



DSsus 6

Turismo



DSsus 6

Turismo

Campo di applicazione

Una metropoli che governa il turismo come opportunità di sviluppo locale per la valorizzazione dei paesaggi, dei caratteri identitari e del patrimonio culturale materiale e immateriale. Una metropoli che usa le innovazioni create dal digitale per la promozione dei siti minori e per la valorizzazione del patrimonio storico e culturale di storia recente. Una metropoli consapevole del ruolo delle piattaforme legate al turismo di massa. Una metropoli che crea forme di turismo esperienziale e sostenibile per il benessere territoriale, attraverso diverse tipologie di fruizione: da quelle globali a quelli locali di turismo interno. Una metropoli che garantisce l'accessibilità delle rotte turistiche e rafforza i rapporti tra Roma, grande attrattore turistico, e le aree dell'intera CmRC.

Contesto

Concentrazione dei flussi turistici e permanenza

La Città metropolitana di Roma Capitale, si classifica al primo posto per numero di turisti accolti (11 Mln) nelle strutture ricettive (ISTAT, 2018). Sul totale delle presenze turistiche, il numero di stranieri conta il 68,1%, posizionando la Città metropolitana di Roma al terzo posto dopo Firenze e Venezia. Tuttavia, Roma Capitale risulta essere il polo di attrazione più importante, che canalizza la maggior parte del flusso turistico della Città metropolitana. Se si analizza il solo territorio dell'hinterland metropolitano, si evince che circa il 73% degli arrivi si concentra in soli 10 comuni, che quindi risultano essere quelli di maggior interesse sotto un punto di vista prettamente turistico. Due dei comuni sopra citati sono Fiumicino e Pomezia, che presentano le percentuali maggiori di arrivi, con rispettivamente il 35% e il 10%. In termini di presenze la percentuale di incidenza dei primi 10 comuni di hinterland metropolitano è circa il 76%. Anche in questo caso Fiumicino e Pomezia risultano essere i comuni che hanno fatto registrare le percentuali più alte, rispettivamente 33,5% e 10%. Dal 2017 è stato registrato un aumento del 3,2% negli arrivi presso gli esercizi ricettivi della Capitale, e un aumento del 3% per quanto riguarda le presenze nelle strutture ricettive (Ufficio di Statistica di Roma Capitale). Analizzando i flussi per nazionalità emerge che il numero di turisti stranieri costituisce circa il 60% del totale dei turisti giunti nella Capitale, mentre gli italiani sono il 40%. La permanenza media nelle strutture ricettive varia in base alla destinazione. Si rileva, infatti, che i turisti ospiti presso tutte le strutture (Hotel, B&B, Case per Ferie, Camping ecc.) della Città metropolitana nel suo complesso, rimangono in media 2,9 giorni, mentre con riferimento al solo hinterland, la permanenza media risulta essere inferiore, circa 2,4 giorni (Ufficio Statistica CmRC, 2019).

Offerta turistica

La conoscenza del settore turistico sconta una cronica mancanza di dati, dovuta anche alla crescita esponenziale della diversificazione dell'offerta e l'ampiezza dello spettro di attività complementari. Al fine di poter disporre di un quadro conoscitivo per sviluppare un'offerta turistica strategica, è necessario censire l'offerta turistica presente nella Città di Roma Capitale, realizzando una mappatura dell'offerta turistica allargata a tutte le strutture ricettive e le imprese che offrono servizi turistici. La costruzione di un sistema di offerta turistica competitivo comprende inoltre tutti quei servizi utili a migliorare l'esperienza del turista (ad esempio i ristoranti).

Secondo i dati elaborati dal SUAR, l'ufficio di statistica di Roma Capitale, l'offerta ricettiva sul territorio di Roma Capitale si compone di due tipologie di strutture: esercizi alberghieri ed esercizi complementari. Nel 2019 l'offerta risulta costituita da 12.306 esercizi ricettivi (+1,5% rispetto al 2018), di questi l'8,4% è costituito da esercizi alberghieri (1.036) e il 91,6% da esercizi complementari (11.270). Più nello specifico, gli esercizi complementari si suddividono in residence (n°94), affittacamere (n°3218), case per ferie (n°266), case vacanza (n°6.014) ed infine bed and breakfast (n°1.678).

