

VERSO IL PIANO TRIENNALE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO DELLA REGIONE LAZIO

2025-2027

C'È TUTTO UN LAZIO INTORNO



REGIONE
LAZIO

Premessa

L'Assessorato al turismo, ambiente, sport, cambiamenti climatici, transizione energetica, sostenibilità della Regione Lazio ha avviato un percorso di condivisione con gli operatori, le associazioni e le amministrazioni locali, rivolto alla raccolta di contributi funzionali alla definizione del **Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio 2025-2027**.

Il Piano che andrà via via delineandosi intende rispondere, nella sua complessa articolazione, alla necessità e all'opportunità di dotare la Regione Lazio - un complesso organico di risorse, attrattori, attori locali, imprese, residenti e potenziali turisti - di un orientamento strategico ma anche operativo nell'ambito di un settore che presenta notevoli potenzialità di sviluppo.

In attesa di quanto emergerà dal confronto con i territori, il presente documento intende fornire alcuni elementi in relazione all'analisi del contesto internazionale, nazionale e regionale del mercato turistico, al quadro degli orientamenti strategici europei e nazionali, ai possibili asset strategici intorno a cui incardinare il Piano e ai possibili "Cluster" macro-tematici a partire dai quali potranno delinearsi le aree tematiche e le azioni regionali.

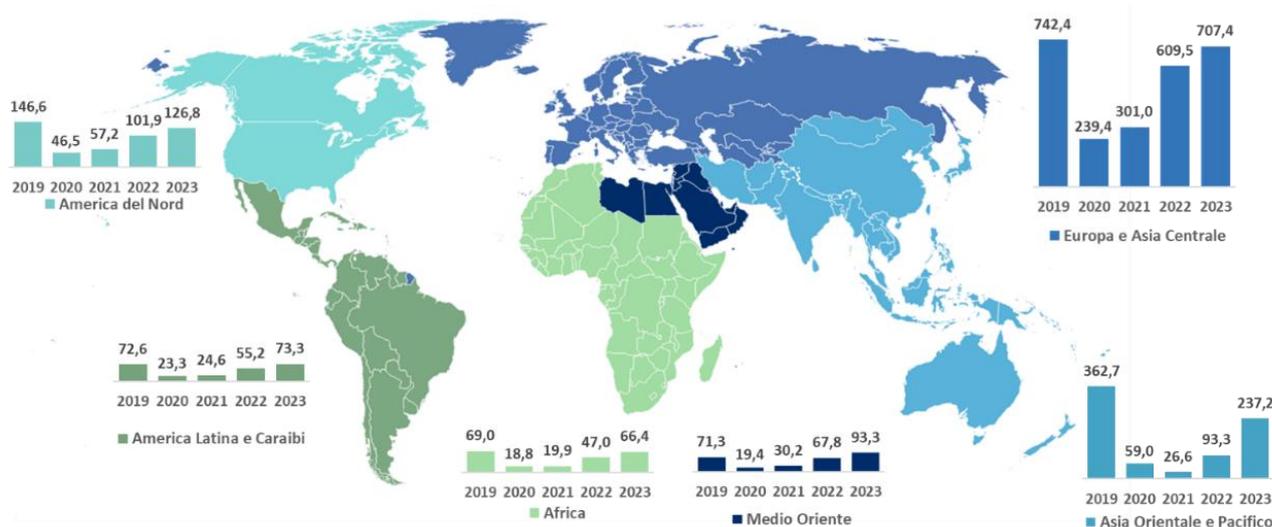
I La dinamica del mercato turistico regionale

Il settore del turismo rappresenta – oggi più che mai – uno dei settori trainanti dell’economia: secondo i dati del World Travel & Tourism Council (WTTC), nel 2023 il mercato turistico mondiale ha contribuito per il 9,1% al PIL globale e rappresenta il 10,5% del PIL in Italia.

Il comparto turistico ha subito fortemente l’impatto della pandemia da Covid-19 che, con i divieti e le restrizioni alla libera circolazione delle persone, ha causato il blocco dei flussi turistici tra Paesi e all’interno degli stessi Paesi. Su tale situazione di crisi hanno altresì pesato i rincari dei prezzi energetici a seguito delle tensioni geopolitiche in atto negli ultimi anni, che hanno portato a un clima di incertezza e a un innalzamento dei prezzi dei beni di consumo e delle materie prime, incrementando i costi delle imprese turistiche e indebolendo il potere di acquisto delle famiglie.

