XII LEGISLATURA

R E G I O N E L A Z I O

CONSIGLIO REGIONALE

Si attesta che il Consiglio regionale l' 11 febbraio 2026 ha approvato la

DELIBERAZIONE N. 3

concernente:

"PIANO TURISTICO TRIENNALE 2025-2027 DELLA REGIONE LAZIO"

Testo coordinato formalmente ai sensi dell'articolo 71 del Regolamento dei lavori del Consiglio regionale.

IL CONSIGLIO REGIONALE

VISTO lo Statuto;

VISTA la legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3 (Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione);

VISTA la legge regionale 18 febbraio 2002, n. 6 (Disciplina del sistema organizzativo della Giunta e del Consiglio e disposizioni relative alla dirigenza ed al personale regionale) e successive modifiche;

VISTO il regolamento regionale 6 settembre 2002, n. 1 (Regolamento di organizzazione degli uffici e dei servizi della Giunta regionale) e successive modifiche;

VISTO il decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33 (Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni) e successive modifiche;

VISTO il decreto legislativo 23 giugno 2011, n. 118 (Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 5 maggio 2009, n. 42) e i relativi principi applicativi e successive modifiche;

VISTA la legge regionale 12 agosto 2020, n. 11 (Legge di contabilità regionale) e successive modifiche;

VISTO il regolamento regionale 9 novembre 2017, n. 26 (Regolamento regionale di Contabilità) che, ai sensi dell'articolo 56, comma 2, della l.r. 11/2020 e fino alla data di entrata in vigore del regolamento di contabilità di cui all'articolo 55 della citata l.r. 11/2020, continua ad applicarsi per quanto compatibile con le disposizioni di cui alla medesima l.r. 11/2020;

VISTA la legge regionale 30 dicembre 2024, n. 22 (Legge di stabilità regionale 2025);

VISTA la legge regionale 29 dicembre 2024, n. 23 (Bilancio di previsione della Regione Lazio 2025 – 2027");

VISTA la deliberazione della Giunta regionale 30 dicembre 2024, n. 1172 (Bilancio di previsione finanziario della Regione Lazio 2025-2027. Approvazione del "Documento tecnico di accompagnamento", ripartito in titoli, tipologie e categorie per le entrate e in missioni, programmi, titoli e macroaggregati per le spese);

VISTA la deliberazione della Giunta regionale 30 dicembre 2024, n. 1173 (Bilancio di previsione finanziario della Regione Lazio 2025-2027. Approvazione del "Bilancio finanziario gestionale", ripartito in capitoli di entrata e di spesa e assegnazione delle risorse finanziarie ai dirigenti titolari dei centri di responsabilità amministrativa);

VISTA la deliberazione della Giunta regionale 23 gennaio 2025, n. 28 (Indirizzi per la gestione del bilancio regionale 2025-2027 e approvazione del bilancio reticolare, ai sensi degli articoli 30, 31 e 32, della legge regionale 12 agosto 2020, n. 11);

VISTA la legge regionale del 6 agosto 2007, n. 13 concernente l'organizzazione del sistema turistico regionale e successive modifiche e, in particolare, gli articoli 16,17, 18 del Capo II in materia di programmazione turistica;

CONSIDERATO in particolare, che l'articolo 18 della l.r. 13/2007 dispone che la Giunta regionale delibera in merito alla proposta di Piano turistico regionale relativo al triennio di riferimento al fine di sottoporre la stessa all'approvazione del Consiglio regionale;

TENUTO CONTO che la Regione Lazio ha avviato, a partire dal mese di ottobre 2024, un percorso di condivisione, ascolto e confronto sulle linee guida inerenti alla programmazione turistica triennale regionale 2025-2027, che sono state esposte e discusse nel corso di cinque incontri pubblici, svoltisi nelle diverse province del Lazio, con la partecipazione di numerosi esponenti dell'organizzazione turistica regionale, pubblica e privata;

TENUTO CONTO, altresì, che in data 5 febbraio 2025 si è svolto a Roma il 1° *Forum* del Turismo del Lazio che ha rappresentato un ultimo momento di riflessione e approfondimento sullo sviluppo del turismo regionale nel prossimo triennio con la partecipazione dei principali operatori del settore pubblici e privati che hanno condiviso le strategie perseguite nel Piano turistico triennale;

VISTO il Piano turistico triennale 2025-2027 della Regione Lazio allegato alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale;

DATO ATTO che ai sensi dell'articolo 19 della l.r. 13/2007 il Piano triennale sarà attuato mediante l'adozione di piani annuali che individuano gli interventi da realizzare e le coperture finanziarie, nonché le modalità di impiego delle risorse;

RITENUTO, pertanto, necessario procedere all'approvazione del "Piano turistico triennale 2025-2027 della Regione Lazio";

DELIBERA

in conformità, con le premesse che si intendono integralmente richiamate,

- di approvare il "Piano turistico triennale 2025-2027 della Regione Lazio", allegato alla presente deliberazione, quale parte integrante e sostanziale.

La presente deliberazione è pubblicata sul Bollettino ufficiale della Regione e sul sito istituzionale www.regione.lazio.it

IL CONSIGLIERE SEGRETARIO
(Valerio Novelli)

F.to digitalmente Valerio Novelli

IL VICEPRESIDENTE
(Giuseppe Emanuele Cangemi)

F.to digitalmente Giuseppe Emanuele Cangemi

Si attesta che la presente deliberazione consiliare, costituita da n. 4 pagine, e il relativo allegato, sono conformi al testo deliberato dal Consiglio regionale.

LA SEGRETARIA GENERALE
(Dott.ssa Giosy Pierpaola Tomasello)

F.to digitalmente Giosy Pierpaola Tomasello

PIANO TRIENNALE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO DELLA REGIONE LAZIO

2025-2027

C'È TUTTO UN LAZIO INTORNO

REGIONE LAZIO

Indice

Premessa 1

1 Analisi del mercato del turismo 3

1.1. Il contesto internazionale 3

1.2. Il contesto nazionale 4

1.3. Il contesto regionale 7

2 Il quadro strategico europeo e nazionale 17

2.1. Gli orientamenti europei 17

2.2. La cornice nazionale: il Piano strategico del turismo 2023-2027 20

3 La Strategia del Piano triennale per lo sviluppo del turismo del Lazio 22

3.1. La *vision* regionale: gli *asset* strategici 23

4 Cluster del turismo del Lazio 30

4.1. Cluster I - Conoscenza, cultura e benessere 32

4.1.1. Arte e archeologia 32

4.1.2. Enogastronomia 34

4.1.3. Terme e benessere 36

4.2. Cluster II *Active* e *Leisure* 37

4.2.1. Natura e *sport* 38

4.2.2. Mare 38

4.2.3. Montagna 39

4.2.4. Parchi tematici 40

4.3. Cluster III - *Slow tourism* e Cammini 41

4.3.1. Slow tourism 42

4.3.2. Cammini 43

4.3.3. Turismo fluviale e lacuale 45

4.4. Cluster IV - Grandi eventi 45

4.4.1. MICE 46

4.4.2. *Wedding tourism* 47

4.4.3. Giubileo e turismo religioso 48

5 La *governance* regionale per l'attuazione del Piano triennale 50

5.1. Il processo partenariale verso il Forum del turismo della Regione Lazio 52

6 Le risorse finanziarie 54

In conclusione 56

Premessa

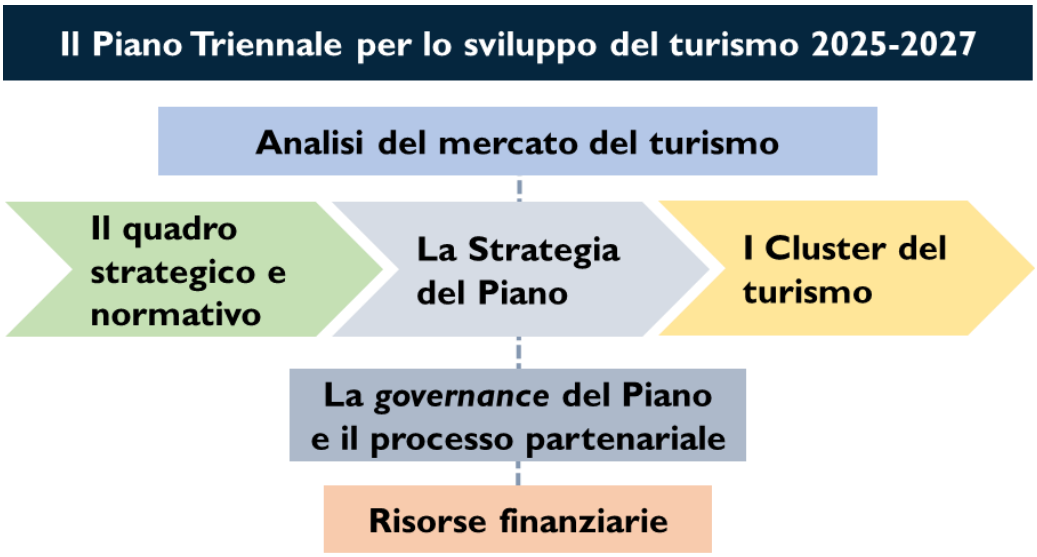
Il presente documento costituisce il Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio per il periodo 2025-2027, in conformità con quanto previsto dalla LR n. 13 del 6 agosto 2007 e sue successive modifiche (modificata da ultimo con LR n. 8 del 24 maggio 2022). La Regione ha adottato, in linea con gli obiettivi di programmazione socio-economica e territoriale europea, statale e regionale, un Piano triennale che identifichi gli obiettivi strategici per il rafforzamento del sistema turistico regionale, definendo gli indirizzi per lo sviluppo dell'offerta turistica della Regione e per la promozione in ambito locale, nazionale e internazionale delle destinazioni e dei prodotti turistici.

Il settore del turismo rappresenta un *asset* fondamentale per la crescita dell'economia regionale per la sua capacità di generare ricchezza e occupazione, di favorire lo sviluppo di filiere innovative e di stimolare processi decisionali condivisi, in grado di valorizzare le identità dei luoghi e delle comunità, secondo un'ottica di inclusività e di sostenibilità delle risorse naturali e del territorio. L'importanza attribuita al settore turistico nell'ambito della strategia regionale è attestata dalla molteplicità e dal rilievo delle iniziative che sono state sostenute dalla Regione Lazio e che hanno prodotto un indiscutibile riscontro su scala territoriale, nazionale e internazionale. Il Piano triennale si pone, pertanto, nell'ottica di proseguire e potenziare l'azione regionale, definendo una strategia per i prossimi anni che tenga conto delle modifiche che interessano le aspettative e i bisogni dei "nuovi" turisti. In questo senso, la Regione intende intercettare sia segmenti interessati a una più autentica e sostenibile modalità di fruizione delle destinazioni, sia turisti alla ricerca di esperienze personalizzate, declinate in molteplici destinazioni e prodotti turistici, anche tenendo conto di sfide eccezionali, come il Giubileo del 2025, che possono rappresentare un volano per il rilancio nel medio-lungo periodo.

L'articolazione del Piano risponde a una logica di fondo, vale a dire la necessità e l'opportunità di dotare la regione Lazio, cioè il territorio inteso come 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 tal senso, il documento definisce la strategia, gli obiettivi, i cluster e le linee di intervento per i prossimi anni, definiti alla luce di un'analisi delle tendenze che si individuano nel contesto internazionale, nazionale e regionale. Al contempo, per la sua definizione, un contributo indispensabile è emerso dal percorso di condivisione territoriale con gli operatori, le associazioni e le amministrazioni locali sostenuto dall'assessorato Turismo, Ambiente, Sport, Cambiamenti climatici, Transizione energetica, Sostenibilità e dalla direzione regionale Affari della Presidenza, Turismo, Cinema, Audiovisivo e *Sport*, che ha portato alla realizzazione del "1° *Forum* del Turismo della Regione Lazio".

Il Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio illustra, di seguito, in particolare:

- l'evoluzione del mercato turistico internazionale, nazionale e regionale;
- il quadro degli orientamenti strategici europei e nazionali nell'ambito del quale si colloca l'azione regionale;
- la *vision* regionale e i principali *asset* strategici alla base della definizione dell'azione regionale;
- i Cluster strategici tramite i quali si articolano le diverse Aree Tematiche e le linee di attività;
- la *governance* regionale definita per l'attuazione del Piano triennale e il processo partenariale realizzato;
- le risorse finanziarie individuate per la realizzazione del Piano.



La programmazione operativa del presente Piano troverà successivamente attuazione attraverso la predisposizione di Piani annuali relativi agli interventi in materia di turismo, definendo - sulla base dei fabbisogni specifici e dei risultati man mano conseguiti – le azioni promosse, le tipologie di beneficiari, le priorità e i tempi di realizzazione, le modalità e i criteri di concessione e riparto, erogazione e rendicontazione delle misure di sostegno, nonché le risorse strumentali e finanziarie necessarie.

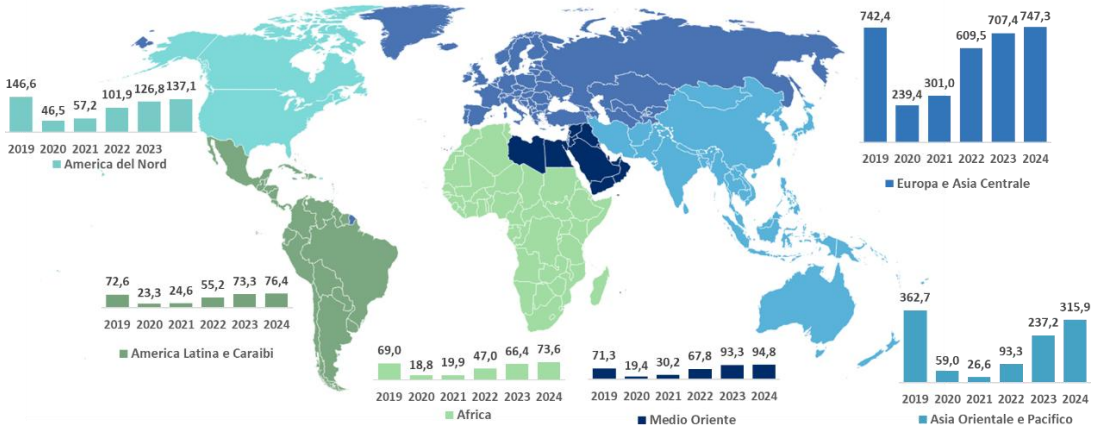
1 Analisi del mercato del turismo

Il settore del turismo rappresenta – oggi più che mai – uno dei settori trainanti dell'economia, in particolar modo per quella italiana: 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. Un settore che 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 ad 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. La stessa ripresa dell'economia laziale nel periodo post-Covid ha potuto contare sul contributo rilevante generato dalla forte risalita dei flussi turistici che, come evidenziato nel rapporto annuale *L'economia del Lazio* pubblicato da Banca d'Italia a giugno 2024, hanno consentito nel corso dell'ultimo anno di compensare l'indebolimento della domanda sia interna sia estera.
Nei seguenti paragrafi viene presentata un'analisi dell'evoluzione del mercato del turismo internazionale, nazionale e regionale, tenendo conto di indicatori selezionati, con un focus sulle province e sugli ambiti turistici di destinazione[1] della Regione Lazio.

1.1. Il contesto internazionale

Secondo i dati provenienti dal *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), nel 2024 **gli arrivi di turisti internazionali[2] nel mondo sono stati pari a oltre 1,4 miliardi**, valore in ripresa a seguito della pandemia da Covid-19 sebbene non ancora pari ai livelli del 2019 (-1,3%). L'area geografica[3] su cui si concentra il maggior numero di ingressi di turisti stranieri è la regione dell'Europa e dell'Asia Centrale con un livello pari a 747,3 milioni di persone (il 51,7% del totale degli arrivi mondiali), a cui seguono l'Asia Orientale e Pacifico con oltre 315,9 milioni di turisti (21,9%) e l'America del Nord con oltre 137,1 milioni (9,5%). Le regioni che presentano una quota relativamente minore di ingressi sono il Medio Oriente (6,6%), l'America Latina e i Caraibi (5,3%), e l'Africa (5,1%).