Anno	Esercizi alberghieri			Esercizi complementari		
	Arrivi	Presenze	Permanenza media (giorni)	Arrivi	Presenze	Permanenza media (giorni)
2014	10.813.231	25.377.967	2,3	2.565.665	7.437.432	2,9
2015	11.298.298	26.420.620	2,3	2.646.031	7.582.747	2,9
2016	11.536.239	26.935.666	2,3	2.725.197	7.715.470	2,8
2017	12.403.488	29.293.952	2,4	2.290.876	6.268.269	2,7
2018	12.783.861	30.144.950	2,4	2.380.788	6.496.486	2,7

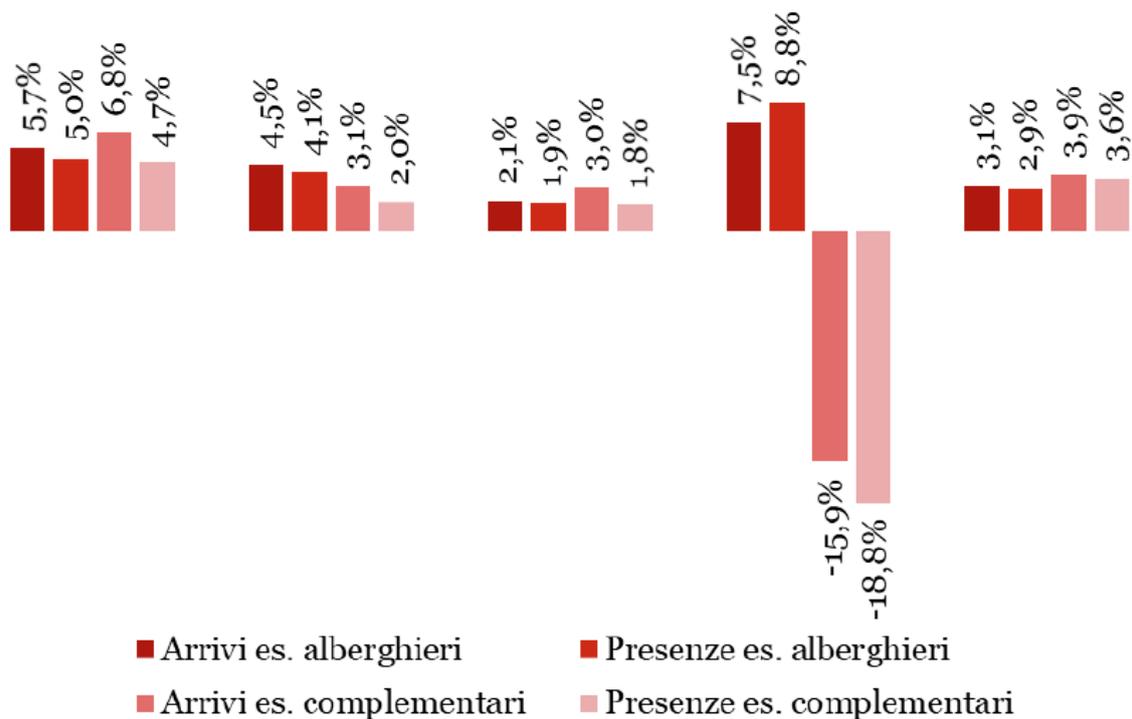


Figura 1 Variazione percentuale. Fonte: Elaborazione Ufficio di Statistica di Roma Capitale su dati Ente Bilaterale Territoriale di Roma e Provincia.

Mobilità nella città

La mobilità romana è caotica sia nelle aree centrali che periferiche, dotate di un trasporto pubblico spesso inefficiente ed inquinante, piste ciclabili scarse e frammentate che pongono limitazioni non solo ai cittadini della CmRC, ma anche ai turisti che sono disincentivati negli spostamenti e quindi nella fruizione delle zone periferiche.