Ciononostante, nel periodo post-pandemico i flussi turistici hanno ripreso a crescere, ritornando in molti casi ai livelli precedenti e, secondo le stime realizzate dal WTTC nel rapporto *Economic Impact 2024*, è destinato a contribuire alla generazione di quasi l’11,4% del PIL mondiale nel 2034. Secondo le previsioni del UNWTO¹, nei prossimi anni gli arrivi di turisti internazionali nel mondo sono stimati crescere ad un tasso del 6% annuo, raggiungendo 2 miliardi entro il 2030, con una crescita due volte superiore nei Paesi emergenti rispetto a quelli avanzati.

Figura 0 – Arrivi di turisti internazionali per regioni geografiche (milioni) – Periodo 2019-2023



Fonte: elaborazioni su dati UNWTO

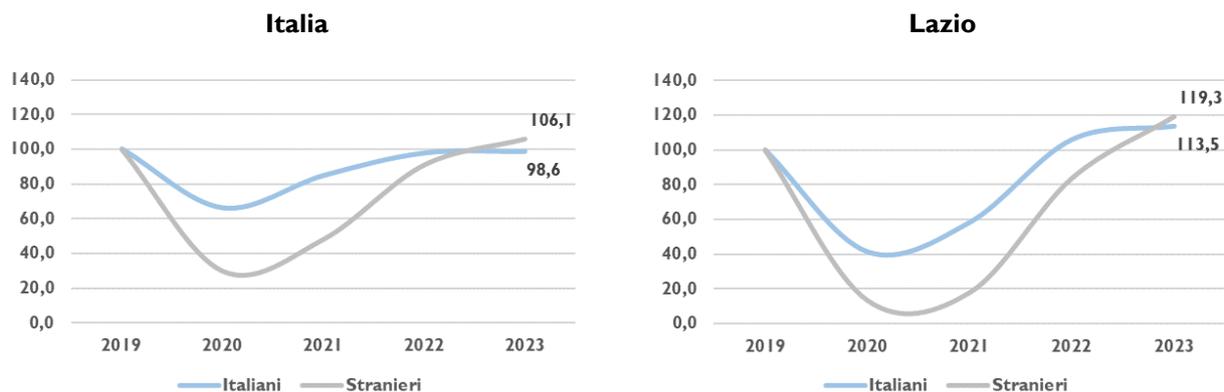
La stessa ripresa dell’economia del Lazio nel periodo post Covid ha potuto contare sul contributo rilevante generato dalla forte ripresa dei flussi turistici che, come evidenziato nel rapporto annuale “L’economia del Lazio” pubblicato da Banca d’Italia a giugno 2024, ha consentito nel corso dell’ultimo anno di compensare l’indebolimento della domanda sia interna sia estera.

Le presenze turistiche negli esercizi ricettivi hanno, infatti, **presentato un incremento superiore ai 17 punti percentuali tra il 2019 e il 2023**, evidenziando una dinamica nettamente più positiva della media nazionale, soprattutto per quanto riguarda la componente straniera.

Grazie soprattutto alla forza della città di Roma, il Lazio rappresenta uno dei più importanti attrattori turistici di livello internazionale, in grado di richiamare **sul suo territorio oltre 1,7 milioni di arrivi dagli Stati Uniti e quasi 500 mila arrivi dal Regno Unito e dalla Francia**.

¹ “Tourism towards 2030: Actual trend and forecast 1950-2030”, UNWTO.

Grafico 0 – Dinamica delle presenze turistiche nelle strutture ricettive in Italia e nel Lazio, per nazionalità (numeri indice 2019=100) – Periodo 2019-2023

