v.a.<br>(migliaia di unità) | Comp. %      |
| Servizi di alloggio e ristorazione             | 12.779,60                 | 31,0         | 286,7                       | 36,0         |
| Ricerca, regolamentazione e tutela ambientale  | 7.420,80                  | 18,0         | 118,6                       | 14,9         |
| Filiera della cantieristica                    | 6.579,10                  | 15,9         | 135,4                       | 17,0         |
| Movimentazione di merci e passeggeri via mare  | 6.404,50                  | 15,5         | 91,9                        | 11,5         |
| Filiera ittica                                 | 3.098,80                  | 7,5          | 95,2                        | 11,9         |
| Attività sportive e ricreative                 | 2.518,10                  | 6,1          | 61,5                        | 7,7          |
| Industria delle estrazioni marine              | 2.460,20                  | 6,0          | 7,9                         | 1,0          |
| <b>TOTALE ECONOMIA DEL MARE</b>                | <b>41.261,1</b>           | <b>100,0</b> | <b>797,2</b>                | <b>100,0</b> |
| Incidenza % economia del mare su tot. economia | 2,9                       |              | 3,2                         |              |

Fonte: Unioncamere-CamCom

studio che fotografa il contributo del comparto “blu” della nostra economia alla produzione di ricchezza e occupazione e dal quale si scopre che per ogni euro di valore aggiunto prodotto direttamente, il mare ne attiva quasi altri due nel resto dell'economia. Nonostante la crisi, infatti, nel periodo 2009-2011 l'economia del mare ha dato segni importanti di tenuta, sia sotto il profilo occupazionale sia sotto quello imprenditoriale. Sul fronte del lavoro, il comparto si è addirittura mosso in controtendenza rispetto al complesso dell'economia: a fronte della perdita totale nel periodo di 97mila posti di lavoro (-0,4%), l'economia del mare ha fatto segnare un incremento stimato di 11mila unità (+1,4%), con un notevole impulso derivante dalle attività di ricerca ma in misura minore anche dall'attività turistica. Sul fronte delle imprese, invece, nel triennio 2010-2012 il tessuto imprenditoriale (costituito da circa 210mila imprese) è aumentato di quasi 7mila unità, ad un ritmo quindi del 3,4%, decisamente superiore allo 0,1% osservato per il totale dell'economia.

### Il valore aggiunto del mare

Il contributo al valore aggiunto prodotto nel nostro paese dalle filiere riconducibili all'economia del mare, ammontava quindi nel 2011 a 41,2 miliardi di euro con una

incidenza sul totale della capacità di produrre ricchezza del 2,9%: quasi il doppio di quanto prodotto dal comparto del tessile, abbigliamento e pelli (21 miliardi) o delle telecomunicazioni (22 miliardi), e quasi il triplo di quello del legno, carta ed editoria (poco meno di 15 miliardi). La quota più significativa (il 45% del totale, corrispondente a poco meno di 19 miliardi), si deve ai settori più tradizionali: prima di tutti quelli della cantieristica e dei trasporti di merci e persone (con un'incidenza tra il 15 e il 16% ciascuno, attorno ai 6,5 miliardi), seguiti da quelli della filiera ittica e dell'industria estrattiva marina (intorno al 6-7% ciascuno, pari a 2,5-3 miliardi). È pari addirittura a circa un terzo (oltre 15 miliardi di euro), la quota legata alle attività legate al turismo, quella cioè che si ottiene sommando le attività di alloggio e ristorazione a quelle sportive e ricreative. Stiamo parlando insomma del fatto che il turismo realizza il 37% del valore aggiunto creato dal comparto. Un dato davvero interessante e unico e che fa capire quanto siano comunque ancora enormi e da sviluppare le potenzialità del settore. Visto primo tra tutti il fatto, banale fin che si vuole, che l'Italia anche geograficamente ha sempre fondato la sua attività sulla lunga linea costiera della penisola (7.600 chilometri circa, isole comprese) (tabella 1).

E ancora, dal punto di vista occupazionale, i quasi 800mila lavoratori impiegati nell'economia del mare rappresentano il 3,2% dell'occupazione complessiva del Paese, superiore di 200mila unità a quella dell'intero settore formato dalla chimica, farmaceutica, gomma, materie plastiche e minerali non metalliferi (600mila occupati; 2,4% del totale economia), e 160mila in più rispetto a quella dei servizi finanziari

Sul fronte del lavoro, il comparto “blu” si è mosso in controtendenza rispetto al complesso dell'economia: a fronte di una perdita di 97mila posti di lavoro, l'economia del mare ha fatto segnare un incremento di 11mila unità (+1,4%)

e assicurativi (circa 640mila unità, pari al 2,6% degli occupati totali). All'interno dell'economia del mare, gli occupati si distribuiscono tra i settori in modo del tutto simile al valore aggiunto, con una forte incidenza delle attività ricettive e della ristorazione, visto che in esse è impiegata poco più di un terzo dell'occupazione complessiva del comparto (36%, pari a quasi 287mila lavoratori, una parte consistente dei quali a carattere stagionale).