Obiettivi

6.1 Incremento della permanenza

L'obiettivo di qualificare il turismo attraverso l'incremento dei tempi di permanenza dei turisti nella CmRC è legato alla necessità di invertire i processi di sfruttamento territoriale derivante dalle dinamiche di over-tourism (sovraffollamento e massificazione del turismo). Tale obiettivo si inserisce nelle azioni di promozione di un turismo lento, territoriale e sostenibile che superi i confini comunali di Roma, si ancori alle risorse artistico-culturali, architettoniche e paesaggistiche del territorio e alle aree protette a gestione metropolitana. In coerenza con gli indirizzi ministeriali in materia di turismo sostenibile nelle aree protette, ed, in particolare con riferimento alla Strategia Nazionale per la Biodiversità e al Piano Strategico del Turismo del MIBACT 2017-2022, il PSM si pone l'obiettivo di promuovere azioni volte a riconoscere nel turismo un modo di valorizzare il Capitale Naturale e delle sue sinergie con il Capitale Culturale, in un'ottica di sviluppo sostenibile. L'obiettivo

generale è quindi quello di promuovere una fruizione responsabile ed orientare gli investimenti verso scelte sempre più ambientalmente sostenibili. L'intento è quello di contribuire a invertire le dinamiche di sfruttamento e consumo, concentrato e veloce, a favore di forme di fruizione culturale estesa, distribuita sull'intera area della CmRC, consapevole e di arricchimento per lo sviluppo del territorio, anche attraverso soluzioni volte a incentivare pernottamenti prolungati presso le strutture ricettive del territorio metropolitano. L'obiettivo comporta l'impegno di Città metropolitana di Roma Capitale nel mettere a sistema le risorse presenti sul territorio, attraverso politiche integrate (sui settori della cultura, del turismo e della mobilità) e azioni specifiche sia di valorizzazione delle relazioni storiche, sociali e territoriali che legano aree diverse e distanti del contesto metropolitano, che di qualificazione delle strutture ricettive (esercizi alberghieri e complementari) e dei servizi. In un mercato turistico sempre più competitivo e differenziato (turismo culturale, religioso, enogastronomico, slow, esperienziale, business, legato ad eventi, accademico e scientifico...) la qualità delle strutture, dei servizi e delle connessioni sono infatti elementi che costituiscono discriminanti cruciali nelle scelte operate dai turisti e dagli investitori del settore. Si intende quindi promuovere iniziative volte a distribuire il numero di turisti in tutta la Città metropolitana di Roma Capitale, anche in quei comuni che risultano avere ad oggi una bassa capacità ricettiva, trovando su questi territori un'identità attrattiva per i diversi mercati che compongono il settore turistico. Si intende quindi promuovere iniziative volte a distribuire il numero di turisti in tutta la Città metropolitana di Roma Capitale, anche in quei comuni che risultano avere ad oggi una bassa capacità ricettiva, trovando su questi territori un'identità attrattiva per i diversi mercati che compongono il settore turistico.

6.2 Realizzare un'offerta turistica integrata

Il settore turistico è una realtà importante dell'economia della città di Roma e potrebbe diventarlo per l'intera CmRC. I turisti sono quindi da interpretarsi come una risorsa il cui interesse è spinto da nuove proposte e nuovi prodotti, specialmente se diversi, originali, evoluti. Per attivare l'interesse della domanda, è necessario passare da un modello di offerta di "destinazione" ad uno di motivazione ed esperienza. In questo contesto devono essere pensati e proposti dei percorsi turistici in chiave sinergica tra grandi attrattori di Roma Capitale e l'hinterland. Sarà quindi necessario migliorare i collegamenti, materiali (strade, infrastrutture...) ed immateriali (qualità dei servizi, tour integrati, ...) tra le zone interessate.