Figura 1.1 – Arrivi di turisti internazionali per regioni geografiche (milioni) – Periodo 2019-2024

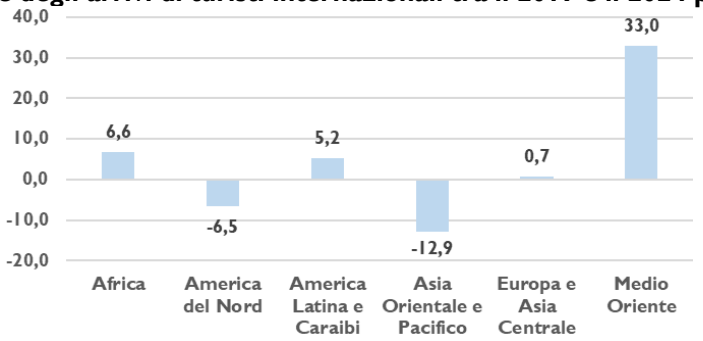


Fonte: elaborazioni su dati UNWTO

[1] Per la ripartizione in ambiti turistici di destinazione (ATD) del territorio regionale si veda *infra*, p. 12.
[2] L'indicatore "Arrivi di turisti non residenti" (definito *"International inbound tourists (overnight visitors)"* nella banca dati UNWTO) – misura il numero di turisti che viaggiano in un Paese in cui non risiedono per un periodo che non supera i 12 mesi e il cui scopo principale di visita è diverso da un'attività remunerata all'interno del Paese visitato.
[3] Per la divisione del mondo in regioni geografiche è stata presa a riferimento la metodologia del UNWTO.

Le Regioni che nel 2024 hanno recuperato i livelli registrati prima della pandemia sono il **Medio Oriente** con un incremento del 33% rispetto al 2019, l'**Africa** con una variazione del 6,6% e **l'America Latina e** i **Caraibi** con arrivi superiori 5,2%. Segue la regione dell'**Europa e dell'Asia Centrale** che ha registrato una ripresa dello 0,7%, mentre le restanti regioni geografiche sono ancora al di sotto dei livelli pre-Covid.

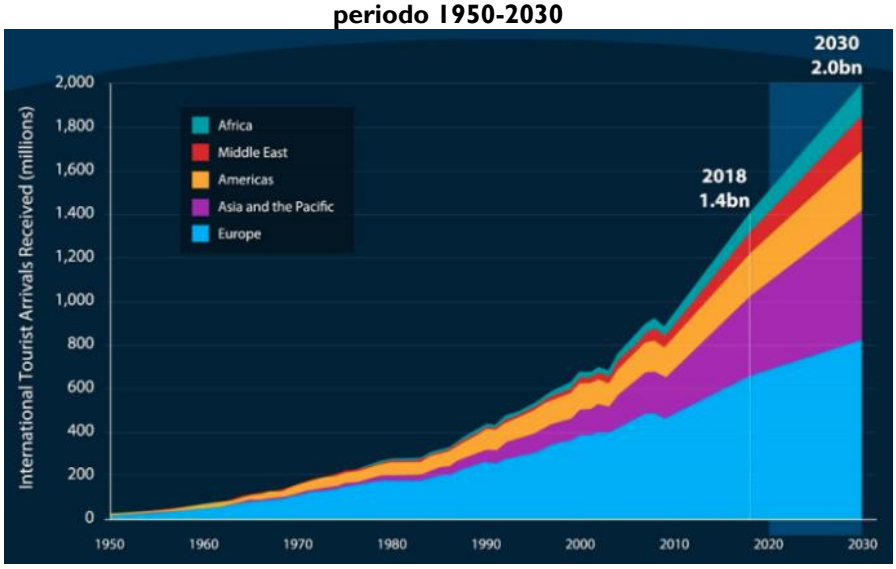
Grafico 1.1 – Variazione degli arrivi di turisti internazionali tra il 2019 e il 2024 per regioni geografiche



Fonte: elaborazioni su dati UNWTO

Secondo le previsioni del UNWTO[4], dopo aver recuperato i livelli pre-Covid, 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 1.2 – Previsione degli arrivi di turisti internazionali nel mondo per regione di destinazione – periodo 1950-2030



Fonte: UNWTO

1.2. Il contesto nazionale

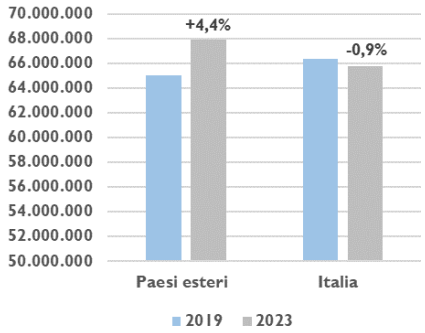
In Italia oltre133 milioni di arrivi nel 2023

Secondo gli ultimi dati Istat, **in Italia il numero di arrivi turistici ha superato i livelli pre-pandemici** attestandosi su **oltre 133 milioni** di unità nel 2023, registrando un incremento dell'1,7% rispetto al 2019. Se si osserva il dato relativamente al Paese di origine dei turisti emerge un'inversione di tendenza rispetto alla provenienza: nel 2019 gli italiani rappresentavano la quota maggioritaria di arrivi con una percentuale sul totale pari al 50,5% (circa 66 milioni) contro il 49,5% di turisti stranieri (65 milioni), percentuali che si sono ribaltate nel 2023 con gli arrivi stranieri che sono

[4] "Tourism towards 2030: Actual trend and forecast 1950-2030", UNWTO.

incrementati del 4,4% arrivando a rappresentare il 50,8% dei turisti totali, mentre i turisti italiani si sono ridotti dello 0,9% (scendendo al 49,2% sul totale).

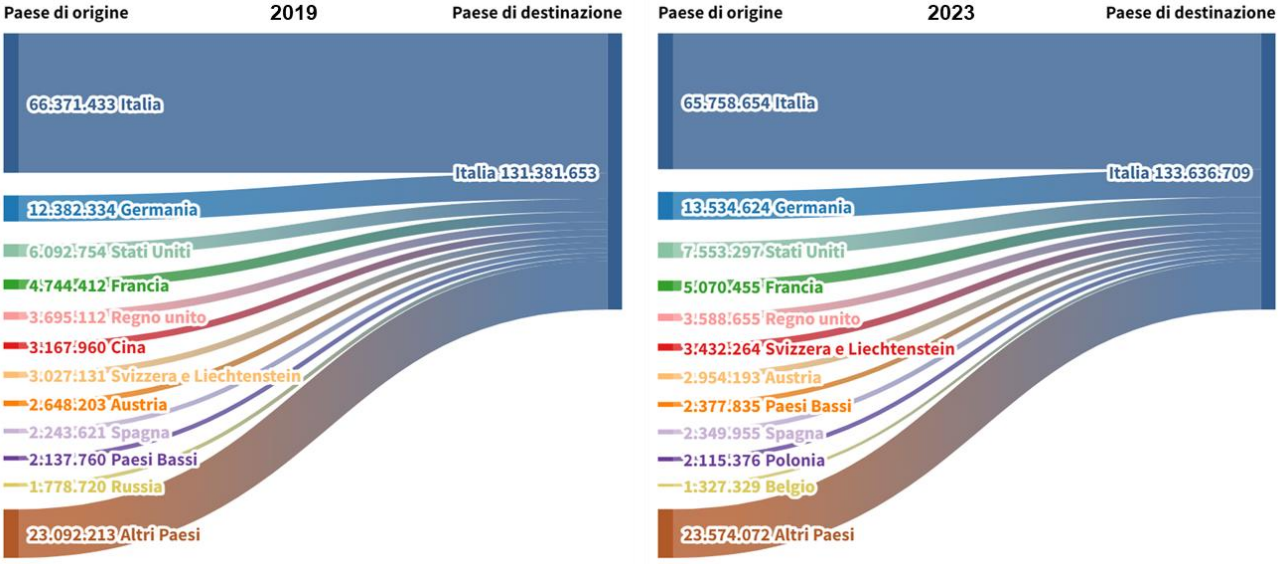
Grafico 1.2 – Arrivi turistici in Italia per Paese di origine (v.a. e var.%) – Anni 2019-2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Nel dettaglio, i Paesi stranieri da cui proviene la maggior parte di turisti si confermano essere la Germania (13,5 milioni, +9,3% rispetto il 2019), gli Stati Uniti (7,6 milioni, +24%), la Francia (5 milioni, +6,9%) e il Regno Unito (3,6 milioni, -2,9%), posizionandosi nelle prime 4 posizioni. Ad essi seguono Svizzera, Austria, Paesi Bassi, Spagna, Polonia e Belgio, con questi ultimi due Paesi che nel 2023 sono rientrati nelle prime 10 posizioni facendo scendere più in basso Cina e Russia.

Figura 1.3 – Arrivi turistici in Italia per Paese di origine (v.a.) – Anni 2019-2023

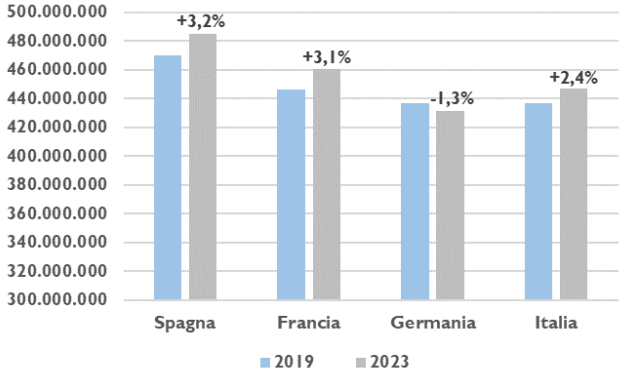


Fonte: elaborazioni su dati Istat

Anche dal punto di vista delle presenze turistiche l'Italia mostra una **forte ripresa rispetto al calo subito a seguito del Covid**, come evidenzia l'incremento del 2,4% registrato tra il 2019 e il 2023, con un valore che ha superato le 447 milioni di unità. Tuttavia, se si confronta il dato con i maggiori Paesi europei emerge come tale ripresa sia stata migliore solamente rispetto alla Germania, la quale al 2023 non ha ancora recuperato i livelli pre-pandemia, mentre Spagna e Francia sono cresciute rispettivamente del 3,2% e del 3,1%.

In Italia oltre 447 milioni di presenze nel 2023

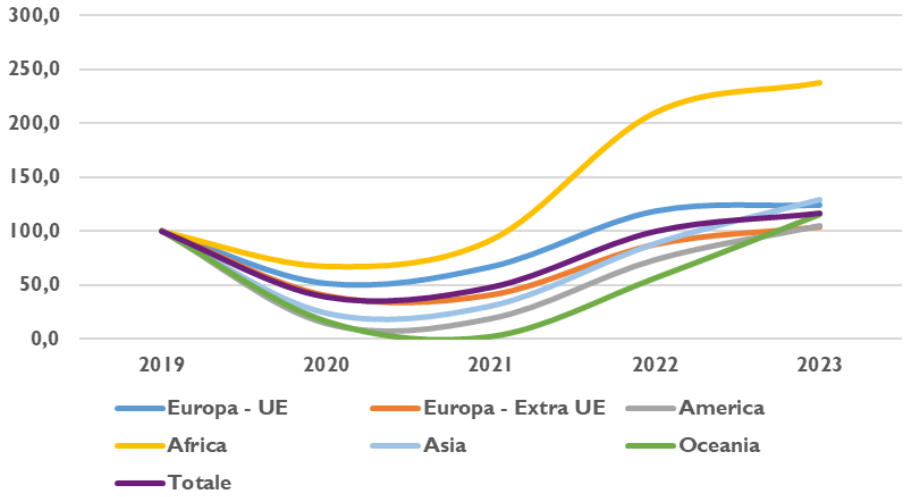
Grafico 1.3 – Presenze turistiche in Italia a confronto con altri Paesi Europei (v.a. e var.%) – Anni 2019-2023



Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

Un ulteriore elemento da considerare riguarda la **spesa turistica da parte dei turisti stranieri**[5], la quale nel 2023 ammontava a 51,7 miliardi di euro (+16,7% rispetto al 2019). Il seguente grafico mostra l'evoluzione della spesa dei turisti stranieri in Italia misurata in numeri indice con il 2019 come anno base: successivamente alla flessione avvenuta nel 2020 la spesa ha ripreso a crescere superando nel 2023 i livelli del 2019, mentre se si osserva il dato per area geografica di origine emerge una dinamica particolarmente positiva per quanto riguarda la componente europea e americana. In termini assoluti nel 2023 i turisti europei (UE) hanno contribuito per il 53,5% al totale della spesa, seguiti dai turisti europei extra UE e da quelli americani.

Grafico 1.4 – Evoluzione della spesa turistica degli stranieri in Italia per area geografica di origine (numeri indice 2019=100) – Periodo 2019-2023



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

Dai dati Istat è altresì possibile ricavare il dettaglio sull'età degli italiani che hanno viaggiato in Italia nei mesi estivi del 2023 (trimestre luglio-settembre): come mostra la tabella seguente alla voce "viaggio di vacanza", durante le ferie estive vi è stata una maggiore propensione a viaggiare per le classi di età fino a 14 anni (41%) e tra i 35 e i 44 anni (40,5%), attribuibili con ogni probabilità a nuclei familiari con figli, seguiti dalle altre classi centrali (15 e i 34 anni e tra i 45 e i 64), mentre tale propensione si riduce nella fascia d'età superiore ai 65. Inoltre, se si analizza il dato rispetto alla durata della vacanza, emerge come generalmente in tutte le fasce d'età vi sia una preferenza per vacanze più lunghe (oltre 4 notti) rispetto a quelle più brevi.

[5] Spesa totale in beni e servizi sostenuta da un viaggiatore, o per conto di un viaggiatore, in relazione al soggiorno all'estero del viaggiatore stesso.

Tabella 1.1 – Residenti che hanno viaggiato in Italia per classe di età (per 100 residenti con le stesse caratteristiche) – Luglio-settembre 2023

Classe di età	Vacanza breve (1-3 notti)	Vacanza lunga (4 o più notti)	Viaggio di vacanza
Fino a 14 anni	10,9	33,3	41,0
15-24 anni	6,1	25,3	30,1
25-34 anni	10,2	28,3	35,4
35-44 anni	13,5	31,0	40,4
45-54 anni	9,3	28,5	35,1
55-64 anni	7,6	27,1	32,7
65 anni e più	3,5	15,2	18,0
Totale	8,1	25,6	31,5

Fonte: elaborazioni su dati Istat

1.3. Il contesto regionale

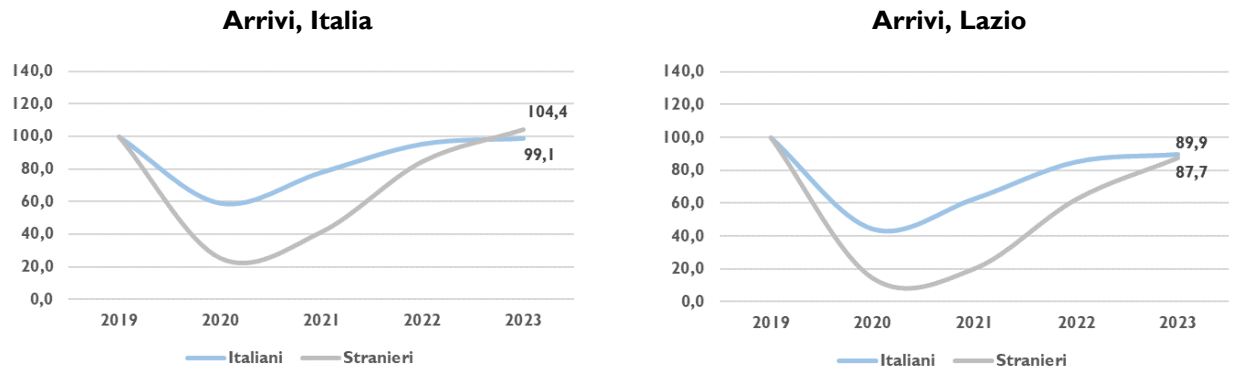
Nel Lazio 11 milioni di arrivi e 45 milioni di presenze nel 2023

Secondo gli ultimi dati Istat disponibili, nel 2023 si sono registrati **oltre 11 milioni di arrivi turistici** nel Lazio, **dato ancora inferiore ai livelli pre-Covid sebbene in continua ripresa**. Dal punto di vista del Paese di origine, i turisti italiani nel Lazio sono stati pari a 4,2 milioni mentre quelli stranieri oltre 7 milioni.