**La struttura imprenditoriale**

Alla fine del 2012, sulla base dei dati del Registro delle imprese delle Camere di commercio, il perimetro della blu economy racchiudeva quasi 211mila aziende (pari al 3,5% del totale nazionale). In termini assoluti, il numero maggiore di imprese che ruotano intorno all'economia del mare si concentra nel comparto del turismo, (96.547 attività, il 45,8% del totale) come somma dei servizi di alloggio e ristorazione (67.178) e delle attività sportive e ricreative (29.369). Al secondo posto segue la filiera ittica (41.633 aziende, il 19,7% del comparto), seguita da quella della cantieristica (32.130, pari al 15,2% dell'economia "blu") (tabella 2).

Ma non basta mostrare le peculiarità della blu economy dicono a Unioncamere: è necessario anche sottolineare la capacità di attivazione che essa ha sul resto dell'economia. Il cosiddetto "moltiplicatore" del mare. La blu economy infatti, non esaurisce i suoi effetti nelle attività che rientrano direttamente nel perimetro dei settori che la definiscono. Tra le sue ca-

Il tessuto imprenditoriale legato al mare, costituito da 210mila imprese ha segnato un incremento di quasi 7mila unità, ad un ritmo di crescita del 3,4%

ratteristiche c'è infatti quella di essere in grado di attivare indirettamente, a monte e a valle della filiera, ulteriori effetti sul sistema economico, a conferma della sua importanza strategica soprattutto in chiave di rilancio del Paese. Basti pensare che per ogni euro prodotto da questo settore se ne attivano altri 1,9 nel resto dell'economia. In valori assoluti questo significa che, con riferimento al 2011, ai 41,3 miliardi di valore aggiunto prodotti dalle attività direttamente legate al mare nel 2011 hanno fatto riscontro altri 77 miliardi di euro attivati sul resto dell'economia. Come dire che, nel periodo preso a riferimento, l'intera filiera ha generato 118 miliardi di euro di valore aggiunto, pari all'8,4% dell'economia complessiva.

**Traino per il Paese**

«L'economia del mare», ci ha spiegato il presidente di Unioncamere, **Ferruccio Dardanello**, «è come un "cuore blu" che pulsa al fondo del sistema produttivo del Paese. Si tratta infatti di una risorsa strategica straordinaria che in questi anni di crisi ha continuato a battere anche a ritmi più veloci rispetto al resto dell'economia. Abbiamo perciò il dovere di assecondare e alimentare questo battito per sostenere i territori e aiutare l'Italia a ritrovare il percorso della crescita. Il sistema camerale, con gli stati generali dedicati all'economia del mare, ha raccolto una sfida importante sulla quale si impegna ad affiancare il



**Ferruccio Dardanello**, presidente di Unioncamere

**Tab. 2 - Imprese dell'economia del mare per settore (2012)**

| Settori   | Totale imprese economia del mare |              |
|---|----------------------------------|--------------|
|   | Valori assoluti                  | Compos. %    |
| Servizi di alloggio e ristorazione                        | 67.178                           | 31,9         |
| Filiera ittica  | 41.633                           | 19,7         |
| Filiera della cantieristica                               | 32.130                           | 15,2         |
| Attività sportive e ricreative                            | 29.369                           | 13,9         |
| Movimentazione di merci e passeggeri via mare             | 17.862                           | 8,5          |
| Attività di ricerca, regolamentazione e tutela ambientale | 6.307                            | 3,0          |
| Industria delle estrazioni marine                         | 729                              | 0,3          |
| Altre attività marine                                     | 15.660                           | 7,4          |
| <b>TOTALE ECONOMIA DEL MARE</b>                           | <b>210.867</b>                   | <b>100,0</b> |
| <b>Incidenza % economia del mare su totale imprese</b>    | <b>3,5</b>                       |              |

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-InfoCamere



**Il settore crocieristico e dei traghetti del quale fanno parti realtà importanti come GNV e Royal Caribbean prevede un futuro in crescita**

mondo delle imprese e delle associazioni e a lavorare con le altre istituzioni per rafforzare un pezzo del tessuto economico nazionale che è fondamentale per l'innovazione e la sostenibilità del nostro modello di sviluppo». E le indicazioni positive legate al turismo del mare non arrivano solo dagli analisti di Unioncamere.