6.3 Governance dei flussi turistici

Il settore turistico è una risorsa per il territorio, ma può divenire anche una criticità producendo esternalità negative legate alla gestione dei rifiuti, danni a cose o persone, aggravati alla mobilità pubblica e privata, fruizione degli spazi pubblici, e altre, se non gestito per attutire gli impatti del transito di milioni di persone all'anno. Quindi è una priorità del Piano Strategico la formulazione di una governance in grado di monitorare non solo i flussi turistici ma anche di recepire le esigenze dei servizi presenti sul territorio e dunque che sia in grado di rispondere ai bisogni della nuova domanda turistica, individuando le possibili fonti di disagio per gli abitanti stabili e dei pendolari (city users) della città metropolitana, ovvero per chi abita quotidianamente l'area metropolitana.

6.4 Valorizzare il patrimonio culturale immateriale

Raccontare la storia recente, le identità dei territori e le narrazioni delle comunità di abitanti vecchi e nuovi, delle pratiche passate e attuali, dell'artigianato e della sapienza delle comunità insediate nel lungo periodo e quelle di nuova generazione è linfa per la narrazione alla base del turismo esperienziale e local che una fetta consistente della domanda richiede. L'attrazione del turismo consapevole, slow, esperienziale si basa su una dimensione locale autentica e quindi è fondamentale mappare e valorizzare questa autenticità che definiamo patrimonio culturale immateriale.

Azioni strategiche e operative

Attivare politiche di incentivo al miglioramento delle attrezzature ricettive private;

Promuovere tour attrattivi ed originali, diversificati in base alla tipologia di turista;

Monitorare le tendenze di mercato per adeguare l'offerta in collaborazione con gli attori del settore (ad esempio, guide turistiche, musei, agenzie di viaggio...);

Incentivare l'incremento della permanenza attraverso le politiche sulla tassa di soggiorno;

Promuovere un progetto di fruizione turistica attraverso la costruzione di tour e vacanze che valorizzino le varie tipicità e il patrimonio territoriale dell'area metropolitana (turismo culturale, balneare e marittimo, enogastronomico, naturalistico, legato ai congressi, agli eventi...), cercando quindi di prolungare la permanenza dei turisti;

Valorizzare le aree protette in una logica di turismo eco-sostenibile attraverso un'offerta turistica integrata, che includa le aree protette e i parchi - le bellezze naturali, le emergenze e le testimonianze archeologiche, storiche e culturali che li caratterizzano - all'interno di itinerari ambientali, sportivi (trekking, cammini, hiking, MTB) e didattico-educativi progettati sulla rete infrastrutturale della mobilità lenta.

Mantenere costante il flusso turistico sulle stagioni, così da permettere agli stakeholder del settore di aumentare la qualità dell'offerta con investimenti;

Costruire un nuovo brand turistico sulle potenzialità attrattive di Roma Città Metropolitana.