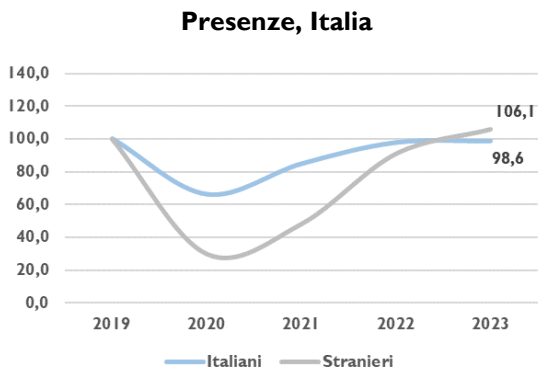
Per quanto riguarda le **presenze turistiche** negli esercizi ricettivi, **la Regione Lazio presenta un incremento delle presenze superiore rispetto a quella registrata nel resto d'Italia,** con una crescita che ha superato i 17 punti percentuali rispetto al 2019 (in termini assoluti pari a **oltre 45 milioni di presenze** nel 2023), determinata in misura maggiore dalla componente estera della domanda turistica.

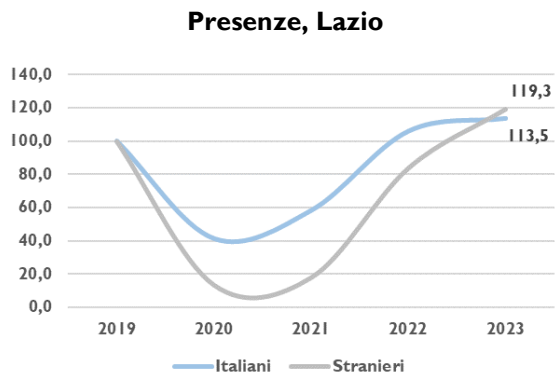
Con oltre il 60% di turisti stranieri, il Lazio è quindi una delle destinazioni turistiche maggiormente internazionalizzate d'Italia, grazie soprattutto alla forza attrattiva di Roma che, per la sua storia e la sua cultura, rappresenta un "must" per i turisti internazionali, come evidenziato anche dall'analisi realizzata da Jetcost rispetto alle ricerche di voli effettuate dagli utenti per il mese di agosto 2024 sul proprio sito. Tuttavia, come si vedrà nelle seguenti pagine, il Comune di Roma continua a concentrare su di sé gran parte degli ospiti italiani e stranieri, mentre le zone più interne del Lazio attraggono ancora un numero limitato di turisti e per lo più italiani.

Grafico 1.5 – Dinamica degli arrivi e delle presenze turistiche in Italia e nel Lazio, per nazionalità (numeri indice 2019=100) – Periodo 2019-2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

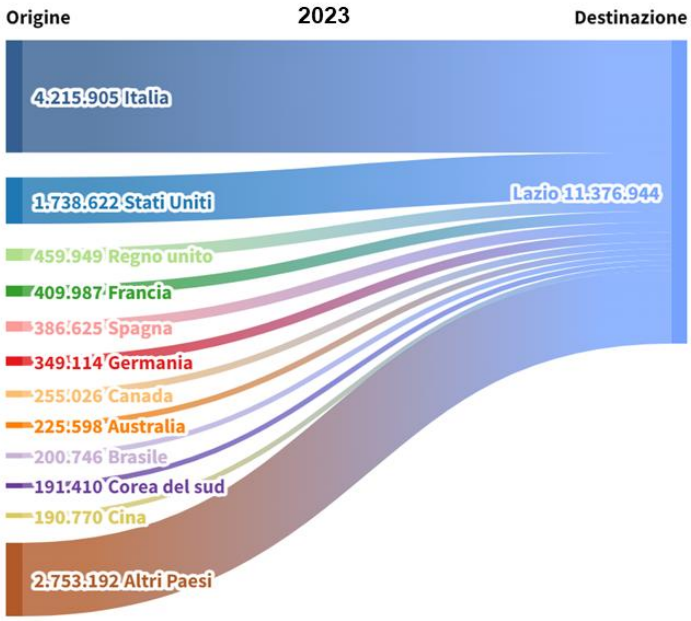




Fonte: elaborazioni su dati Istat

Se si osserva il dato degli arrivi per Paese di origine, dei 7 milioni di arrivi di turisti stranieri nel Lazio, oltre 1,7 milioni provengono dagli **Stati Uniti**, a cui seguono in seconda e terza posizione **Regno Unito** e **Francia** con rispettivamente quasi mezzo milione di ingressi. Le ragioni della forte presenza degli statunitensi in regione sono da individuare – oltre che dall'attrattività del territorio e della Capitale e dalla ripartenza post-pandemia – anche da un dollaro forte rispetto all'euro che rende più conveniente il loro soggiorno in Italia e nel Lazio.

Figura 1.4 – Arrivi turistici nel Lazio per Paese di origine (v.a.) – Anno 2023

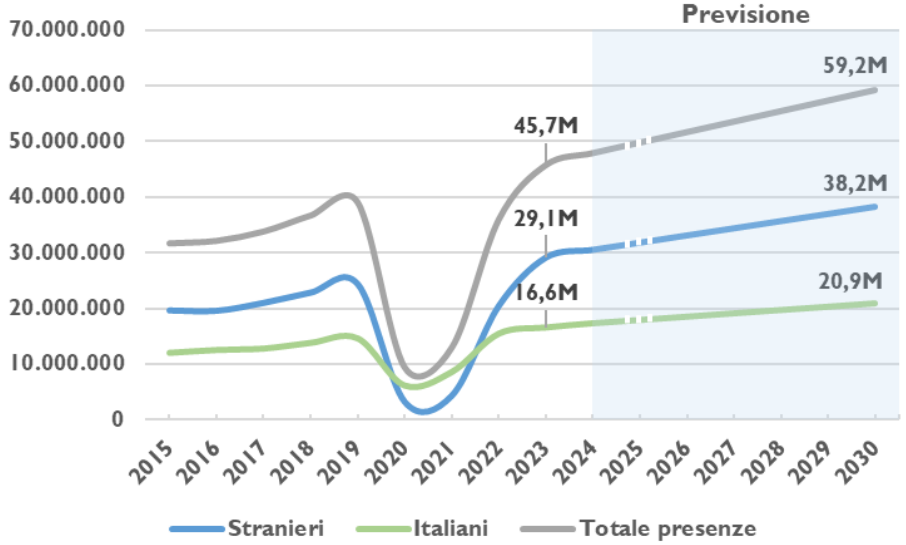


Fonte: elaborazioni su dati Istat

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 nei prossimi anni, con ricadute positive in termini economici, ma prospetta nondimeno la necessità di promuovere un'attenta gestione dei fenomeni al fine di contenere potenziali impatti negativi che potrebbero confliggere con i bisogni della popolazione residente. Per quanto sia sempre difficile prefigurare scenari futuri sulle prospettive di un settore che, come quello turistico, risulta influenzato da fattori molteplici (dinamica dei redditi familiari, tassi di cambio, modifiche nelle preferenze e nei comportamenti di spesa dei consumatori), può essere utile fornire una preliminare analisi della possibile traiettoria che i flussi turistici potrebbero registrare nei prossimi anni.
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 ai 59 milioni di presenze, valore superiore di oltre 13 milioni rispetto al valore attuale[6].
Se si scompone il dato per nazionalità, si rileva un incremento maggiore delle presenze di turisti stranieri rispetto a quelli italiani (rispettivamente pari a una crescita annuale del 4% e del 3,4%), con le presenze straniere che raggiungerebbero i 38,2 milioni nel 2030 contro i 20,9 milioni di quelle italiane.
Si tratta di proiezioni che potrebbero scontare una dinamica in parte sovrastimata se si considera che i flussi stranieri potrebbero essere influenzati negativamente da un recupero dei tassi di cambio dell'euro, riducendo la convenienza che attualmente contraddistinguono i flussi turistici di molti paesi e in particolare dei turisti statunitensi, così come i flussi interni potrebbero essere penalizzati da una dinamica dei redditi familiari che anche nei prossimi anni dovrebbe mantenere un'evoluzione contenuta e sostanzialmente in linea con la crescita del PIL (il *"Piano strutturale di bilancio di medio termine"* recentemente presentato prevede una crescita annua pari a circa l'1% nel quinquennio 2025-2029).

Grafico 1.6 – Previsione delle presenze turistiche nel Lazio per nazionalità – periodo 2015-2030

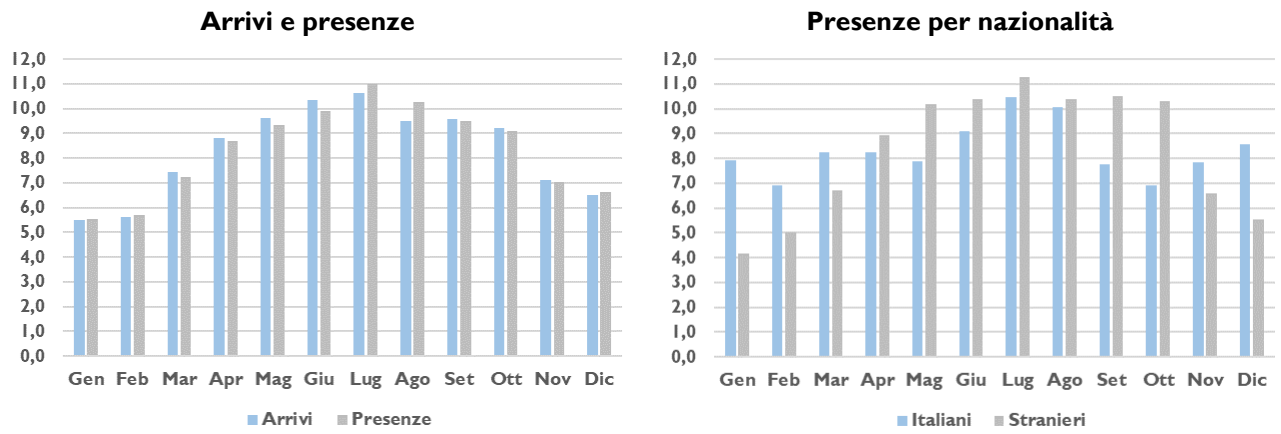


Fonte: elaborazioni su dati Istat

Si tratta tra l'altro di promuovere una maggiore destagionalizzazione dei flussi turistici che attualmente presentano una concentrazione sia per quanto riguarda gli arrivi sia le presenze durante i mesi estivi: in particolare, nel mese di luglio 2023, si è registrato il picco di arrivi e di presenze, rispettivamente pari al 10,7% e all'11% del totale annuo, mentre nel mese di gennaio è stato toccato il valore minimo con arrivi e presenze pari al 5,5% del totale.
Soffermandosi sulle presenze, è possibile constatare una maggiore presenza di turisti stranieri nei mesi di giugno, luglio, agosto, settembre con il massimo raggiunto anche in questo caso nel mese di luglio, con una percentuale di presenze straniere pari all'11,3% del totale. Viceversa, nei mesi invernali si rileva un contributo maggiore della domanda interna, come si evidenzia nel mese di gennaio dove le presenze italiane sono superiori di quasi 2 volte rispetto a quelle straniere (pari rispettivamente al 7,9% e al 4,2%).

[6] Si sottolinea che la presente analisi non tiene in considerazione gli effetti del Giubileo, assumendo che dal 2026 la dinamica turistica si riposizioni sul trend di crescita registrato negli anni precedenti.

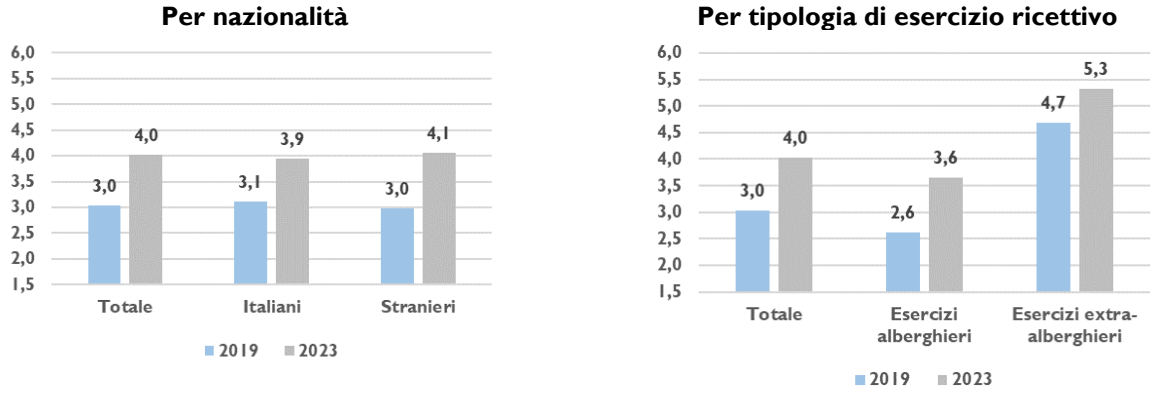
Grafico 1.7 – Distribuzione mensile dei flussi turistici nel Lazio (% su totale annuo) – Anno 2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Nel Lazio la **permanenza media** – data dal rapporto tra presenze e arrivi – è risultata pari a 4 giorni nel 2023, in crescita rispetto al 2019. Su tale andamento ha pesato maggiormente il dato relativo agli stranieri (4,1 contro il 3,9 degli italiani).
Se si prende in considerazione la tipologia di esercizio ricettivo, emerge una permanenza maggiore dei turisti negli esercizi extra-alberghieri pari a 5,3 giornate, contro una permanenza pari a 3,6 negli esercizi alberghieri.

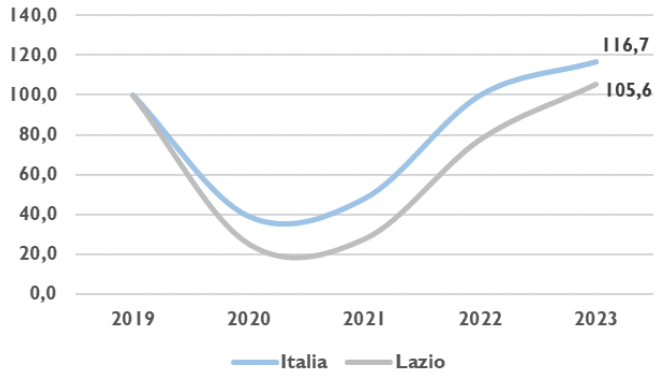
Grafico 1.8 – Permanenza media nel Lazio per nazionalità e per tipologia di esercizio ricettivo – Anni 2019-2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Nel 2023 la **spesa turistica degli stranieri in Regione** è stata pari a 8,1 miliardi di euro, in ripresa dal calo legato alla pandemia (+5,6% rispetto al 2019), sebbene in misura minore rispetto a quanto registrato nel resto d'Italia (+16,7%).
Si registra, tuttavia, un calo della spesa media rispetto al periodo pre-Covid, comprovato dalla crescita più sostenuta delle presenze (cfr. grafico 1.5) rispetto all'evoluzione della spesa.

