

Aziende balneari. Nella regione 266 chilometri di litorale e appena 800 attività su 20mila in Italia

Spiagge, business senza slancio

In media dieci addetti per struttura e un fatturato di 300mila euro

PAGINA A CURA DI
Daria Mellini

Il Lazio all'ultima spiaggia. La regione è il fanalino di coda in Italia per il turismo balneare, che pesa meno del 2% sul totale italiano. Niente a che vedere con regioni come Emilia Romagna o Veneto, che vantano una quota del 20% circa. Persino la vicina Toscana batte il Lazio 10 a uno. A spiegarlo è il Sindacato Italiano Balneari, che nell'ultimo Rapporto sulle imprese del settore vede il Lazio decisamente arenato all'ultimo posto. Lungo i 266 chilometri di costa balneabile, sono circa 800 gli stabilimenti grandi e piccoli (anche minuscoli, come semplici chioschi con ombrelloni e sdraio) della regione, mentre a livello nazionale le imprese del settore arrivano a 20mila.

Qual è il motivo di questa "bassa marea" sui litorali laziali? «Il Lazio è caratterizzato da flussi poco dinamici di turismo balneare - spiega Fabrizio Fumagalli, presidente del SIB Lazio - perché preval-

gono le seconde case, mentre le strutture ricettive diverse, come alberghi e campeggi, sono molto poco sviluppate. In pratica tutto ruota intorno al turismo romano di chi si muove avanti e indietro, talvolta in giornata, verso le spiagge più vicine alla città come Ostia o Fregene, oppure verso le proprie case nelle vicine località di mare».

Un primato nazionale, in effetti, il Lazio ce l'ha: quello appunto delle seconde case, pos-

IL COSTO

Per due lettini e un ombrellone la spesa giornaliera di un bagnante è di venti euro

LE ECCELLENZE

Chi offre servizi aggiuntivi come piscina, discoteca, intrattenimento per bambini può toccare un giro d'affari di 1,5 milioni a stagione

sedute da oltre il 55% dei bagnanti della regione. A tenere a galla il settore sono i circa 2 milioni di presenze estive sotto gli ombrelloni del Lazio, che si caratterizza anche per essere la regione con le spiagge tra le meno affollate d'Italia: appena 200 bagnanti a chilometro, in media, nelle giornate di punta. Per conquistarsi un posto al sole, i bagnanti del Lazio spendono mediamente 20 euro al giorno per ombrellone e due lettini, pari a circa 150 euro a settimana.

Un comparto comunque solido, se è vero - come spiegano sempre dal SIB - che il giro d'affari nel Lazio è di oltre 300 milioni di euro, a fronte di un pagamento per il canone di concessione che porta nelle casse del Demanio fino a 3 milioni di euro l'anno. Il fatturato medio per impresa balneare si aggira intorno ai 300mila euro a stagione, ma non mancano anche nel Lazio i casi di eccellenza, casi in cui il fatturato di un'impresa balneare può raggiungere punte di 1,5 milioni di euro a stagione: si

tratta delle grandi strutture, quelle che offrono servizi aggiuntivi come piscina, intrattenimento per i bambini, attività sportive, discoteca, parrucchiere e solarium, e persino il cameriere sotto l'ombrellone. È il caso di uno degli stabilimenti storici di Ostia, il Kur-saal, fondato dopo la seconda guerra mondiale e che ha visto tra i suoi bagnanti personaggi illustri della capitale tra attori, poeti e uomini politici.

«A parte le eccezioni - spiega Romolo Guasco, Direttore della Litorale SpA, l'agenzia regionale che monitora e promuove lo sviluppo delle coste - possiamo dire che gli stabilimenti balneari del Lazio restano un comparto ancora molto da valorizzare per renderli più partecipi del prodotto turistico regionale. Spesso si tratta di piccole imprese poco sviluppate, a conduzione familiare, che è anche difficile censire». Mediamente, nei mesi estivi, lavorano presso gli stabilimenti balneari circa 10 addetti che provvedono indifferentemente alla logistica di

ombrelloni e lettini, alla gestione del bar, alla sicurezza. Eppure una ricerca sulla soddisfazione del cliente di servizi balneari, effettuata nel 2007 da Eurispes Lazio e Provincia di Roma, testimonia come oltre l'80% degli intervistati sia soddisfatto del servizio: dopo la qualità di ombrelloni e servizi igienici, ottima per il 75% dei clienti, è la tranquillità e la presenza di un bar a rappresentare un valore importante (66%). Poca importanza viene data alla presenza di un ristorante o all'animazione, mentre un punto critico è, per il 20% degli intervistati, l'inefficienza del parcheggio.

Un settore quindi, quello delle imprese balneari del Lazio, ancora in alto mare ma che incassa intanto un buon livello di soddisfazione della clientela: «Un'opportunità che vale miliardi - conclude il Presidente di SIB Lazio, Fumagalli - e che potrebbe offrire decine di migliaia di posti di lavoro, se ci si concentrasse sullo sviluppo di alberghi e strutture ricettive».