DSsus 11
+ Riqualficazione dell

DSsus 10
+ Politiche sociali

DSsus 9
+ Transizione energetica

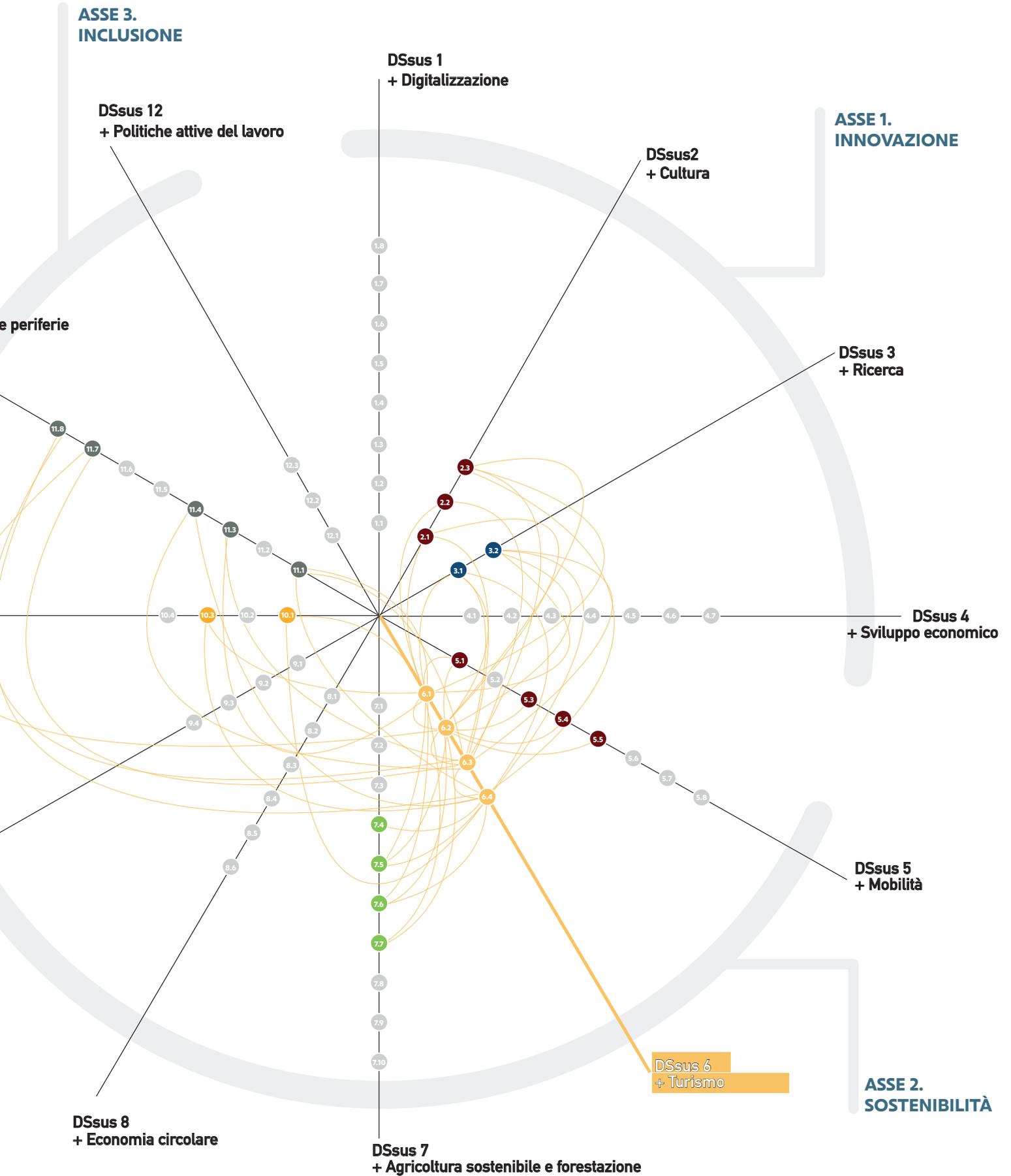


Figura 2 Lo schema mette in evidenza la trasversalità delle Direttrici Strategiche di sviluppo sostenibile, evidenziando l'interrelazione e i collegamenti degli obiettivi della DSsus 6 Turismo con gli obiettivi relativi alle altre Direttrici Strategiche.

**Realizzare un'offerta
6.2 turistica integrata**

Favorire le forme di turismo misto costa-interno;

Supportare l'accessibilità ai principali siti di interesse storico-archeologico;

Costruzione e promozione di una rete di attori che possano dare slancio al turismo esperienziale; individuazione di luoghi nella CmRC e spazi digitali per supportare progetti pilota legati al turismo esperienziale; costruzioni di occasioni esperienziali sugli eventi (di varia portata);

Innescare processi di progettazione per l'ammodernamento e il rifacimento di linee ferroviarie al fine di ottenere un più facile accesso ai territori dell'hinterland;

Promuovere l'accessibilità pubblica nelle principali rotte turistiche della CmRC al fine di condividere con l'intero territorio metropolitano i grandi flussi turistici di Roma Capitale;

Migliorare i servizi di mobilità pubblica da e verso Roma, così che si venga a costituire un sistema policentrico di hub attrattivi per il turisti e raggiungibili, anche da persone con disabilità con l'effetto integrato di distribuire i grandi flussi nazionali ed internazionali, e migliorare il turismo scolastico e dei meeting;

Innovare la segnaletica turistica, analizzando quella attuale, per unificarla e digitalizzarla, dotandola di punti di accesso quali QR Code e NFC a contenuti interattivi e innovativi, per renderla disponibile ai turisti della Città metropolitana.