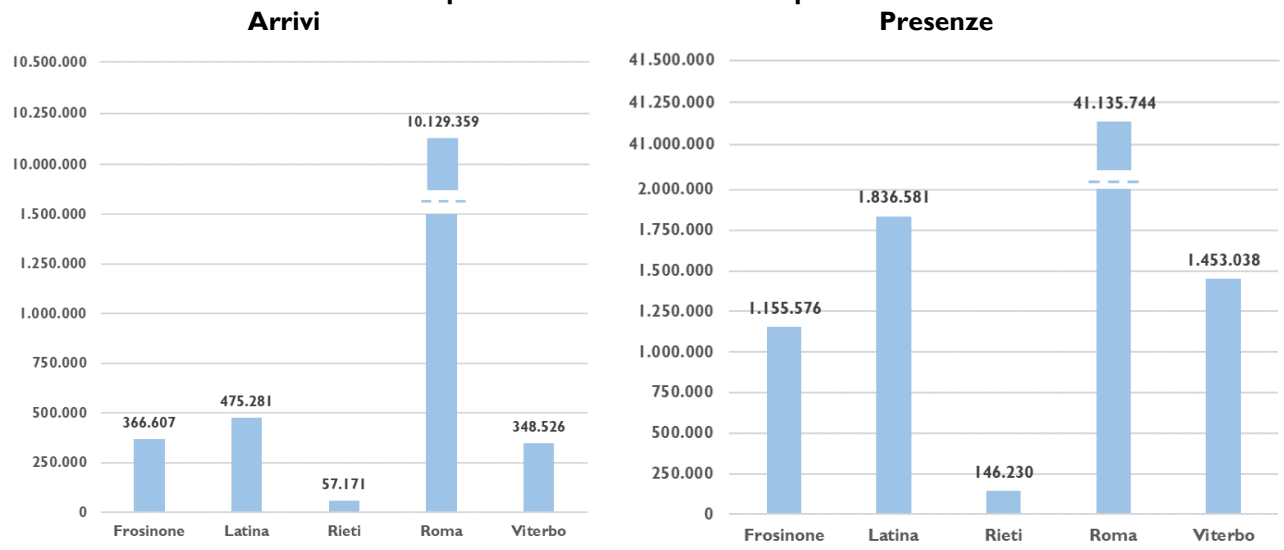
Grafico 1.9 – Evoluzione della spesa turistica degli stranieri in Italia e nel Lazio (numeri indice 2019=100) – Periodo 2019-2023



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

Al fine di comprendere meglio la differente vocazione turistica della regione e delle sue diverse aree, si è quindi proceduto ad analizzare i principali dati e indicatori per provincia e per Ambito turistico di destinazione (ATD).
A livello provinciale, il maggior **numero di arrivi** si concentra nella **provincia di Roma**, con un totale pari a 10 milioni nel 2023 (l'89% del totale regionale), a cui segue **Latina** con quasi mezzo milione di arrivi (4,2%). **Rieti** risulta essere la provincia meno attrattiva per i turisti, con un numero di arrivi inferiore alle 60 mila unità (0,5%).
Rispetto alle **presenze turistiche**, in termini assoluti il quadro non cambia sostanzialmente, con la provincia di Roma in testa alla classifica (41 milioni di presenze, pari al 90% del totale) e quella di Rieti in ultima posizione (146 mila, con lo 0,3% del totale).

Grafico 1.10 – Arrivi e presenze turistiche a livello provinciale – Anno 2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Tra il 2019 e il 2023 la Provincia di Rieti riscontra l'incremento maggiore di arrivi turistici italiani, con una variazione che ammonta ad un più 8% rispetto al 2019, mentre la riduzione maggiore si è registrata nella provincia di Latina con una contrazione che si è assestata al 24,4 % in meno rispetto ai livelli pre-Covid.
Per quanto riguarda la quota di arrivi di turisti stranieri l'incremento maggiore viene riscontrato nella Provincia di Viterbo con un incremento del 15,2%, mentre la riduzione più significativa si è verificata nella provincia di Frosinone con un 36,8% in meno rispetto al 2019.

Tabella 1.2 – Arrivi turistici a livello provinciale, per nazionalità (v.a. e var.%) – Anni 2019-2023

Territorio	2019		2023		Variazione % 2023/2019	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
Frosinone	265.058	172.658	257.485	109.122	-2,9	-36,8
Latina	544.167	82.336	411.394	63.887	-24,4	-22,4
Rieti	42.476	11.210	46.261	10.910	8,9	-2,7
Roma	3.584.450	7.831.864	3.230.830	6.898.529	-9,9	-11,9
Viterbo	255.194	68.193	269.935	78.591	5,8	15,2
Lazio	4.691.345	8.166.261	4.215.905	7.161.039	-10,1	-12,3
Italia	66.371.433	65.010.220	65.758.654	67.878.055	-0,9	4,4

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Rispetto alle presenze turistiche, se si effettua il confronto per Paese di origine, la provincia di Frosinone presenta l'incremento maggiore di presenze italiane, pari al 33,8% rispetto al 2019, mentre nella provincia di Latina si è registrata la riduzione maggiore (-18% rispetto al 2019).
Per quanto riguarda la permanenza di stranieri nella provincia di Roma si rileva l'incremento maggiore, con un 20,4% in più rispetto al 2019. Al contrario, la performance peggiore si è riscontrata nella provincia di Frosinone con una diminuzione delle presenze del 23%.

Tabella 1.3 – Presenze turistiche a livello provinciale, per nazionalità (v.a. e var.%) – Anni 2019-2023

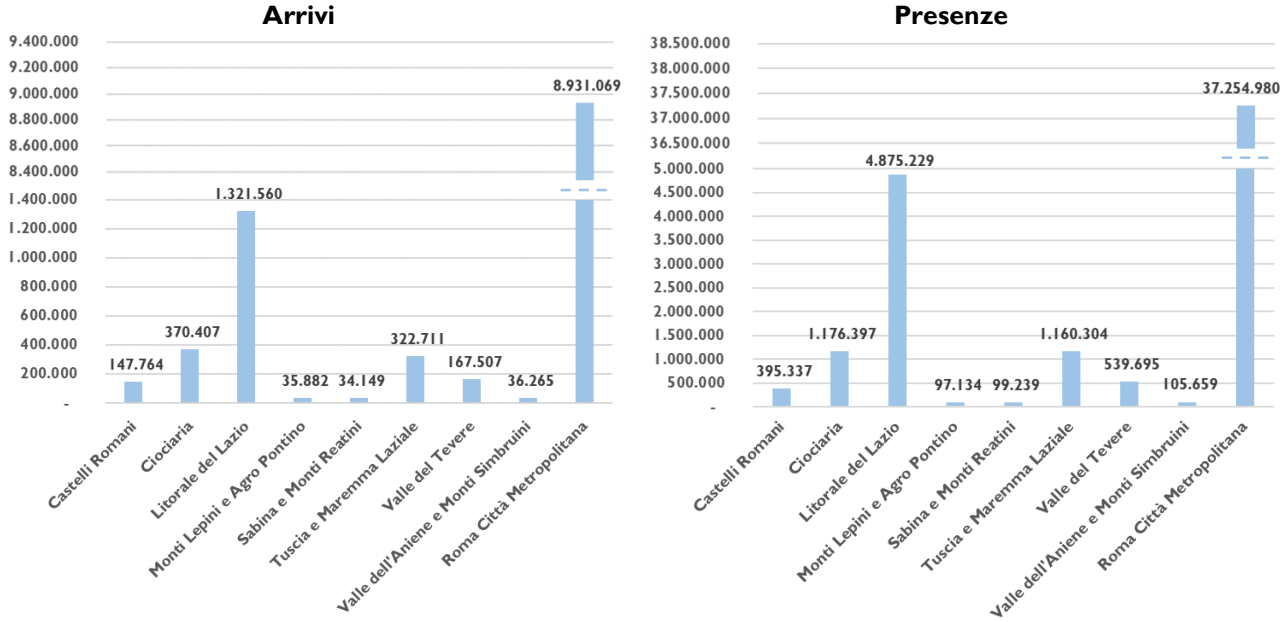
Territorio	2019		2023		Variazione % 2023/2019	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
Frosinone	611.316	438.507	817.716	337.860	33,8	-23,0
Latina	1.990.416	223.363	1.632.136	204.445	-18,0	-8,5
Rieti	87.035	20.396	123.472	22.758	41,9	11,6
Roma	10.963.218	23.442.893	12.908.051	28.227.693	17,7	20,4
Viterbo	985.481	266.630	1.135.351	317.687	15,2	19,1
Lazio	14.637.466	24.391.789	16.616.726	29.110.443	13,5	19,3
Italia	216.076.587	220.662.684	212.987.794	234.182.255	-1,4	6,1

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Un'ulteriore ripartizione territoriale riguarda quella definita dalla legge regionale 6 agosto 2007, n 13 concernente l'organizzazione del sistema turistico laziale – modificata dalla LR n. 8 del 24 maggio 2022 – con la quale il territorio della Regione Lazio è stato suddiviso in 9 ambiti turistici di destinazione: Castelli Romani, Ciociaria, Litorale del Lazio, Monti Lepini e Agro Pontino, Sabina e Monti Reatini, Tuscia e Maremma Laziale, Valle del Tevere, Valle dell'Aniene e Monti Simbruini, Roma Città Metropolitana.
Dall'analisi dei dati Istat sul numero di arrivi e presenze turistiche[7] emerge che nel 2023 l'ambito turistico più attrattivo è stato il **Litorale del Lazio**, con un valore in termini assoluti pari a 1,3 milioni di arrivi, che rappresenta l'11,6% del totale regionale e pari a 4,8 milioni di presenze (10,7%). Da sottolineare il primato dell'ambito della **Città metropolitana di Roma Capitale** che nel 2023 ha presentato quasi 9 milioni di arrivi e 37 milioni di presenze.

[7] I dati Istat su arrivi e presenze turistiche a livello comunale riguardano 170 Comuni laziali su 378. A livello provinciale i dati relativi ai comuni non considerati separatamente sono aggregati in una voce a parte denominata "Altri comuni della Provincia" che non può essere ricondotta ai differenti ambiti.

Grafico 1.11 – Arrivi e presenze turistiche a livello di ambito turistico di destinazione – Anno 2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Rispetto alla nazionalità dei turisti, la Città metropolitana di Roma Capitale accoglie da solo oltre il 60% degli arrivi provenienti dal resto d'Italia e quasi il 90% di quelli provenienti dall'estero, mentre nel Litorale del Lazio i turisti italiani e stranieri ammontano rispettivamente a 749 mila e a 572 mila unità, rappresentando il 17,8% e 8,0% del totale regionale.
Viceversa, gli ambiti turistici che presentano una minore attrattività sono quelli dei Monti Lepini e Agro Pontino e della zona della Sabina e Monti Reatini, con una percentuale di turisti italiani e stranieri inferiore all'1%.

Tabella 1.4 – Arrivi turistici a livello di ambito turistico di destinazione, per nazionalità – Anno 2023

Ambito turistico di destinazione	V.a.		% su totale	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
Castelli Romani	97.256	50.508	2,3	0,7
Ciociaria	262.187	108.220	6,2	1,5
Litorale del Lazio	749.027	572.533	17,8	8,0
Monti Lepini e Agro Pontino	27.091	8.791	0,6	0,1
Sabina e Monti Reatini	28.374	5.775	0,7	0,1
Tuscia e Maremma Laziale	249.402	73.309	5,9	1,0
Valle del Tevere	88.797	78.710	2,1	1,1
Valle dell'Aniene e Monti Simbruini	27.533	8.732	0,7	0,1
Roma Città Metropolitana	2.678.906	6.252.163	63,5	87,3
Altri comuni non riconducibili agli ambiti	7.332	2.298	0,2	0,0
Lazio	**4.215.905**	**7.161.039**	**100,0**	**100,0**

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Situazione analoga si registra dal punto di vista delle presenze turistiche: nel Litorale Laziale si rileva il valore assoluto più alto corrispondente a 3 milioni di presenze di turisti italiani e a 1 milione di presenze straniere (pari al 18,3% e al 6,3% del totale regionale), mentre l'ambito dei Monti Lepini e Agro Pontino si posiziona in ultima posizione con presenze di turisti pari a 97 mila, di cui 74 mila

italiani e 22 mila stranieri. Nella Città metropolitana di Roma Capitale le presenze italiane e straniere ammontano a 11 milioni e 26 milioni, pari al 67% e al 90% sul totale della Regione Lazio.

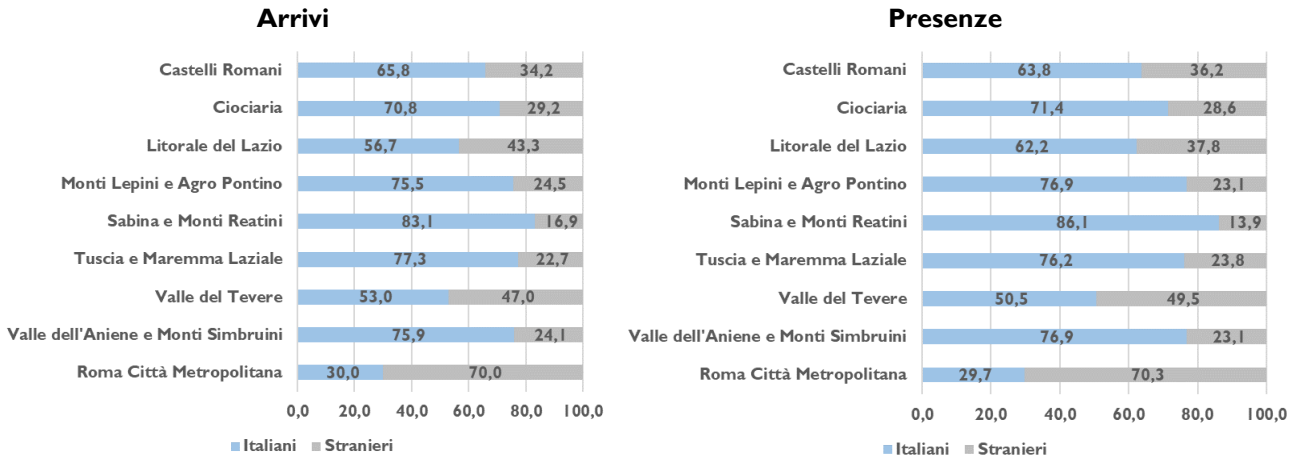
Tabella 1.5 – Presenze turistiche a livello di ambito turistico di destinazione, per nazionalità – Anno 2023

Ambito turistico di destinazione	V.a.		% su totale	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
Castelli Romani	252.350	142.987	1,5	0,5
Ciociaria	840.281	336.116	5,1	1,2
Litorale del Lazio	3.034.398	1.840.831	18,3	6,3
Monti Lepini e Agro Pontino	74.729	22.405	0,4	0,1
Sabina e Monti Reatini	85.467	13.772	0,5	0,0
Tuscia e Maremma Laziale	884.070	276.234	5,3	0,9
Valle del Tevere	272.794	266.901	1,6	0,9
Valle dell'Aniene e Monti Simbruini	81.259	24.400	0,5	0,1
Roma Città Metropolitana	11.073.284	26.181.696	66,6	89,9
Altri comuni non riconducibili agli ambiti	18.094	5.101	0,1	0,0
Lazio	**16.616.726**	**29.110.443**	**100,0**	**100,0**

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Dal grafico seguente si rileva per tutti gli ambiti laziali una prevalenza di arrivi e presenze di turisti italiani, con l'ambito della Sabina e dei Monti Reatini che presenta le percentuali più alte, pari rispettivamente all'83,1% di arrivi e all'86,1% di presenze, mentre la Città metropolitana di Roma Capitate è caratterizzata da una forte prevalenza di turisti stranieri, pari a circa il 70% sia in termini di arrivi che di presenze.