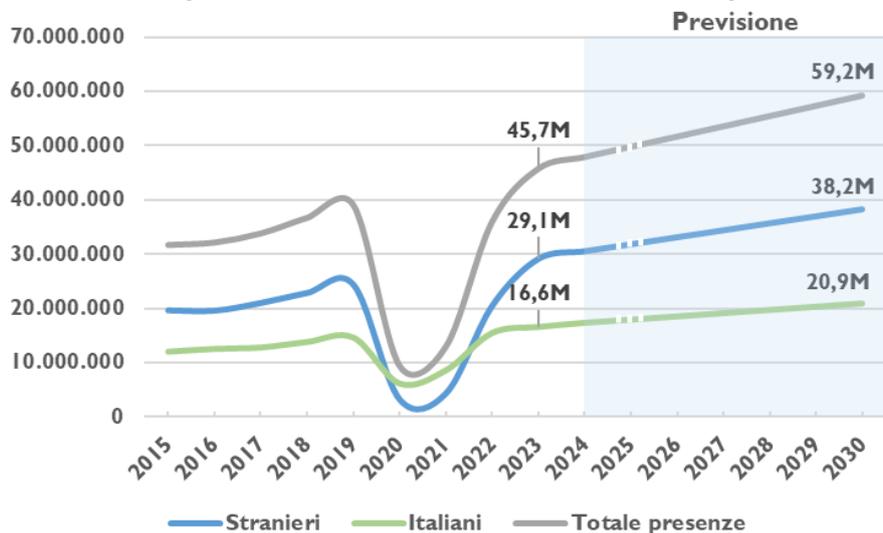


Fonte: elaborazioni su dati Istat

La crescita sostenuta dei flussi turistici registrati negli ultimi anni proietta sul futuro anche la prevedibilità di un ulteriore incremento del peso del settore turistico, con ricadute positive in termini economici, ma anche con l'esigenza di promuovere interventi al fine di contenere i potenziali impatti negativi sulla popolazione residente.

Se si assume l'ipotesi che i flussi turistici, stranieri e nazionali, seguano un trend di crescita lineare come sperimentato nel periodo 2015-2022, le **presenze turistiche potrebbero raggiungere nel 2030 un livello superiore alle 59 milioni di unità**, valore superiore di oltre 13 milioni rispetto al valore attuale, con le presenze straniere che raggiungerebbero i 38,2 milioni contro i 20,9 milioni di quelle italiane.

Grafico 2 – Previsione delle presenze nelle strutture ricettive nel Lazio per nazionalità – 2015-2030



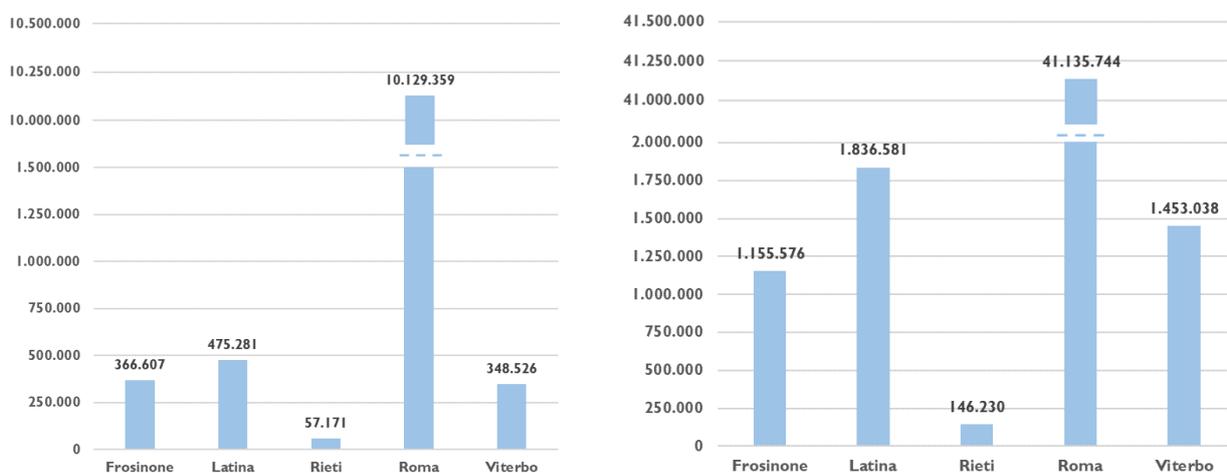
Fonte: elaborazioni su dati Istat

Si tratta di numeri che, tuttavia, si inseriscono in un quadro che vede già oggi la presenza di elementi di attenzione connessi sia alla stagionalità dei fenomeni sia alla loro distribuzione sul territorio:

- oltre il 50% del totale degli arrivi e delle presenze si concentra nei cinque mesi ricompresi tra maggio e settembre;
- quasi il 90% del totale degli arrivi e delle presenze si concentra nella Provincia di Roma, la quale registra oltre 10 milioni di arrivi e 41 milioni di presenze nel 2023.

Nelle altre province laziali i numeri degli arrivi e delle presenze turistiche nelle strutture ricettive registrano valori molto più contenuti, sebbene si deve considerare che in queste aree assume un maggior peso il ruolo del turismo locale connesso all'uso delle seconde case.