**Governance dei
6.3 flussi turistici**

Approntare uno studio di fattibilità per uno strumento digitale da offrire ai turisti nelle principali fasi del customer journey;

Creare un Pass Digitale, con il quale i turisti possono interagire e anche acquistare diversi servizi presenti sul territorio, prevedendo un eventuale ampliamento dei servizi a valle del monitoraggio dell'azione;

Creare un'agenzia per il turismo digitale;

Dialogare in maniera sinergica con Roma Capitale durante la progettazione e l'implementazione dei progetti legati alla Missione 1 del PNRR (C3 Turismo e Cultura 4.0,) e al Giubileo, ed in particolare alla linea di finanziamento Caput Mundi.

Usare le possibilità offerte dalle tecnologie digitali per promuovere il patrimonio culturale immateriale, attraverso azioni di story telling che rendano fruibile e appetibile agli occhi dei turisti la visita di territori e comunità esterne ai percorsi turistici più battuti;

Monitorare attivamente diffusione delle eccellenze enogastronomiche, musicali, artigianali, agroalimentari, artistiche del territorio metropolitano;

Creare campagne di promozione delle eccellenze che possano arrivare ad un pubblico

nazionale ed internazionale;

Creare nuove occasioni di costruzione di reti di eccellenze e promozione durante eventi periodici in varie zone della CmRC;

Costruire joint venture con i musei di Roma Capitale e diffusi sul territorio della CmRC e gli ecomusei per ospitare eventi spot, mostre, installazioni site specific, ecc di promozione del patrimonio culturale immateriale locale.

Strumenti di governance

- Tavolo di concertazione con la Regione Lazio per la costruzione di un brand turistico di Città Metropolitana di Roma Capitale;
- Tavolo di concertazione con i Comuni della CmRC per adeguare e reindirizzare periodicamente le politiche turistiche sulla base dell'aggiornamento dei dati e dell'andamento del settore;
- Osservatorio per il monitoraggio delle piattaforme di affitti a breve termine visto che questo tipo di piattaforme sono allo stesso tempo criticità e potenzialità per il turismo della Città metropolitana. Problema importante della questione è la mancanza cronica di dati, specialmente sul territorio esterno al comune di Roma. Costituire quindi un Osservatorio di monitoraggio con l'obiettivo di fornire una base conoscitiva per un dialogo tra enti (Ministero, Regione e Comuni e altri attori);
- Osservatorio Permanente del Turismo a gestione e controllo interamente pubblico per indirizzare le politiche sulla base di dati quantitativi quanto più bias-free possibile;
- PPP con gli operatori del settore in base alle varie tipologie di turismo;
- Tavolo di lavoro Regione-Città Metropolitana per ridefinire gli equilibri economici e finanziari tra i due enti in tema di aree protette;
- Coinvolgere i comuni e le comunità locali nella creazione di una rete di Offerta Turistica integrata (ROTI) allo scopo di promuovere il turismo sostenibile come fattore di sviluppo locale nelle destinazioni meno frequentate.

Coerenza delle politiche

- La direttrice strategica rispetto agli SGD's ONU.



- La direttrice strategica rispetto agli obiettivi della politica di coesione europea 21/27

OP1. Un'Europa più intelligente (a smarter Europe)

a2. permettere ai cittadini, alle imprese e alle amministrazioni pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione;

a3. rafforzare la crescita e la competitività delle PMI.

OP2. Un'Europa più verde (Greener carbon free Europe)

b7. rafforzare la biodiversità, le infrastrutture verdi nell'ambiente urbano e ridurre l'inquinamento.

OP3. Un'Europa più connessa (Connected Europe)

c1. rafforzare la connettività digitale.