Grafico 1.12 – Arrivi e presenze turistiche per composizione percentuale di italiani e stranieri, a livello di ambito turistico di destinazione – Anno 2023

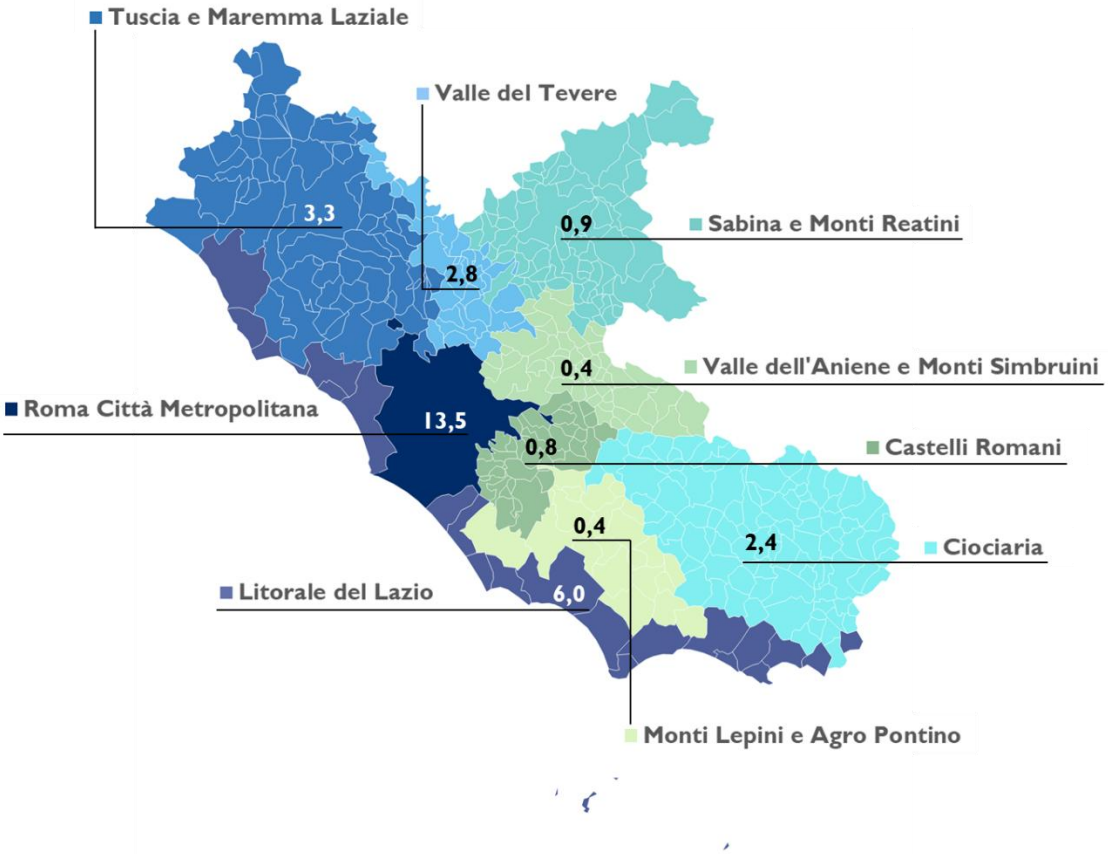


Fonte: elaborazioni su dati Istat

Prendendo in considerazione il **tasso di turisticità** per ambito turistico di destinazione – dato dal rapporto tra le presenze nel complesso degli esercizi ricettivi e la popolazione – si registra una migliore performance nel **Litorale del Lazio** rispetto alle altre zone dell'entroterra, con un valore pari a 6 nel 2023, dato sostenuto dal forte flusso turistico presente nei mesi estivi, a cui seguono **Tuscia e Maremma Laziale** (3,3), **Valle del Tevere** (2,8) e **Ciociaria** (2,4).
In fondo alla classifica si ritrovano gli ambiti della **Sabina e Monti Reatini** con un tasso pari a 0,9, dei **Castelli Romani** (0,8), della **Valle dell'Aniene e dei Monti Simbruini** (0,4) e dei **Monti**

Lepini e Agro Pontino (0,4). **Roma Città Metropolitana** presenta un tasso di turisticità superiore a tutti gli altri ambiti, con un valore che raggiunge i 13,5 turisti.

Figura 1.5 – Tasso di turisticità a livello di ambito turistico di destinazione – Anno 2023



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Dagli ultimi dati Istat è altresì possibile ricavare lo **stato del sistema di offerta turistica regionale e provinciale** al 2023. Nello specifico, la Regione Lazio si caratterizza per una maggiore presenza di esercizi extra-alberghieri[8] (pari a oltre 18 mila strutture) rispetto agli esercizi di tipo alberghiero (di poco superiori a 2 mila). A livello provinciale, l'offerta turistica si concentra principalmente all'interno della provincia di Roma con un totale di 1,6 mila esercizi alberghieri e 16 mila extra-alberghieri, che rappresentano rispettivamente il 73% e l'86,7% del totale. Dal punto di vista degli esercizi alberghieri, seguono per rilevanza le province di Frosinone, Latina e Viterbo, mentre il reatino si posiziona in ultima posizione, con un'offerta pari a 53 strutture. Rispetto agli esercizi extra-alberghieri, l'offerta maggiore è presente nel viterbese, a cui seguono la provincia di Latina, di Frosinone e di Rieti.
Considerando l'offerta ricettiva in termini di posti letto, in maniera analoga si rileva che la provincia di Roma rappresenta il 73,9% del totale dei posti letto presenti nella Regione Lazio, con un valore superiore alle 290 mila unità distribuite pressoché equamente tra esercizi alberghieri e non, mentre le altre province laziali non superano complessivamente i 103 mila posti letto. Nello specifico, la seconda provincia per numero di posti letto è Latina, seguita da Viterbo, Frosinone e Rieti.

Tabella 1.6 – Esercizi ricettivi e posti letto per tipo di esercizio a livello provinciale (v.a.) – Anno 2023

Territorio	Esercizi alberghieri		Esercizi extra-alberghieri		Totale esercizi	
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto
Frosinone	238	13.222	379	4.947	617	18.169

[8] Gli esercizi extra-alberghieri comprendono i Campeggi e i Villaggi turistici, gli Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, gli Agriturismi, gli Ostelli per la Gioventù, le Case per ferie, i Rifugi alpini, i Bed & Breakfast e altri esercizi ricettivi.

Latina	203	12.032	743	35.096	946	47.128
Rieti	53	2.754	393	3.935	446	6.689
Roma	1.656	144.034	16.364	146.397	18.020	290.431
Viterbo	120	6.447	996	23.952	1.116	30.399
Lazio	2.270	178.489	18.875	214.327	21.145	392.816
Italia	32.194	2.232.799	197.337	2.974.317	229.531	5.207.116

Fonte: elaborazioni su dati Istat

In tutte le province del Lazio si rileva un livello qualitativo medio-alto dell'offerta ricettiva alberghiera, caratterizzata in larga parte da alberghi a 3 stelle e superiori, come mostra la tabella sottostante.

Tabella 1.7 – Posti letto alberghieri per classe di qualità (v.a.) – Anno 2023

Territorio	5 stelle e 5 stelle lusso	4 stelle	3 stelle	2 stelle	1 stella	Residenze turistico alberghiere	Totale esercizi alberghieri
Frosinone	275	2.699	8.767	1.189	219	73	13.222
Latina	-	3.975	5.009	1.644	302	1.102	12.032
Rieti	-	910	1.368	238	29	209	2.754
Roma	11.002	72.883	39.532	9.833	4.086	6.698	144.034
Viterbo	32	2.310	3.401	408	150	146	6.447
Lazio	11.309	82.777	58.077	13.312	4.786	8.228	178.489
Italia	96.098	840.020	874.152	154.664	56.912	210.953	2.232.799

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Per quanto riguarda i posti letto nelle strutture extra-alberghiere per tipologia di servizio, si evidenzia che i Campeggi e i Villaggi turistici occupano numeri rilevanti soprattutto nelle provincie di Roma, con un numero pari a oltre 40 mila, di Latina, con un numero pari a 30 mila e di Viterbo (13 mila), espressione dell'offerta turistica relativa soprattutto al litorale Laziale. Anche gli Agriturismi presentano un'offerta sempre più strutturata: è il caso delle province più interne della regione, come quella di Viterbo con più di 5 mila posti letto. Un altro dato rilevante emerge rispetto al numero di Bed & Breakfast che raggiunge un valore pari a più di 15 mila posti letto nella provincia di Roma.

Tabella 1.8 – Posti letto extra-alberghieri per tipologia di servizio a livello provinciale (v.a.) – Anno 2023

Territorio	Campeggi e Villaggi turistici	Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	Agriturismi	Ostelli per la Gioventù	Case per ferie	Rifugi alpini	Altri esercizi ricettivi	Bed & Breakfast	Totale esercizi extra-alberghieri
Frosinone	1.732	604	744	288	615	6	212	746	4.947
Latina	30.007	1.868	860	193	302	10	586	1.270	35.096
Rieti	489	432	1.166	360	247	40	513	688	3.935
Roma	40.845	47.440	1.932	2.882	18.817	20	19.098	15.363	146.397
Viterbo	13.603	1.013	5.500	283	772	24	1.075	1.682	23.952
Lazio	86.676	51.357	10.202	4.006	20.753	100	21.484	19.749	214.327
Italia	1.289.038	961.909	295.226	39.579	125.658	37.557	51.644	173.706	2.974.317

Fonte: elaborazioni su dati Istat

2 Il quadro strategico europeo e nazionale

2.1. Gli orientamenti europei

Come precedentemente evidenziato, 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 è costantemente impegnata a sostenere e rilanciare questo settore con una costante e crescente attenzione alla sua sostenibilità ecologica e sociale. Dal dicembre 2009 l'Unione ha assunto competenza per svolgere azioni intese a sostenere, coordinare o completare l'azione degli Stati membri nella politica del turismo. Per quanto il quadro finanziario pluriennale 2021-2027 non preveda una linea di bilancio distinta per la politica del turismo, nel periodo 2022-2023, al fine di favorire un rilancio delle attività turistiche, sono state stanziate risorse nell'ambito del programma per il mercato unico.

Negli ultimi 15 anni sono state numerose le iniziative, le comunicazioni, le raccomandazioni, le risoluzioni e i piani di investimento adottati e intrapresi da tutte le istituzioni europee e gli Stati Membri: Commissione, Consiglio, Parlamento, Corte dei Conti[9] e numerosi strutture ed organismi collegati[10]. Tali disposizioni, ponendo tutte al centro il tema della sostenibilità, investono il turismo anche attraverso i settori ad esso interconnessi, 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.

Da ultimo, **nel dicembre del 2022, si è pronunciato il Consiglio europeo con le conclusioni "Agenda Europea per il Turismo 2030"** che, in premessa, sottolineano come il turismo contribuisca in modo significativo allo sviluppo economico in tutta Europa e possa concorrere al conseguimento degli obiettivi di varie politiche dell'UE, nazionali, regionali e locali. Ciò grazie alle sue dimensioni economiche e sociali trasversali e all'elevata proporzione di micro, piccole e medie imprese che operano direttamente o indirettamente lungo la catena del valore, fattori che evidenziano come vari settori strategici dell'UE, quali i trasporti, l'occupazione o la protezione dei consumatori, abbiano spesso un'incidenza sull'ecosistema del turismo in ragione della sua natura intersettoriale.

I punti evidenziati dalle Conclusioni sono molteplici e omnicomprensivi, ma si sottolineano in particolare alcuni inviti che sono stati rivolti agli Stati Membri:

a) scambiare conoscenze e migliori prassi per l'elaborazione e l'attuazione di strategie per il turismo ai vari livelli di *governance,* tenendo conto della sostenibilità economica, ambientale, culturale e sociale del turismo e includendo il punto di vista sia dei visitatori sia dei residenti locali; organizzare attività di sensibilizzazione su temi quali i benefici della trasformazione verde e digitale, la domanda di offerte sostenibili, le nuove esigenze in termini di competenze e sperimentazione nel turismo; nonché garantire la protezione della cultura locale, compreso il patrimonio culturale materiale e immateriale;
b) contribuire a rafforzare la resilienza dell'ecosistema del turismo in tutti i settori e tra i vari attori pubblici e privati;
c) contribuire alla transizione verde dell'ecosistema del turismo (ovvero: trasporti, l'economia circolare, criteri pertinenti in materia di appalti pubblici verdi nel contesto degli appalti per eventi, ospitalità e viaggi; condizioni ed incentivi per migliorare la circolarità dei servizi turistici in linea con gli obiettivi nazionali e dell'UE in materia di rifiuti alimentari e di raccolta differenziata; il sostegno al turismo sostenibile nella gestione delle risorse idriche, l'efficienza energetica, le capacità igienico-sanitarie e la protezione della biodiversità);
d) agevolare la transizione digitale nel turismo e sostenere l'industria del turismo e la gestione

[9] Corte dei Conti Europea (2021) "Relazione speciale sul sostegno dell'UE al turismo".
[10] Si veda la Nota Tematica del Parlamento Europeo (2024) https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/126/turismo.

sostenibile delle destinazioni (informazioni online complete sull'offerta turistica in relazione a sostenibilità, accessibilità e gruppi di destinatari; digitalizzazione di documenti di viaggio; sostegno alle capacità e le competenze digitali delle PMI nel settore; fornire alla Commissione i dati necessari sulle informazioni di viaggio, anche per la piattaforma "Re-open EU");

e) sostenere lo sviluppo e l'attuazione di innovazioni nel settore del turismo, progetti di ricerca e innovazione (R&I), nonché sforzi multidisciplinari volti a sviluppare modelli e pratiche trasferibili per il turismo sostenibile;
f) adoperarsi per migliorare la disponibilità di statistiche e la condivisione interoperabile di dati a tutti i livelli pertinenti per l'ecosistema del turismo;
g) sostenere lo sviluppo della qualità dell'istruzione e delle competenze necessarie alla forza lavoro del settore del turismo, nel rispetto del principio di sussidiarietà, e impegnarsi a favore dell'equità, dell'uguaglianza e dell'inclusione sociale nei posti di lavoro nel settore del turismo, prestando particolare attenzione all'attrattività di un'occupazione di qualità nel settore e alle particolari esigenze dei lavoratori stagionali;
h) promuovere l'accessibilità dei servizi turistici a tutti i gruppi con esigenze specifiche;
i) nelle politiche riferite al settore turistico, tenere conto, nel rispetto dei principi di solidarietà e di turismo responsabile, dell'impatto del turismo sulla qualità della vita delle comunità locali;
j) promuovere la transizione nell'ecosistema del turismo attraverso un ampio spettro di strumenti di sostegno, tra i quali l'uso intelligente dei mezzi finanziari dell'UE previsti nel quadro dei programmi e dei piani esistenti adottati entro i limiti del bilancio dell'UE in vigore, in linea con le strategie nazionali per il turismo e con l'Agenda Europea per il Turismo 2030;
k) impegnarsi nell'attuazione dell'Agenda Europea per il Turismo 2030.

Nel descrivere il contesto europeo, di particolare interesse risulta essere il documento Allegato a tali Conclusioni, il **"Piano di lavoro pluriennale dell'UE nel quadro dell'agenda europea per il turismo 2030"**, che individua cinque settori prioritari, a loro volta dettagliati in temi principali, traguardi e obiettivi, azioni e responsabilità e risultati/scadenze. Ci si limita a riportare in questa sede i **Settori prioritari** e i **Traguardi ed obiettivi principali**, che sono così articolati:

a) **Quadro politico e *governance* favorevoli:** misure eque per le locazioni a breve termine; statistiche e indicatori per il turismo; sviluppo o aggiornamento di strategie complete per il turismo; gestione delle destinazioni collaborativa e basata sui dati.
b) **Transizione verde:** (i) migliorare la circolarità dei servizi turistici; (ii) sostenere la transizione verde delle PMI e delle imprese turistiche; e (iii) progetti di ricerca e innovazione e progetti pilota sul turismo circolare e sostenibile.
c) **Transizione digitale:** (i) digitalizzazione delle PMI del settore del turismo; (ii) condivisione dei dati pubblici per incoraggiare servizi turistici innovativi; e (iii) progetti di ricerca e innovazione e progetti pilota concernenti gli strumenti e i servizi digitali nel settore del turismo.
d) **Resilienza e inclusione:** (i) accessibilità dei servizi turistici; (ii) destinazione e servizi turistici dell'UE resilienti; e (iii) innovazione sostenibile nei servizi turistici.
e) **Competenze e sostegno alla transizione:** (i) sensibilizzazione in merito alle esigenze e alle opportunità per la duplice transizione nel turismo; (ii) patto per le competenze nel settore del turismo; e (iii) piattaforma integrata di sostegno per i portatori di interessi del settore.

Il turismo è poi individuato come settore prioritario nel quadro normativo dei Fondi Strutturali europei per il periodo di programmazione 2021-2027. Risulta rilevante segnalare come, **nei Programmi europei della coesione, i settori del turismo e della cultura siano spesso associati** a tutti i livelli:

- nella cornice legislativa europea, ovvero il Regolamento per le disposizioni comuni (RDC

(UE)1060/2021)[11] e il Regolamento del Fondo europeo per lo sviluppo regionale (FESR (UE) 1058/2021)[12];

- nel livello strategico definito nell'Accordo di Partenariato 2021-2127 dell'Italia[13], in particolare nelle Strategie territoriali per l'attuazione dell'Obiettivo di Policy 5 "Un'Europa più vicina ai cittadini" (OP5) dedicato ai sistemi urbani e alle aree interne, per rafforzarne l'attrattività turistico-culturale e naturalistica.
- e poi, in fase discendente a livello operativo, prima nei Programmi, e poi nei singoli dispositivi attuativi per realizzarli (ad esempio, negli avvisi pubblici dedicati a imprese e terzo settore che, emanati da Amministrazioni centrali e Regioni, molto di frequente combinano codici ATECO dei settori turismo e cultura).