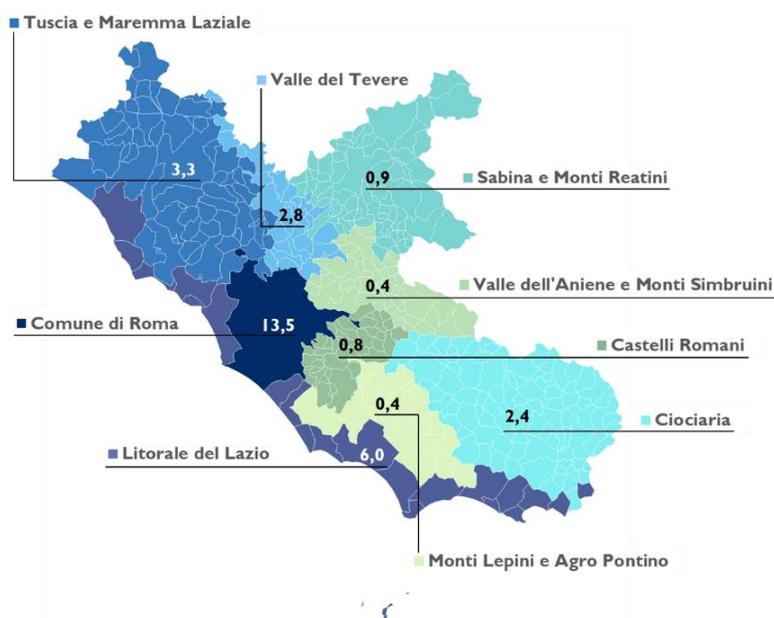
Grafico 3 – Arrivi e presenze turistiche nelle strutture ricettive a livello provinciale – Anno 2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Ne è evidenza anche il dato relativo al **tasso di turisticità** per ambito turistico di destinazione² (dato dal rapporto tra le presenze nel complesso degli esercizi ricettivi e la popolazione): a fronte di un dato che raggiunge le 13,5 presenze per residente nel Comune di Roma, il tasso di turisticità scende a 6 nella fascia litorale, per poi posizionarsi su valori inferiori all'unità negli ambiti territoriali della **Sabina e Monti Reatini**, dei **Castelli Romani**, della **Valle dell'Aniene e dei Monti Simbruini** e dei **Monti Lepini e Agro Pontini**.

Figura 0.1 – Tasso di turisticità a livello di ambito turistico di destinazione – Anno 2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

² Gli ambiti di destinazione turistica sono definiti dalla legge regionale n. 13 del 6 agosto 2007, modificata da ultimo dalla LR n. 8 del 24 maggio 2022.

2 Il quadro strategico europeo e nazionale

Gli orientamenti europei

L'Europa è la prima destinazione turistica a livello mondiale. L'industria del turismo è una componente essenziale dell'economia dell'UE, motivo per cui **l'Unione Europea è costantemente impegnata a sostenere e rilanciare questo settore** con una crescente attenzione alla sua sostenibilità ecologica e sociale.

Negli ultimi 15 anni numerosi sono stati i pronunciamenti e le disposizioni dell'UE sul settore turistico, ponendo in primo piano soprattutto i temi della **sostenibilità** e dell'**interconnessione con tutti i settori**, tra cui i trasporti, le transizioni verde e digitale, la regolamentazione degli alloggi brevi, oltre che, naturalmente, la regolazione, la resilienza e il rilancio del settore nel corso e nella successiva ripresa dall'emergenza pandemica.

Nello specifico, nel dicembre del 2022 si è pronunciato il Consiglio Europeo con le **Conclusioni "Agenda Europea per il Turismo 2030"** e il documento Allegato, il **"Piano di lavoro pluriennale dell'UE nel quadro dell'agenda europea per il turismo 2030"**. Tra i punti in evidenza emerge in particolare l'invito, rivolto agli Stati membri, a (i) scambiare conoscenze e migliori prassi per l'elaborazione e l'attuazione di strategie per il turismo ai vari livelli di *governance*, tenendo conto della (ii) sostenibilità economica, ambientale, culturale e sociale del turismo, includendo (iii) il punto di vista sia dei visitatori sia dei residenti e delle comunità locali, volto ad agevolare la (iv) trasformazione verde, la (v) trasformazione digitale, la (vi) domanda di offerte sostenibili, le nuove esigenze in termini di (vii) competenze e sostegno alla transizione nel turismo, nonché a garantire la (viii) protezione della cultura locale, compreso il patrimonio culturale materiale e immateriale.

