

Porti turistici e Blue Economy: la seconda tappa dei Blue Marina Awards

2026-05-22 08:53:32 di Camilla Rocca

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/05/22/porti-turistici-e-blue-economy-la-seconda-tappa-dei-blue-marina-awards/>

La seconda tappa dei **Blue Marina Awards**, che si terrà a Marina Uno a Lignano Sabbiadoro il 5 giugno, è parte di un [percorso](#) che sta raccontando un cambio di paradigma più ampio: la trasformazione della blue economy da comparto settoriale a infrastruttura strategica di sviluppo territoriale. E al centro di questa evoluzione ci sono i porti turistici, sempre meno “infrastrutture del mare” e sempre più piattaforme economiche integrate. Non è una distinzione semantica. È una ridefinizione del valore.

Dal mare alla terra: dove si crea oggi il vero Roi

Per decenni i marina sono stati valutati su metriche essenzialmente nautiche: posti barca, stagionalità, servizi tecnici. Oggi questo approccio è insufficiente. Il porto turistico contemporaneo genera valore dove mare e terra si sovrappongono: hospitality, real estate, retail, cantieristica, turismo esperienziale, servizi digitali. In altre parole, non è più un punto di arrivo, ma un moltiplicatore di flussi economici territoriali. In Italia, questa dinamica si inserisce in una blue economy che supera i 160 miliardi di euro e che sta progressivamente assumendo un peso comparabile ad altri settori industriali strategici.

Dal contenitore alla piattaforma

Se la prima fase della trasformazione ha riguardato ammodernamento infrastrutturale e ampliamento della capacità ricettiva, la seconda fase è più profonda: riguarda la natura stessa del porto. Il marina diventa così una piattaforma. Non ospita soltanto barche: coordina flussi. Turistici, logistici, energetici, digitali. È un passaggio che avvicina la portualità turistica a modelli tipici delle infrastrutture intelligenti e delle piattaforme di servizio integrate, dove il valore non è statico ma generativo.

Il nuovo standard competitivo

In questo contesto, la sostenibilità smette di essere un elemento reputazionale e diventa una variabile competitiva. Efficienza energetica, gestione ambientale, digitalizzazione dei servizi e criteri ESG stanno entrando nei modelli di business dei marina più avanzati, contribuendo a creare una nuova gerarchia del settore. Iniziative come i sistemi di certificazione e valorizzazione dei porti sostenibili stanno accelerando questa selezione naturale: non tutti i porti cresceranno allo stesso ritmo. Alcuni diventeranno hub. Altri resteranno infrastrutture locali.

Il moltiplicatore invisibile

Il dato più rilevante non è nei bilanci dei porti, ma nei territori. Ogni marina efficiente genera un effetto moltiplicatore che si diffonde lungo la filiera economica locale: piccola impresa, servizi, commercio, ristorazione, manutenzione tecnica, logistica. Il turismo nautico contemporaneo, sempre più dinamico e multi-destinazione, rafforza questo effetto. Il porto diventa nodo di una rete esperienziale, non più destinazione finale ma infrastruttura di connessione.

Il Mediterraneo come asset competitivo

La conseguenza è chiara: il Mediterraneo non è solo uno spazio geografico, ma una piattaforma economica competitiva. I porti turistici diventano punti di interfaccia tra economie locali e flussi globali, con un ruolo

sempre più simile a quello degli hub logistici nelle catene del valore internazionali. La differenza è che qui il prodotto non è la merce, ma l'esperienza.