La visione integrata dei due settori si conferma, ad esempio, nella scelta del legislatore europeo di prevedere, nei Programmi del FESR, un indicatore comune di risultato (*Regional Policy Common Result Indicator* - RCR 77) definito come "Visitatori dei siti culturali e turistici beneficiari di un sostegno", associando le due aree d'investimento.

Il sostegno dei Fondi europei della coesione al settore del turismo non si limita alle Strategie territoriali per città e aree interne dell'OP5, ma **riguarda trasversalmente anche gli altri quattro Obiettivi di policy**, con la finalità di investire sulla propensione all'innovazione – seguendo un approccio ecosostenibile – riconquistando e costruendo filiere attorno a tutto ciò che è legato alla gestione sostenibile delle risorse naturali e del territorio; stimolando processi decisionali inclusivi in grado di valorizzare le identità dei luoghi e delle comunità; e dando anche un decisivo sostegno alle imprese della filiera turistica per rafforzarne la competitività sui mercati nazionali e internazionali. In particolare, al di là del citato OP5, caratterizzato da obiettivi specifici nei settori turismo-cultura, e in riferimento ai citati Settori prioritari dell'Agenda 2030, la politica di coesione interviene a favore del settore turistico attraverso le seguenti azioni.

In coerenza con il settore "Transizione digitale":

- investimenti in ricerca, innovazione e in tecnologie digitali (OP1 "Un'Europa più intelligente") a supporto dell'utilizzo, della gestione sostenibile e della fruizione degli spazi culturali e delle risorse naturali, al fine di migliorarne l'attrattività turistica;
- investimenti nella digitalizzazione per supportare processi, prodotti e servizi turistici anche in chiave contactless (es. hospitality 4.0, servizi smart 4.0), al fine di innalzare la capacità competitiva delle imprese della filiera turistica, dello spettacolo e del cinema (OP1);
- sostegno alle imprese turistiche per rafforzarne la competitività e promuovere la capacità delle PMI di impegnarsi nella crescita sui mercati internazionali attraverso la partecipazione a fiere di rilevanza internazionale, iniziative di *incoming* e *outgoing*, iniziative di *scouting*, servizi di accompagnamento e altri interventi di promozione o servizi delle imprese (ad es. marketplace) nel settore turistico (OP1).

In coerenza con il settore "Transizione verde":

- sostegno al rafforzamento del settore del turismo sostenibile sostenendo la transizione verde delle imprese turistiche (OP1) e attivando azioni sinergiche di valorizzazione delle aree naturali protette (OP2).

In coerenza con il settore prioritario "Resilienza e inclusione":

- sostegno all'ampliamento della partecipazione e vitalità culturale di cittadini, imprese e comunità valorizzando il ruolo della cultura e del turismo sostenibile nello sviluppo economico per rafforzare l'inclusione e l'innovazione sociale (OP4 "Un'Europa più sociale"). Le opportunità offerte da questo OP sono molteplici, perché contempla interventi del FESR

[11] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1060&from=SV.
[12] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1058&from=EN.
[13] https://politichecoesione.governo.it/it/politica-di-coesione/la-programmazione-2021-2027/strategie-2021-2027/accordo-di-partenariato-2021-2027/.

e del Fondo Sociale Europeo Plus (FSE+) e, più specificamente, nell'Obiettivo specifico FESR ad essi dedicato, l'Obiettivo Specifico-OS 4.6 "Cultura e turismo".

2.2. La cornice nazionale: il Piano strategico del turismo 2023-2027

Il Piano triennale per lo sviluppo del turismo del 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 2023.

Dopo aver composto un attento quadro analitico della situazione del turismo internazionale e nazionale pre e post pandemica, il Piano individua **cinque linee d'indirizzo declinate trasversalmente in altrettanti pilastri strategici** per promuovere la competitività del settore e attestare l'Italia come player internazionale di riferimento:

- ***Governance.*** Sviluppo di un processo partecipato attraverso la definizione di un modello condiviso di governance e monitoraggio tra le Regioni e il Ministero, con l'attivazione di linee guida, volte a rimuovere gli elementi di criticità dei vari sistemi regionali, rendendo coeso e unitario il settore, al fine di individuare congiuntamente aree strategiche per il settore da promuovere.
- **Innovazione.** Implementazione del processo di digitalizzazione dei servizi sia interni che esterni per rafforzare un turismo digitale (ad esempio il *Tourism Digital Hub*, TDH, sostenuto con risorse del PNRR), per offrire servizi innovativi al turista, oltreché sicuri (tutela della privacy e sicurezza informatica), favorendo una "esperienza" personalizzata, sostenibile e di lungo termine e che metta in sinergia sia il pubblico che il privato.
- **Qualità ed inclusione.** Accrescimento della qualità e quantità dei servizi offerti in ambito turistico, mirati ad accrescere l'attrazione turistica e la promozione di una maggiore diffusione dei flussi dei visitatori e la valorizzazione di nuovi territori, in chiave di sostenibilità e autenticità. Realizzazione di campagne di promozione dell'intera filiera turistica italiana, che puntino sul *brand* Italia, sulle eccellenze del patrimonio storico-artistico, del paesaggio, della produzione dello spettacolo dal vivo, dell'enogastronomia e, in una parola, della creatività italiana. Revisione degli standard di qualità e inclusione delle strutture ricettive (sistema di classificazione "*Italy Stars & Rating*" con assegnazione delle convenzionali "stelle") e istituzione di una certificazione rilasciata dal Ministero del Turismo, in modo da consentire una maggiore omogeneità di offerta nell'ambito dell'*hospitality industry*.
- **Formazione e carriere professionali turistiche.** Riqualificazione e formazione del capitale umano impegnato nel settore turistico, attraverso percorsi formativi innovativi e di eccellenza; sviluppo di percorsi di carriera sfidanti, con un'occupazione stabile, durevole e di qualità, con particolare attenzione al mondo giovanile. Realizzazione della Riforma dell'ordinamento professionale delle guide turistiche, per regolamentare i principi fondamentali della professione, definire una qualifica professionale univoca, conforme a standard omogenei a livello nazionale, adottata con decreto ministeriale nell'ambito dell'intesa Stato Regioni.
- **Sostenibilità.** Ampliamento della domanda servita, intercettando sia nuovi segmenti interessati a una più autentica e sostenibile modalità di fruizione delle destinazioni, sia turisti alla ricerca di esclusività, declinata in molteplici formule turistiche. Rientra in tale aspetto, per quanto non di esclusiva competenza di tale linea strategica, anche il tema della valorizzazione e dello sviluppo del territorio nazionale sfruttando l'effetto attrattivo dei Grandi Eventi internazionali (Giubileo 2025, Giochi olimpici e paralimpici invernali Milano-Cortina): essi, oltre ad innescare un effetto leva sugli investimenti, assumono una grande valenza anche dal punto di vista della comunicazione del marchio Italia a livello internazionale.

Il PST successivamente definisce ed articola, nei diversi settori e filiere che lo compongono, **otto ambiti strategici** su cui 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 del business travel;
- **Fiere e MICE**, un comparto chiave per lo sviluppo turistico, con ricadute positive sul territorio (es. fiere e congressi);
- **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, nel quale, oltre all'offerta termale e SPA, si prendono in considerazione anche il turismo sportivo ed il cicloturismo;
- **Turismo culturale**, nelle varie forme del turismo formativo e scolastico, religioso, esperienziale, declinato in termini di esperienze enogastronomiche, esperienze costruite intorno a circuiti turistici legati a temi specifici e turismo delle radici;
- **Strutture ricettive**, all'interno del quale si analizzano i sistemi di offerta legati alle diverse forme di *hospitality*, dalle strutture alberghiere a quelle extra alberghiere, al turismo open air e 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, ect.);
- **Turismo di alta gamma**, inteso come un moderno concetto di lusso da rintracciare nella logistica integrata e organizzazione del comparto, nell'ospitalità di alto livello e iconica, nella fruizione di esperienze uniche e nello shopping.

Nel suo approccio generale, la metodologia di realizzazione del PST ruota intorno a tre elementi fondamentali: (i) il ruolo delle Regioni, nell'ambito di un modello permanente e condiviso di governance e monitoraggio Stato-Regioni; (ii) il ruolo del *Tourism Digital Hub*, ossia la piattaforma web multicanale dedicata alla gestione integrata e unitaria di tutta l'offerta turistico-ricettiva nazionale; e (iii) il ruolo della comunicazione, in un'ottica partecipativa e condivisa con i portatori d'interesse. È, inoltre, prevista l'attivazione di un sistema di ascolto dei territori per raccogliere le progettualità che provengono dalle realtà locali.

Il PST ha un approccio, una struttura e un respiro nazionale, e pertanto non contempla specifici focus regionali. Tuttavia, la specifica realtà del Lazio è citata in più punti per l'ampiezza e solidità della sua offerta turistica laddove, ad esempio, se ne menziona la maggiore concentrazione di tour operator, l'ampia disponibilità di "ospitalità di alto livello e iconica" in hotel e camere di lusso, oppure come destinazione privilegiata dei viaggi d'affari.
Il Piano dedica poi particolare attenzione al progetto Caput Mundi, come opportunità per sviluppare a Roma un modello di turismo sostenibile in connessione con i flussi previsti dall'evento giubilare del 2025.

3 La Strategia del Piano triennale per lo sviluppo del turismo del Lazio

Gli indirizzi strategici che sottendono il Piano triennale per lo sviluppo del turismo per il periodo 2025-2027 si pongono in diretta continuità con quanto individuato nei precedenti Piani triennali e con il patrimonio di esperienze realizzate dalla Regione Lazio, sviluppando al contempo nuove traiettorie alla luce delle sfide poste dal contesto attuale e delle tendenze del mercato turistico.

La **prosecuzione degli orientamenti strategici e dei processi di implementazione** delle azioni che hanno rappresentato negli anni un valore aggiunto del territorio regionale rappresenta il primo requisito fondamentale per l'individuazione della strategia del Piano triennale per lo sviluppo del turismo. Il Piano turistico triennale 2020-2022 individuava in tal senso, nelle sue linee di azione, alcune prospettive che, a tutt'oggi, si confermano centrali: "*puntare sullo sviluppo di prodotti turistici innovativi, rinvigorire quelli più maturi e rinnovare la fruizione di destinazioni turistiche mono-prodotto (…), sviluppare una crescita equilibrata economica dell'intero territorio regionale e, in particolare, permettere alle aree più marginali e/o a quelle che hanno subito le devastazioni del sisma di poter puntare ad una nuova rinascita economica e sociale*". Allo stesso modo, le tre diverse politiche per lo sviluppo turistico regionale identificate nei precedenti Piani triennali da parte della Regione Lazio - *politiche di sostegno e sviluppo per le imprese; politiche di stimolo e affiancamento dei territori; nuove politiche di marketing integrato* - si caratterizzano per la loro natura strutturale se si considera la necessità di ulteriore sviluppo del territorio dal punto di vista del tessuto produttivo, di impulso alle comunità locali e di valorizzazione del sistema turistico regionale. Politiche di sviluppo che si indirizzano inevitabilmente su un orizzonte di medio-lungo periodo e che, pertanto, sono destinate a travalicare i periodi di pianificazione determinati dai Piani triennali.

La **valorizzazione dell'esperienza realizzata finora dalla Regione Lazio** e della "massa critica" creata grazie alle risorse attivate risulta poi imprescindibile per affrontare le sfide attuali e le nuove traiettorie di sviluppo per il prossimo periodo, alla luce del contesto generale attuale e delle tendenze del mercato turistico. Da un lato, gli scenari internazionali verificatisi a cavallo fra il periodo di Pianificazione precedente (2020-2022) e quello attuale - dalla crisi pandemica alle ricadute delle guerre in Ucraina e in Medio Oriente in termini di aumento del costo della vita e di incertezza generale - rischiano di minare il raggiungimento degli obiettivi strategici regionali e la stessa operatività delle azioni messe in campo. Dall'altro, lo stato dell'arte del mercato turistico attuale e i trend individuabili impongono una attenta valutazione in termini di "capitale" turistico al momento espresso dal Lazio e dalle sue specifiche destinazioni, nonché di opportunità e potenzialità per il futuro. In tal senso, le "lezioni apprese" tramite l'esperienza regionale e la consapevolezza dei punti di forza, dei rischi potenziali e dei margini di miglioramento rintracciabili sul territorio regionale rappresentano il prerequisito per la definizione di una strategia che si traduca efficacemente in risultati tangibili.

Nel guardare alle sfide attuali e future con le quali dovrà confrontarsi la Regione Lazio appare evidente che il mercato turistico ha visto una forte evoluzione, soprattutto negli ultimi anni, caratterizzata dall'accelerazione di alcune tendenze che hanno modificato in maniera sostanziale la percezione del turismo. Il dato principale da rilevare è che 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, soprattutto grazie all'impulso proveniente dagli indirizzi strategici dell'Unione Europea per il prossimo periodo, stanno aprendo nuove opportunità di sviluppo turistico inedite fino a pochi anni fa e caratterizzate da un alto grado

di sperimentazione e innovazione. E sono proprio questi ultimi temi che, sebbene si collochino in continuità con i Piani precedenti, assumono a livello strategico un'importanza particolare per il periodo 2025-2027. È sempre più diffusa, infatti, la percezione di una domanda turistica la quale, oltre alle destinazioni già conosciute e consolidate per il loro valore culturale, archeologico o naturalistico, ricerca "esperienze" inedite, al di fuori dei circuiti e dei prodotti turistici più conosciuti. Tale domanda è connessa sempre più a diversi e specifici desideri, passioni e abitudini dei visitatori e delle visitatrici che la *governance* regionale deve essere in grado di intercettare e assecondare, cercando quanto più possibile anche di prevedere e anticipare le possibili richieste emergenti, al fine di garantire un alto grado di competitività e attrattività del Lazio e delle sue destinazioni specifiche sul mercato nazionale e internazionale.

Ma 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 questo possiede, in relazione ad altre dimensioni che inevitabilmente attraversano le esperienze dei visitatori: dall'offerta culturale alla filiera dell'enogastronomia, dal *Made in Italy* alla mobilità e intermodalità, dalla green economy alla smart society, dal comparto della moda allo sviluppo urbanistico, dall'istruzione e formazione professionale all'inclusività. In tal senso, risulta determinante il ruolo del confronto partenariale e della capacità di "messa in rete" fra i soggetti del territorio potenzialmente interessati dai processi di sviluppo turistico: imprese, enti formativi, istituzioni locali, categorie professionali, enti di promozione turistica, terzo settore, sindacati, soggetti impegnati nella promozione delle pari opportunità e non discriminazione, ecc. Solo attraverso processi partecipativi aperti e plurali è possibile, infatti, acquisire da parte della *governance* regionale un adeguato bagaglio informativo che favorisca la definizione di una strategia regionale coerente con i fabbisogni, i punti di forza e le opportunità future che si possono aprire per il territorio. A supporto della strategia delineata, la Regione intende rafforzare il sistema di *governance* attraverso la *Destination Management Organization* (DMO) regionale. Al contempo, un approccio *olistico* implica da parte della Regione Lazio una valutazione complessiva dal punto di vista delle risorse finanziarie a disposizione sul territorio regionale - risorse stanziate nell'ambito del PNRR, Fondi Europei per la Politica di Coesione 2021-2027, Fondi rivolti alla competitività delle imprese turistiche, ecc. - al fine di evitare sovrapposizioni e di creare sinergie e complementarietà che, in un quadro nel quale la possibilità di spesa pubblica è limitata, possano massimizzare gli effetti degli investimenti realizzati e favorire l'attivazione di ulteriori risorse private.

3.1. La *vision* regionale: gli *asset* strategici

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 al turismo sportivo, naturalistico o collegato ai grandi eventi. In questo senso, accanto ai cambiamenti relativi ai prodotti turistici e ai target di visitatori che arrivano sul territorio, l'evoluzione del sistema turistico laziale sta portando a una modifica della stessa "geografia" della distribuzione dei flussi turistici.