Il turismo è poi individuato come settore prioritario nel quadro normativo dei Fondi Strutturali europei per il periodo di programmazione 2021-2027. Anche in questo ambito è evidenziata la necessità di stabilire un nesso coerente tra la politica di coesione del settore turistico e i settori della "Transizione digitale", della "Transizione verde", della "Resilienza e inclusione" attraverso il sostegno all'ampliamento della partecipazione e vitalità culturale di cittadini, imprese e comunità. Risulta, infine, rilevante segnalare che, **nei Programmi europei per la politica di coesione, i settori del turismo e della cultura sono spesso associati** a tutti i livelli.

La cornice nazionale: il Piano Strategico del Turismo 2023-2027

Il Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio si pone in coerenza con il Piano Strategico del Turismo 2023-2027 (PST) presentato dal Ministero del Turismo e approvato dal Consiglio dei Ministri il 17 luglio del 2023.

Ai fini dell'elaborazione del Piano regionale, si è tenuto conto, in particolare, degli **otto ambiti strategici** su cui il PST intende focalizzare le azioni settoriali del Ministero del Turismo e delle Amministrazioni centrali e regionali collegate:

- **Turismo organizzato**, relativo ai principali attori del comparto: tour operator, agenzie di viaggio e tema del business travel;
- **Fiere e MICE** (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), comparto chiave per lo sviluppo turistico per le ricadute positive sul territorio;
- **Accessibilità e mobilità turistica**, che affronta il tema del trasporto, l'impatto ambientale, i nodi di accesso per la fruizione dell'offerta turistica ma anche le criticità e le opportunità da cogliere per favorire l'accessibilità e l'inclusione;
- **Wellness tourism**, un segmento importante del turismo globale e nazionale, in cui oltre all'offerta termale e SPA, si prendono in considerazione anche turismo sportivo e cicloturismo;

- **Turismo culturale**, nelle varie forme del turismo formativo e scolastico, religioso, esperienziale, declinato in termini di esperienze enogastronomiche ed esperienze costruite intorno a circuiti turistici legati a temi specifici e al turismo delle “radici”;
- **Strutture ricettive**, all’interno del quale si considerano i sistemi di offerta legati alle diverse forme di hospitality, dalle strutture alberghiere a quelle extra alberghiere, dal turismo open air agli agriturismi;
- **Turismo leisure**, in cui ricadono una gamma molto eterogenea di attività, dal turismo montano a quello del mare e nautico, al mondo dell’entertainment e dei parchi tematici, fino allo slow tourism (cammini, treni storici, ecc.);
- **Turismo di alta gamma**, inteso come un moderno concetto di lusso da rintracciare nella logistica integrata e nell’organizzazione del comparto, nell’ospitalità di alto livello e iconica, nella fruizione di esperienze uniche e nello shopping.

3 La Strategia del Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio 2025-2027

Gli indirizzi strategici che sottendono il Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio per il periodo 2025-2027 intendono **sviluppare nuove traiettorie alla luce delle sfide poste dal contesto attuale e delle tendenze del mercato turistico**.

Allo stesso tempo sarà assicurata **continuità rispetto alle azioni della programmazione precedente che hanno rappresentato negli anni un valore aggiunto del territorio regionale**, tesaurizzando le *lezioni apprese* a cavallo fra il periodo di Pianificazione precedente (2020-2022) e quello attuale. Ciò a maggior ragione se si considerano le sfide affrontate dalla Regione Lazio, poste dalla crisi pandemica e dalle ricadute delle guerre in Ucraina e in Medio Oriente, con le conseguenze che ne sono derivate in termini di aumento del costo della vita e di incertezza del contesto generale.

Nel guardare alle sfide attuali e future balza agli occhi un dato fondamentale: lo stesso termine “turismo” non sembra più cogliere le innumerevoli sfaccettature che ha assunto il mercato turistico attuale. **Più corretto sarebbe invece parlare di “turismi”, laddove la moltiplicazione di destinazioni, prodotti, strutture ricettive, intermediari, tipologie e target di visitatori ha ampliato enormemente il ventaglio della proposta turistica del territorio Laziale**. A questi aspetti si aggiungono poi alcune tendenze legate alle transizioni ecologica e digitale in atto che stanno aprendo nuove opportunità di sviluppo turistico inedite fino a pochi anni fa e caratterizzate da un alto grado di sperimentazione e innovazione. È in relazione a questa nuova accezione di turismo, più complessa e multilaterale, che la *governance* regionale deve misurarsi, rafforzando la sua capacità di governo dei processi e di confronto con il partenariato locale.