OP4. Un'Europa più sociale (Social Europe)

d1. rafforzare l'efficacia dei mercati del lavoro e l'accesso a un'occupazione di qualità, mediante lo sviluppo dell'innovazione e delle infrastrutture sociali;

d3. aumentare l'integrazione socioeconomica delle comunità emarginate, dei migranti e dei gruppi svantaggiati, mediante misure integrate riguardanti alloggi e servizi sociali.

OP5. Un'Europa più vicina ai cittadini (Europe closer to citizens)

e1. promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato a livello locale, il patrimonio culturale, il turismo e la sicurezza nelle aree urbane;

e2. promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato a livello locale, il patrimonio culturale, il turismo e la sicurezza in territori diversi dalle aree urbane.

Le risorse FESR del PR Regione Lazio e del PN Metro Plus potranno finanziare interventi di rigenerazione urbana e di sviluppo sostenibile in aree con un forte potenziale turistico non ancora completamente sfruttato, favorendo così una migliore distribuzione dei flussi turistici all'interno della CmRC. Gli interventi previsti da Roma Capitale e dalla Regione Lazio ad Ostia (descritti con maggiore dettaglio nella direttrice strategica dedicata alla rigenerazione delle periferie) sono un chiaro esempio di rafforzamento dell'identità attrattiva e del potenziale turistico dell'area.

Linee di finanziamento

Le linee di finanziamento che rendono possibile l'attuazione delle azioni operative sopra elencate sono principalmente due, finanziamenti del PNRR, con specifico riscontro nella Missione 1, e Giubileo, nella sua misura Caput Mundi:

- M1_C3 Turismo e Cultura 4.0, gli investimenti identificati toccheranno tutte le anime del territorio. La rigenerazione del patrimonio turistico sarà realizzata attraverso uno specifico programma di misure di ristrutturazione di asset chiave turistici, come siti culturali delle grandi aree metropolitane. Tuttavia, gli interventi andranno a valere anche sui piccoli centri e sulle aree rurali, al fine di favorire la nascita di nuove esperienze turistiche e bilanciare i flussi turistici in modo sostenibile, contrastando il fenomeno del l'over-tourism. Gli interventi che verranno effettuati sui luoghi verranno accompagnati dal sostegno alle strutture turistiche, soprattutto attraverso l'innalzamento degli standard di offerta e il miglioramento dei servizi per i visitatori. Gli interventi della componente si snodano in quattro differenti aree di azione:
 1. Patrimonio culturale per la prossima generazione
 2. Rigenerazione di piccoli siti culturali, patrimonio culturale religioso e rurale
 3. Industria culturale e creativa 4.0
 4. Turismo 4.0
- Caput Mundi, investimento dal valore di 500 mln di euro, ha l'obiettivo di sviluppare un modello di turismo sostenibile e realizzare un itinerario turistico per Roma e per le zone meno conosciute. Prevede, inoltre di sviluppare una app, contenente le informazioni turistiche, culturali e logistiche di Roma, utili ai turisti. Il progetto si promette di aumentare il numero di siti turistici accessibili, creando alternative turistiche di valore, alla stessa stregua delle affollate aree del centro. Questo attraverso di un aumento più che proporzionale delle tecnologie digitali e tramite una valorizzazione delle aree verdi e del turismo sostenibile. Questo investimento prevede sei diverse linee di intervento:
 1. Patrimonio Culturale Romano per EU-Next Generation, con l'obiettivo di rigenerare e restaurare il patrimonio culturale urbano e di tutti quei complessi considerati di alto valore storico-architettonico della città di Roma;
 2. Percorsi giubilari, che fa riferimento alla valorizzazione, messa in sicurezza, consolidamento antisismico e al restauro di quelli che sono i luoghi e gli edifici di interesse storico e anche percorsi archeologici;
 3. #LaCittàCondivisa, per la riqualificazione di siti in aree periferiche;
 4. #Mitingodiverde, per interventi su parchi, giardini storici, ville e fontane;
 5. #Roma 4.0. che si promette una digitalizzazione dei servizi culturali e lo sviluppo di app per i turisti;
 6. #Amanotesa, che ha l'obiettivo di aumentare l'offerta culturale alle periferie per l'integrazione sociale.