Roma rappresenta e rappresenterà nei prossimi anni - anche grazie al Giubileo, ulteriore volano di sviluppo - un formidabile attrattore turistico, grazie soprattutto alla concentrazione di patrimonio storico, culturale e archeologico, alla presenza di beni di interesse religioso e alle sue caratteristiche di capitale europea e di metropoli, con la sua ampia offerta in termini culturali e di *leisure*. Ciò comporta una concentrazione di flussi turistici che stanno rafforzando l'economia locale, soprattutto nell'area del centro storico, ma stanno al contempo provocando dei mutamenti nello sviluppo urbanistico, economico e sociale dell'area metropolitana: si parla, ad esempio, delle problematiche

relative all'*overtourism* e all'*overcrowding*, della marcata stagionalità del turismo, così come delle ricadute - in termini di gentrificazione e allontanamento degli abitanti originari e delle attività tipiche dalle aree centrali - connesse alla moltiplicazione dell'offerta di strutture ricettive, soprattutto nell'ambito della sharing economy (*B&B*, case vacanze, *Airbnb*, ect.). Questi elementi possono rappresentare, pertanto, opportunità di crescita ma anche potenziali rischi in termini di perdita di identità del territorio, rispetto ai quali la *governance* regionale dovrà confrontarsi in un'ottica di salvaguardia del territorio e dei suoi abitanti.
D'altro canto, la diffusione di nuove forme di turismo sta mostrando sempre più l'opportunità e la possibilità di sviluppo di un "turismo diffuso" fra territori, destinazioni e prodotti al di fuori dei canali tradizionali. È il caso dello "*slow turism*" e della valorizzazione dei borghi caratteristici del Reatino, della Ciociaria e della Tuscia (da Civita di Bagnoregio a Boville Ernica a Collalto Sabino, per fare alcuni esempi), così come del turismo crocieristico che sta aprendo la possibilità di percorsi alternativi oltre la Capitale, a partire dallo snodo principale del porto di Civitavecchia. Ma riguarda anche il tema del turismo "esperienziale", collegato alla crescita delle pratiche escursionistiche e sportive nei parchi naturali e nelle aree montane (ad esempio, nei Monti Lucretili, Reatini e Simbruini), all'affluenza sui Cammini religiosi (fra i quali la via Francigena e i Cammini di San Benedetto e di San Francesco), nonché al turismo rivolto alle terme e al benessere, dalle Terme dei Papi nel viterbese alle Terme di Stigliano della provincia romana, fino alle terme di Fiuggi nel frusinate.
La possibilità di sviluppo di un mercato turistico al di fuori dei circuiti tradizionali della Capitale è, quindi, in crescita, ma va potenziata e indirizzata maggiormente per far sì che si valorizzino luoghi ancora non riconosciuti e che si determini la presenza di un'offerta solida in termini di prodotti turistici e strutture ricettive adeguate ad accogliere i visitatori. In questo senso, occorre intensificare la messa in rete e il contributo delle Comunità locali in quanto attori di uno sviluppo turistico che si orienti verso obiettivi di medio-lungo periodo e su target di destinatari ben definiti (dagli sportivi alle "pantere grigie"), ma che si muova anche nell'ottica della qualità, dell'efficienza e della sostenibilità ambientale, economica e sociale.
Tenendo presenti i cambiamenti in atto, la *vision* strategica della Regione Lazio è orientata, pertanto, alla **valorizzazione dell'identità del territorio laziale attraverso lo sviluppo di «*Brand* di Destinazione»**, orientati alla valorizzazione del patrimonio degli *ambiti turistici territoriali* su scala nazionale e internazionale, andando a comporre e caratterizzare il **«*Brand* Lazio»** nel suo complesso. Al fine di rafforzare l'identità turistica regionale del «*Brand* Lazio», la Regione promuove lo sviluppo di una marca o *brand* da utilizzare in modo sistematico e integrato in tutte le attività di promozione, comunicazione e valorizzazione del territorio. Tale marca o *brand* sarà declinato in coerenza con i diversi *cluster* tematici, prodotti e destinazioni locali, con l'obiettivo di costruire un'immagine coordinata e riconoscibile della Regione, in grado di rappresentarne la pluralità e al tempo stesso rafforzarne il posizionamento competitivo nei mercati nazionali e internazionali. 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.

LA *VISION* REGIONALE: GLI *ASSET* STRATEGICI
Sostenibilità ambientale, sociale, economica
Personalizzazione delle esperienze e turismo «tailor-made»
«Slow tourism», unicità e autenticità delle esperienze
Innovazione, digitalizzazione e sicurezza informatica
Inclusività e accessibilità
Nuove destinazioni e prodotti turistici: demassificazione e destagionalizzazione
Eccellenza, esclusività e qualità dell'offerta
Lotta al turismo sommerso e miglioramento dell'offerta ricettiva regionale
Messa in rete, co-progettazione e filiere
Attrattività, comunicazione e risonanza internazionale
I grandi eventi catalizzatori e le manifestazioni settoriali
Competenze e capacity building, verso un'occupazione di qualità

➔ Sostenibilità ambientale, sociale, economica

La crescita del turismo sostenibile è la capacità di una destinazione di garantire un settore turistico equilibrato e resiliente, evitare la dipendenza da segmenti che creano massificazione e trovare il giusto equilibrio tra cittadini residenti e "cittadini temporanei". Centrali nel settore turistico laziale stanno diventando, in tal senso, il tema della sostenibilità e del basso impatto sull'ambiente, fondamentali per affrontare gli effetti potenzialmente dannosi associati alla crescita incontrollata del turismo sull'ambiente naturale - come le emissioni di gas a effetto serra, l'uso della terra e dell'acqua e il consumo di cibo -, nonché gli impatti negativi dell'*overtourism* e dell'*overcrowding* sulle comunità ospitanti, sulla conformazione urbanistica delle città (a partire dalla Capitale) e sul tessuto sociale ed economico dei territori.
Il turismo è poi, nello specifico, altamente sensibile agli impatti dei cambiamenti climatici e può svolgere un ruolo chiave nel guidare la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio e che sia efficiente sotto il profilo delle risorse: anche i turisti sono sempre più consapevoli e attenti alle implicazioni ambientali e sociali delle loro scelte di viaggio. Anche le DMO e le aziende del settore stanno dimostrando una sempre maggiore sensibilità verso queste tematiche, proponendo soluzioni a impatto ridotto, con posizionamenti e proposte più attente alla sostenibilità. La Regione Lazio deve assumere, in tal senso, un ruolo chiave di promotore e guida anche nell'ambito della sostenibilità e della *green economy* e *blue economy*.

➔ Personalizzazione delle esperienze e turismo «*tailor-made*»

In un periodo in cui le esigenze dei visitatori stanno cambiando sempre di più, il sistema turistico regionale è sottoposto a nuove sfide al fine di promuovere l'offerta di nuovi servizi e attività per soddisfare un nuovo tipo di domanda. La capacità di rispondere adeguatamente alle richieste di personalizzazione dell'offerta permette agli attori del comparto turistico di aumentare, da un lato, la soddisfazione nel cliente al momento della visita e, dall'altro, rappresenta l'opportunità di creare un legame forte con la destinazione in modo da fidelizzarlo e garantirne il suo ritorno.
In quest'ottica si inserisce l'importanza per la Regione Lazio di sostenere un turismo *tailor made*, ovvero di permettere al turista di avere a disposizione e accedere a un'ampia gamma di servizi, offrendo al contempo una cura profonda dei dettagli e un'ampia disponibilità per andare incontro alle specifiche esigenze, anche nel rispetto dell'inclusività. Un ruolo specifico assumono, pertanto, le piattaforme e i servizi digitali tramite i quali i visitatori possono accedere più facilmente a prodotti personalizzati e possono restituire in maniera immediata i propri *feedback,* utili agli operatori turistici per orientare e migliorare la propria offerta in un'ottica di maggiore personalizzazione.

➔ «*Slow tourism*», unicità e autenticità delle esperienze

Il turismo lento è un tipo di turismo che si basa su un'esperienza di viaggio rilassato, approfondito, che permette d'immergersi completamente nell'"ecosistema" del luogo e che è orientato alla sostenibilità sia ambientale che sociale. Tramite la valorizzazione di un approccio "*slow tourism*" la Regione Lazio intende promuovere un tipo di viaggio più lento, che si vuole contrapporre ai canoni del turismo di "massa" e che favorisca nel turista la voglia di immergersi nella cultura e nelle tradizioni locali. Le caratteristiche del turismo lento, infatti, includono il tema dell'unicità, con la scoperta delle tradizioni locali, della cultura e dell'enogastronomia del luogo, l'interazione con la comunità locale e la partecipazione a esperienze autentiche, viaggiando senza fretta e dedicando il giusto tempo a ogni tappa del viaggio. Tramite questo tipo di turismo, il viaggiatore è alla ricerca soprattutto di destinazioni meno affollate e caratteristiche, come quelle che si identificano, ad esempio, nei tanti piccoli Borghi che si trovano sul territorio laziale o negli itinerari naturalistici e paesaggistici che attraggono sempre maggiori flussi turistici. Questo turismo si caratterizza, inoltre, per il rispetto della sostenibilità ambientale, scegliendo mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, come le biciclette e i treni, o anche semplicemente promuovendo passeggiate nei tanti cammini turistici e spirituali che si trovano sul territorio.

➔ Innovazione, digitalizzazione e sicurezza informatica

In linea con la transizione digitale in atto, la Regione Lazio intende investire nell'innovazione tecnologica e nei progressi digitali anche nell'ambito del settore turistico, in quanto *driver* di sviluppo che contribuiscono a migliorare e facilitare l'esperienza del visitatore. L'adozione di tecnologie sempre più sviluppate come l'automazione e l'intelligenza artificiale, la blockchain e la realtà virtuale stanno, infatti, contribuendo a rendere i viaggi più accessibili, efficienti e alla portata di più persone. L'implementazione delle app e dei servizi online consentono al turista di avere maggiori informazioni sulle destinazioni e sugli alloggi, di spostarsi in maniera più facile e funzionale o di prenotare direttamente visite per musei o guide turistiche, permettendogli di evitare file sul posto. Un fenomeno che è stato definito dall'Osservatorio innovazione digitale nel turismo come "*neverending tourism*", in quanto grazie al digitale l'esperienza turistica risulta in grado di estendersi prima e dopo il viaggio. Ed è in quest'ottica che assume rilevanza la partecipazione di tutti gli attori del sistema turistico regionale al *Tourism Digital Hub* - piattaforma che raccoglie e amplifica le informazioni provenienti dagli enti regionali - per lo sviluppo e la diffusione dei nuovi strumenti di *business matching* tra domanda e offerta. Infine, sebbene la digitalizzazione e l'innovazione tecnologica abbiano portato sicuramente dei benefici, per la Regione Lazio diviene centrale il tema della sicurezza informatica che sarà sempre più cruciale per proteggere i dati sensibili del turista, soprattutto per quanto riguarda i pagamenti online e le transizioni bancarie.

➔ Inclusività e accessibilità

L'inclusività e l'accessibilità nel settore turistico sono fondamentali per garantire che tutti possano godere delle esperienze di viaggio, indipendentemente dalle loro caratteristiche fisiche, economiche o sociali. Per la Regione Lazio investire su un turismo inclusivo vuol dire in primis favorire l'accessibilità, consentendo a persone con fragilità, anziani e famiglie con bambini piccoli di godersi il viaggio senza barriere. In questo senso, migliorare la mobilità, l'intermodalità e i servizi di assistenza territoriali significa migliorare l'offerta connessa al patrimonio culturale e naturale, rendendoli fruibili a un pubblico più ampio e diversificato, promuovendo l'integrazione sociale con un impatto positivo sul tessuto sociale e sull'economia locale, attirando un numero maggiore e target diversi di visitatori. Per questi motivi la Regione intende promuovere un modello di turismo inclusivo e accessibile, finalizzato a garantire il diritto alla fruizione turistica da parte di tutte le persone, attraverso la rimozione delle barriere architettoniche, sensopercettive, cognitive e culturali presenti nei luoghi di interesse turistico, culturale e naturalistico del territorio regionale, in linea con i principi sanciti dalla legge 3 marzo 2009, n. 18 di ratifica ed esecuzione della Convenzione delle Nazioni unite sui diritti

delle persone con disabilità (UNCRPD) e successive modifiche. Al fine di aumentare l'accessibilità sarà opportuno realizzare, in collaborazione con l'assessorato alle politiche sociali, gli enti locali e le associazioni di categoria, una mappatura georeferenziata e costantemente aggiornata dei livelli di accessibilità delle strutture ricettive, dei beni culturali, dei siti archeologici, delle aree naturali protette, dei trasporti e dei servizi turistici, da rendere pubblicamente consultabile mediante piattaforma digitale regionale *open data.* La Regione sostiene, inoltre, lo sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative – quali *tour* virtuali accessibili, realtà aumentata, applicazioni mobili inclusive – volte a garantire l'usabilità e la fruizione dei principali attrattori culturali, artistici e naturalistici del Lazio anche a persone con disabilità motoria, visiva, uditiva o cognitiva.

➔ Nuove destinazioni e prodotti turistici: demassificazione e destagionalizzazione

La Regione Lazio si sta confrontando sempre più, in linea con i trend nazionali, con le problematiche relative all'*overtourism*, all'*overcrowding* e al turismo "di massa" così come, di converso, con il tema dell'*undertourism* relativo agli *hinterland* e ad altre destinazioni che presentano un grande patrimonio a livello naturalistico e culturale ma che rimangono attualmente meno attrattive a livello turistico. Su tali problematiche pesa anche il tema della stagionalità del turismo che tende ad amplificare la scarsa sostenibilità turistica nella stagione estiva, soprattutto nel territorio di Roma, ma che incide sulla continuità dell'offerta turistica e sull'indotto nei mesi invernali, con conseguenze anche sull'occupazione. In questo senso, la scoperta di nuove destinazioni e la definizione di nuovi prodotti turistici possono rappresentare una valida risposta, tramite una redistribuzione dei flussi turistici su territori meno esplorati, ma anche più naturali e meno antropizzati.
Ciò implica, per la Regione Lazio, un investimento in termini di demassificazione e destagionalizzazione dei flussi turistici, incentivando ad esempio lo *slow tourism*, il turismo di prossimità e il turismo rurale, che già negli ultimi anni sono cresciuti grazie all'impulso dato al turismo domestico conseguentemente alla pandemia. In questo contesto si inserisce, ad esempio, il "Turismo delle Radici", basato sulla ricerca delle proprie origini, sulla conoscenza e sul recupero dei luoghi, delle tradizioni e della propria storia familiare: esso può rappresentare un'opportunità di sviluppo turistico in particolare rispetto agli italiani con residenza all'estero. Al contempo, assume un valore specifico la promozione di un turismo di carattere esperienziale che offra ai visitatori ulteriori incentivi per uscire dai tradizionali circuiti turistici, così come la diffusione di strutture ricettive che permettano di coniugare la scoperta di nuove destinazioni con forme attrattive di accoglienza, come nel caso degli agriturismi, dei campeggi o del *glamping*.

➔ Eccellenza, esclusività e qualità dell'offerta

Lo sviluppo di un sistema turistico regionale che si orienti in termini di aumento *quantitativo* di mete e di prodotti turistici non può non confrontarsi con gli aspetti connessi alla definizione di un turismo che rispetti requisiti di *qualità*. Puntare su un'offerta che presenti standard qualitativi elevati rappresenta uno dei prerequisiti essenziali per assicurare la soddisfazione dei turisti e, quindi, una maggiore attrattività del territorio e fidelizzazione dei visitatori.
Allo stesso tempo, la Regione Lazio intende orientare la propria strategia anche sui temi dell'eccellenza e dell'esclusività delle esperienze turistiche e delle strutture ricettive che si rivolgono a un turismo di alta gamma, più esigente e sofisticato, che presenta una maggiore possibilità di spesa: il cosiddetto "*Luxury Tourism*" che, come rilevato dall'ENIT, sarà uno dei settori più espansivi a partire dal 2025.