In definitiva, per garantire e valorizzare l’attrattività del territorio, è necessario riconsiderare la prospettiva di osservazione del mercato turistico per adottare **un approccio di carattere olistico che sia in grado di valorizzare gli elementi di integrazione e trasversalità** che esprime il comparto turistico laziale.

La vision regionale

Il contesto dei “turismi” del Lazio rappresenta sempre più un sistema complesso e diversificato: accanto all’immagine consolidata del turismo improntato sull’incredibile patrimonio storico, archeologico, artistico e architettonico, si stanno sviluppando sempre più settori turistici emergenti, connessi ad esempio alle proposte relative al benessere e al “buon vivere”, all’enogastronomia, al

turismo delle “radici”, delle tradizioni e delle comunità locali, così come il turismo sportivo, naturalistico o collegato ai grandi eventi.

Oltre che sulla *vision*, ciò ha anche implicazioni sulla nuova geografia del turismo regionale. **Roma continuerà a rappresentare nei prossimi anni, soprattutto alle porte del Giubileo, un formidabile attrattore turistico.** Tuttavia, la diffusione di nuove forme di turismo sta mostrando sempre più l’opportunità e la possibilità di **sviluppo di un “turismo diffuso” fra i territori laziali**, con destinazioni e prodotti al di fuori dei canali tradizionali (è il caso dello “slow tourism” e del turismo “esperienziale”, collegato alla crescita delle pratiche escursionistiche e sportive nei parchi naturali e nelle aree montane, dell’affluenza sui Cammini religiosi, nonché del turismo rivolto alle terme e ai centri benessere). **La possibilità di sviluppo di un mercato turistico al di fuori dei circuiti tradizionali della Capitale è, quindi, in crescita, ma va potenziata.**

Tenendo presenti i cambiamenti in atto, la *vision* strategica della Regione Lazio sarà orientata, pertanto, alla **valorizzazione dell’identità del territorio laziale nelle sue diverse caratterizzazioni - in termini di destinazioni e prodotti - e nell’identificazione e diffusione di un «Brand Lazio»** che sia riconoscibile e attrattivo su scala nazionale e internazionale. Alla base di questa *vision* si collocano alcuni **asset strategici**, di seguito delineati, che guidano la definizione del Piano triennale per lo sviluppo del turismo e che sottendono l’individuazione dei cluster strategici.

Gli asset strategici del Piano triennale per lo sviluppo del turismo

➤ **Sostenibilità ambientale, sociale, economica.**

Garantire un settore turistico equilibrato e resiliente, a basso impatto sull’ambiente, che sappia gestire gli impatti dell’*overtourism* sulle comunità ospitanti, sulla conformazione urbanistica delle città e sul tessuto sociale ed economico dei territori.

➤ **Personalizzazione delle esperienze e turismo «tailor-made».**

Rispondere adeguatamente alle richieste di personalizzazione dell’offerta turistica, permettendo al turista di poter accedere a una gamma diversificata di servizi, offrendo al contempo una cura profonda dei dettagli e un’ampia disponibilità per andare incontro alle singole esigenze.

➤ **«Slow tourism», unicità e autenticità delle esperienze.**

Investire su un tipo di turismo che si basa su un’esperienza di viaggio lento, approfondito, che permette d’immergersi completamente nell’“ecosistema” del luogo e che è orientato alla sostenibilità sia ambientale sia sociale.

➤ **Innovazione, digitalizzazione e sicurezza informatica.**

Puntare sull’innovazione tecnologica e sui progressi digitali nell’ambito del settore turistico, in quanto *driver* di sviluppo che contribuisce a migliorare l’esperienza del visitatore.

➤ **Inclusività e accessibilità.**

Garantire che tutti possano godere delle esperienze di viaggio, indipendentemente dalle loro caratteristiche fisiche, economiche o sociali, migliorando, soprattutto per le persone fragili o le famiglie con bambini, la mobilità, l’intermodalità e i servizi di assistenza territoriali.