Positive infatti sono anche le previsioni del giro d'affari del mercato crocieristico per il 2013. Lo dicono i dati statistici e gli esperti, ma lo mostrano anche le tante innovative iniziative che le compagnie hanno intrapreso per invogliare i passeggeri a salire a bordo. È un anno in crescita quello che è arrivato a metà strada secondo i

responsabili commerciali delle principali compagnie di navigazione che si affacciano sul mercato turistico italiano. I motivi? Sono statistici innanzitutto. Come dimostrano i dati dell'annuale rapporto "Italian Cruise Watch", divulgati lo scorso ottobre, secondo i quali la movimentazione complessiva di passeggeri (imbarchi, sbarchi, transiti), per i porti di Venezia, Napoli, Genova, Civitavecchia, Livorno, Messina e Ravenna (ovvero i principali scali delle navi da crociera che toccano le coste tricolori) sarà superiore del 4,5% rispetto al 2012. Sempre la stessa ricerca aveva raccontato come, in termini assoluti, nel 2012 i passeggeri totali movimentati nei porti italiani fossero stati 11.026.692 (dato preso ad ottobre e non a fine anno, quindi con un fattore di crescita implicito) e che i porti con la maggiore movimentazione di passeggeri fossero Venezia, Civitavecchia e Napoli.

### **Prospettive di crescita**

Oltre ai dati statistici però, non mancano però opinioni ragionate degli addetti ai lavori. Primo tra tutti quel **Francesco di Cesare**, che è il presidente di Risposte



Per l'Italia tutta, anche nei suoi punti più "estremi" come Santa Maria di Leuca, l'economia del mare deve essere un traino



Turismo, ente organizzatore dell'Italian Cruise Watch. «Per il 2013, la soglia degli 11 milioni di passeggeri raggiunta l'anno scorso, è certo che sarà raggiunta. Non solo, è prevedibile che un importante aumento riguarderà anche i terminal passeggeri, che passeranno dai 19 utilizzati nel non troppo lontano anno 2000, ai 43 previsti nel 2013. Con una crescita di quattro unità rispetto ai 39 del 2012. Certo, le priorità che il settore dovrà affrontare saranno su più fronti: dalla capacità di evoluzione della portualità all'ambiente, passando per l'attenzione alle politiche di prezzo e alla distribuzione dei margini nella filiera e alla valutazione del potenziale di domanda». Sempre a proposito di mercato crocieristico, **Gianni Rotondo**, direttore generale Royal Caribbean, ci spiega come «oggi il bilancio del settore è positivo. Il ritorno alla normalità post-Concordia e la qualità sono i motori per la crescita del settore. Così non ci stupisce che il 2013 stia andando bene come ci attendevamo: stiamo registrando un incremento dei prezzi, le vendite stanno tornando normali, grazie alla ricerca della qualità soprattutto da parte dei clienti. L'Italia resta sempre un paese strategico per Royal Caribbean e per chi si occupa di crociere: le numerose città d'arte, gli itinerari coinvolgenti e le spiag-

ge magnifiche del sud Italia sono un forte richiamo per i crocieristi che vogliono trascorrere una vacanza alla scoperta del patrimonio culturale locale senza però rinunciare a divertimento e relax». E dopo un 2012 da dimenticare, anche il settore dei traghetti riparte con tanta voglia di fare: le idee e le capacità manageriali e produttive, oltre che commerciali non mancano, anche se si spera però che una ripartenza nei consumi turistici faccia da traino anche ai viaggi in nave. Ci spiega comunque perché pensa positivo, infine anche il direttore generale di Grandi Navi Veloci **Ariodante Valeri**: «La situazione non si può definire del tutto rosea, certo, e andiamo avanti tra chiaroscuri. Ma per fortuna sono più chiari che scuri. Sono insomma positivo perché mercati italiani importanti, come ad esempio quello della Sicilia, sono in buona crescita. È un trend partito nel 2012 e ci aspettiamo possa continuare così non solo quest'anno ma anche nei prossimi. Certo resta la nota dolente della Sardegna, una situazione che non riguarda solo noi ovviamente. Tutto il traffico turistico verso l'isola è infatti in brusco calo da un paio di anni a questa parte. Il problema anzi è ovviamente strutturale perché è il calo delle presenze in Sardegna ad essere costante da tempo». ■



**Gianni Rotondo**, direttore generale Royal Caribbean



**Ariodante Valeri**, direttore generale di Grandi Navi Veloci