➤ **Nuove destinazioni e prodotti turistici: demassificazione e destagionalizzazione.**

Incentivare la scoperta di nuove destinazioni e la definizione di nuovi prodotti turistici, tramite una redistribuzione dei flussi turistici su territori meno esplorati - ma anche più naturali e meno antropizzati - rispetto alla necessità di demassificare e destagionalizzare i flussi turistici.

➤ **Eccellenza, esclusività e qualità dell’offerta.**

Puntare su un’offerta che presenti standard qualitativi elevati, prerequisito essenziale per assicurare la soddisfazione e fidelizzazione dei turisti e una maggiore attrattività del territorio.

➤ **Lotta al turismo sommerso e miglioramento dell’offerta ricettiva regionale.**

Contrastare il fenomeno dell’abusivismo turistico, rafforzando il monitoraggio e la verifica sulle

locazioni e destinando un'attenzione particolare al segmento degli affitti brevi, anche attraverso sinergie tra Regione e Ministero del Turismo.

➤ **Messa in rete, co-progettazione e filiere.**

Rafforzare il coordinamento fra i diversi attori della *governance* e del tessuto produttivo locale che permetta di massimizzare i risultati, attivare nuove risorse ed evitare *gap* informativi e di sviluppo.

➤ **Attrattività, comunicazione e risonanza internazionale.**

Promuovere il “Brand Lazio” e le sue ricchezze culturali, storiche e naturali a livello nazionale e internazionale attraverso un sistema di comunicazione e di *marketing* che riesca a valorizzare adeguatamente l'offerta turistica regionale e favorisca strumenti innovativi come i social network e le piattaforme di prenotazione online.

➤ **I grandi eventi catalizzatori e le manifestazioni settoriali.**

Valorizzare i “grandi eventi” come fondamentali attrattori di un turismo che, attratto da occasioni specifiche, può orientarsi anche sulle altre attrazioni locali attraverso un adeguato sistema di comunicazione.

➤ **Competenze e *capacity building*, verso un'occupazione di qualità.**

Investire sulla formazione del capitale umano e sullo sviluppo di nuove competenze professionali al passo con le esigenze del contesto, favorendo percorsi caratterizzati da competenze di alto livello – dalle *soft* e *hard skills* alle competenze digitali e tecnologiche - così da formare e attrarre alti profili professionali attraverso percorsi formativi innovativi e di eccellenza, contrastando i fenomeni di precarietà e lavoro nero ancora molto presenti nel mercato turistico.

4 Cluster del turismo del Lazio

Nell'ambito della programmazione del Piano triennale per lo sviluppo del turismo la Regione Lazio individua quattro possibili Cluster strategici:

- **Conoscenza, cultura e benessere**
- **Active**
- **Slow tourism e Cammini**
- **Grandi eventi**

Ciascuno dei quattro Cluster individuerà al proprio interno delle aree tematiche di riferimento e le specifiche azioni ad essi associate.

Cluster I - Conoscenza, cultura e benessere

In linea con l'approccio “olistico” considerato, il Cluster intende sviluppare il turismo culturale e il turismo del wellness, in tutte le loro potenzialità in termini di integrazione e complementarità: dal tema della fruizione dei tesori artistici e archeologici, alla valorizzazione della cultura enogastronomica delle sue località; dal grande interesse che hanno registrato in questi anni i centri di benessere, al rilancio innovativo del settore termale.

Cluster II Active

In questo Cluster potranno rientrare tutte le attività dell'“active tourism”, intese come tutte quelle attività da praticare all'area aperta: da quelle apprezzate dagli amanti della natura e dello sport, a quelle ascrivibili a tutto il settore del turismo del mare e montano.

Cluster III - Slow tourism e Cammini

La sensibilità, da parte di fasce sempre più ampie della domanda di turisti e viaggiatori, verso i temi della sostenibilità ambientale e socioculturale e verso i luoghi della religiosità e spiritualità, trova nel “turismo lento” e nei cammini spirituali il proprio segmento di offerta ideale.

Cluster IV - Grandi eventi

I Grandi eventi possono rappresentare un volano per l’attrazione di investimenti, la crescita e la promozione socio-culturale, la valorizzazione territoriale e lo sviluppo turistico, la conoscenza e la promozione dell’immagine di un territorio. In questo Cluster rientrerà il segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) ma specifica rilevanza potranno assumere il tema del Wedding e le implicazioni connesse all’impatto turistico dell’evento straordinario del Giubileo 2025.