➔ Lotta al turismo sommerso e miglioramento dell'offerta ricettiva regionale

Negli ultimi anni il settore degli affitti brevi ha conosciuto una crescita esponenziale, offrendo ai proprietari di immobili un'opportunità di reddito alternativa rispetto alle tradizionali locazioni di lungo periodo. Per regolare questo mercato in forte espansione e garantire la trasparenza delle operazioni sono stati introdotti a livello nazionale e regionale dei codici identificativi obbligatori per tutte le

strutture ricettive e gli alloggi ad uso turistico della Regione Lazio: si tratta, nello specifico, del CIR (Codice Identificativo Regionale), introdotto dalla Regione Lazio con L.R. 13/2007 Art. 23 bis e modificata dalla L.R. 8/2022, propedeutico al rilascio da parte della piattaforma nazionale della Banca Dati Strutture Ricettive del ministero del Turismo del CIN (Codice Identificativo Nazionale), previsto dal D.L. 145/2023.
Questo codice è, pertanto, obbligatorio anche per tutti coloro che affittano immobili per brevi periodi ed è uno strumento fondamentale per garantire la legalità e la sicurezza delle attività di affitto. Per contrastare il fenomeno dell'abusivismo turistico si intende, inoltre, rafforzare il monitoraggio e la verifica sulle locazioni e un'attenzione particolare sarà dedicata al segmento degli affitti brevi, favorendo sinergie tra Regione e ministero del Turismo.

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

Gli obiettivi di rafforzamento dell'offerta turistica e della sua capacità di *matching* con la domanda implicano un'esigenza di 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. In tal senso, la Regione intende favorire lo sviluppo di forme di *networking* e di collaborazione tra i vari soggetti coinvolti (amministrazioni locali, le associazioni pro-loco del Lazio, *tour operator*, strutture ricettive, sindacati, associazioni di categoria, piattaforme *online*, e le DMO ect.) che permettano di valorizzare le sinergie e gli elementi di complementarità del tessuto produttivo e delle comunità locali che ospitano i visitatori. Tramite il potenziamento di questi processi sarà possibile agire, inoltre, in un'ottica di filiera, andando ad attivare attori locali direttamente e indirettamente coinvolti nel mercato turistico.

- **Attrattività, comunicazione e risonanza internazionale**

L'esigenza di diffondere i «Brand di Destinazione» e il «Brand Lazio» e divulgare le ricchezze culturali, storiche e naturali del territorio a livello nazionale e internazionale si deve confrontare inevitabilmente con lo sviluppo di un sistema di comunicazione e di *marketing* che riesca a valorizzare adeguatamente l'offerta turistica regionale. Questa esigenza di rafforzamento della comunicazione rende opportuno, da parte della Regione Lazio, incrementare e migliorare l'utilizzo dei canali tradizionali - come i siti web, i tour operator e la stampa di settore -, ma rende necessario anche investire sull'utilizzo delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione, come nel caso dei social network e delle piattaforme di prenotazione online – come *Airbnb, Booking* e *TripAdvisor* – che rappresentano strumenti sempre più utilizzati dai visitatori per informarli circa le destinazioni da visitare, le strutture ricettive e le esperienze turistiche offerte dal territorio. Sarà, inoltre, opportuno sviluppare una media *partnership* con Aeroporti di Roma Spa e con l'Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Centro Settentrionale, al fine di valorizzare il *Brand* Lazio attraverso azioni di comunicazione mirate nelle sedi aeroportuali di Roma Fiumicino e Ciampino e nella sede portuale di Civitavecchia, principali *hub* di ingresso turistico nel territorio regionale.

- **I grandi eventi catalizzatori e le manifestazioni settoriali**

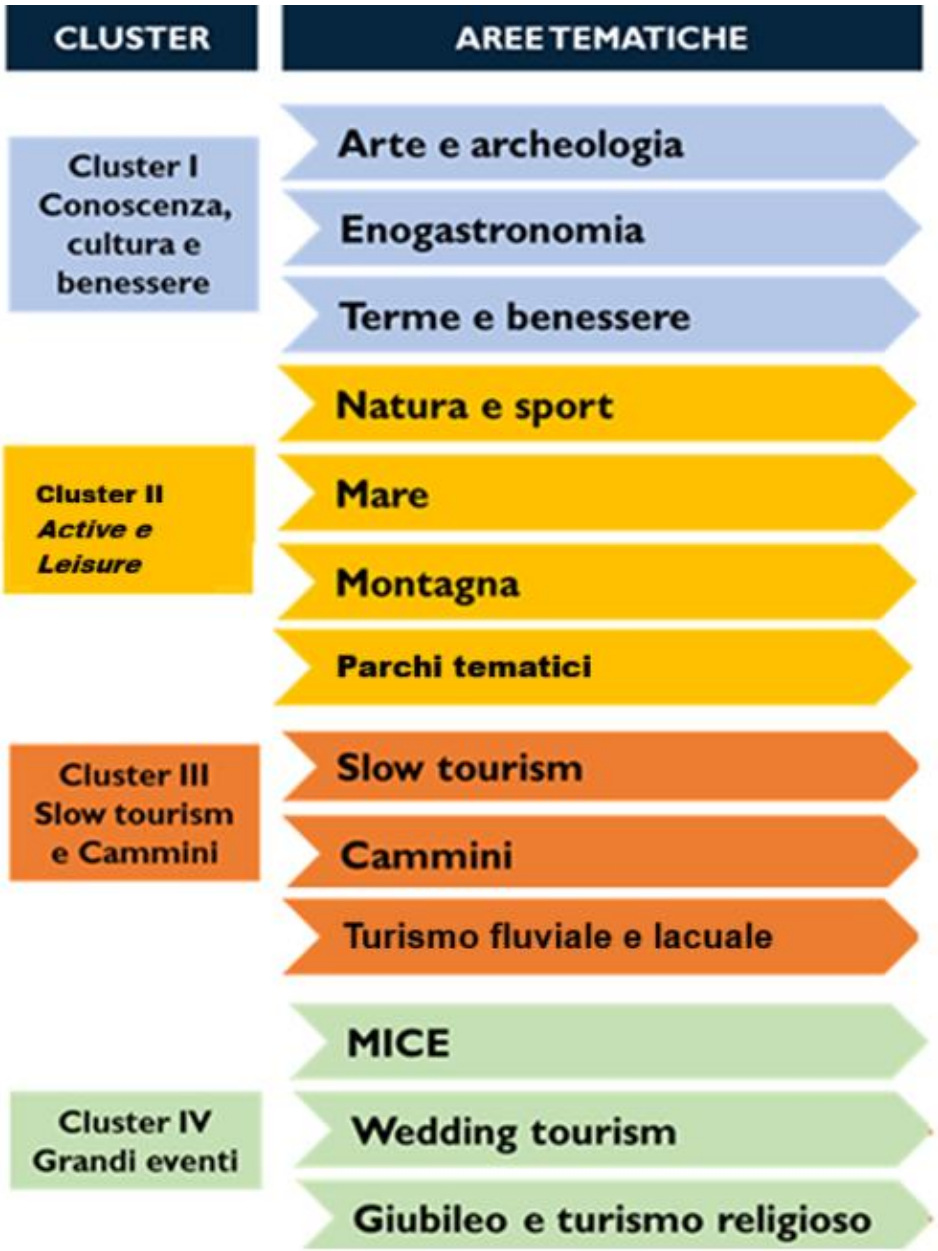
I "grandi eventi" rappresentano per il Lazio un'opportunità di fondamentale importanza in quanto sono attrattori di un turismo che, attirato da occasioni specifiche, può orientarsi anche sulle altre attrazioni locali. Negli ultimi anni è stato il caso, ad esempio, dei grandi eventi sportivi come la *Ryder Cup* 2023, l'*European Open* Roma marzo 2023, il Guinness Sei Nazioni, gli Internazionali di Tennis, ma anche nel prossimo periodo si prospettano opportunità di prim'ordine. È il caso, in primis, del Giubileo 2025, che attrarrà a Roma milioni di pellegrini da tutto il mondo, così come gli eventi di natura congressuale e settoriale che periodicamente trovano in Roma e nel Lazio la propria destinazione. In questo contesto si trovano le opportunità di sviluppo turistico connesse al comparto *Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions* (MICE) che, attirando un turismo settoriale e spesso di nicchia, può attrarre categorie inedite di visitatori. Pertanto, è compito della *governance* regionale e del tessuto imprenditoriale locale far sì che, accanto a tali eventi, si sviluppi un sistema comunicativo e un'offerta specifica che permetta di indirizzare i visitatori anche sugli altri poli di attrazione del territorio.

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

Alla luce di un mercato turistico in rapido cambiamento e in previsione delle sfide future, risulta di fondamentale importanza investire sulla formazione del capitale umano e sullo sviluppo di nuove competenze professionali al passo con le esigenze del contesto. A questo proposito sarà necessario individuare i possibili fabbisogni formativi del settore turistico e orientare il sistema della formazione verso la definizione di percorsi formativi e di *capacity building* mirati che coinvolgano tutti gli attori del sistema turistico, dagli operatori turistici al personale delle amministrazioni locali. Tali percorsi dovranno essere caratterizzati sempre più da un portafoglio di competenze di alto livello - dalle *soft* e *hard skills* alle competenze digitali e tecnologiche - in modo da formare e attrarre alti profili professionali attraverso percorsi formativi innovativi e di eccellenza, nonché formare nuove figure, come ad esempio il *destination manager*.
È, infatti, tramite la realizzazione di percorsi formativi di alto livello e mediante la qualificazione di professionalità innovative che sarà possibile, per la Regione Lazio, creare nuove opportunità occupazionali che siano stabili, durevoli e di qualità, contrastando i fenomeni di precarietà e lavoro nero che ancora sussistono nel mercato turistico.

4 Cluster del turismo del Lazio

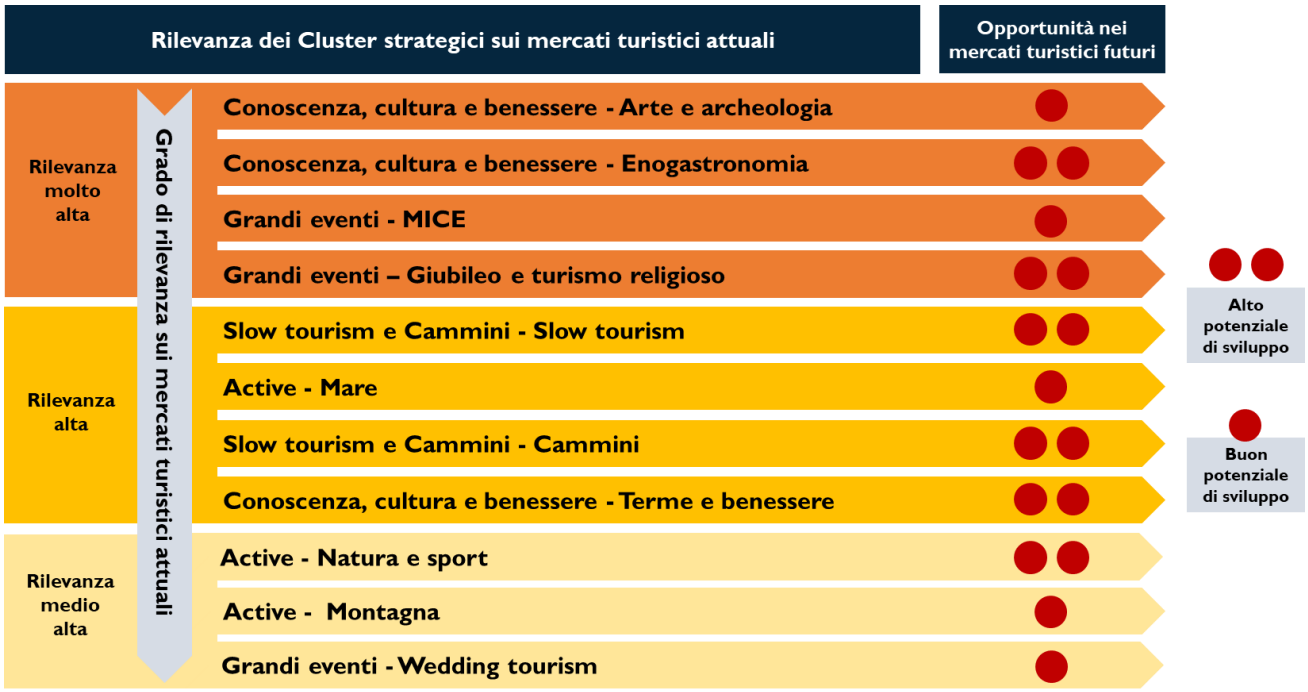
Nell'ambito della programmazione del Piano triennale per lo sviluppo del turismo la Regione Lazio individua quattro Cluster strategici, tramite i quali si articolano le diverse Aree Tematiche e le linee di attività operative. Nello specifico, i Cluster individuati si riferiscono alle tematiche: *Cultura, conoscenza e benessere; Active; Slow tourism e Cammini; Grandi eventi.* L'individuazione dei Cluster, coerentemente con gli orientamenti strategici sopra individuati, afferisce ad alcune delle tematiche già identificate nell'ambito dei precedenti Piani Turistici e rispetto alle quali viene confermata la centralità anche per il periodo 2025-2027. I cinque *cluster* tematici previsti dal Piano devono essere progettati come sistemi interconnessi e trasversali, promuovendo itinerari e prodotti turistici che combinano più esperienze. Al contempo, le Aree Tematiche selezionate tengono conto di alcune tendenze rilevabili nel contesto del mercato turistico attuale e che rappresentano dei *pivot* di sviluppo per il prossimo periodo. È il caso, ad esempio, dello "*Slow tourism*", così come del *Wedding tourism*, oltre al contributo fornito dalle filiere connesse al Giubileo del 2025.



Nello specifico, nel considerare i Cluster individuati, è possibile definire un'analisi prospettica di rilevanza dei temi selezionati al fine di precisare le aree tematiche a maggior potenziale di crescita per il periodo di riferimento. Da un punto di vista metodologico, tale analisi consta di due fasi fra loro integrate.

1. Una fase di identificazione della rilevanza dei Cluster strategici selezionati rispetto allo stato dell'arte dei mercati turistici attuali. In tal senso, è possibile identificare, nella figura seguente, una *heat list* delle Aree Tematiche, ordinate sulla base di una scala di rilevanza: in cima all'elenco, fra i settori maggiormente rilevanti compaiono attualmente l'Arte e archeologia, l'Enogastronomia e il comparto MICE, mentre minore rilevanza è attribuita al *Wedding tourism* e alle attività connesse alla Montagna.
2. Una seconda fase attiene, invece, a una lettura in termini prospettici delle opportunità che le Aree Tematiche individuate potranno esprimere nel periodo di riferimento del Piano triennale per lo sviluppo del turismo 2025-2027. In tal senso, un alto potenziale di sviluppo è attribuito, ad esempio, al comparto dell'Enogastronomia, delle Terme e benessere, dello *Slow tourism* e dei Cammini. Altre Aree Tematiche sono, invece, contrassegnate da un buon potenziale di sviluppo in quanto già molto robuste - come nel caso dell'Arte e archeologia - o caratterizzate da meno potenzialità, come nel caso del MICE o del turismo legato al Mare e alla Montagna.

Alla luce di tale analisi è possibile, pertanto, restituire un quadro del contesto attuale, così come delle Aree a maggior potenziale di sviluppo e che rappresentano per la Regione Lazio ambiti di maggiore investimento.



Si riporta, di seguito, la disamina dei quattro Cluster e delle Aree Tematiche individuati, con la specifica del Contesto territoriale e degli obiettivi ai quali si riferiscono, nonché la definizione delle Linee di intervento ad essi associate.

4.1. Cluster I - Conoscenza, cultura e benessere

Cultura e conoscenza costituiscono l'*humus* ideale per favorire un concetto a tutto tondo di benessere della persona e della collettività. Esse possono essere considerate i vettori strategici della diffusione di una cultura del *vivere bene*, del *vivere sano*, della valorizzazione di ritmi *slow*, del potenziamento di tutti quegli aspetti che determinano un incremento della qualità e del gusto della vita e della capacità di stabilire un rapporto di sostenibilità con il contesto. I beni culturali, artistici e archeologici rappresentano simultaneamente un formidabile volano di sviluppo economico e di *crescita umana*, tanto in relazione ai potenziali visitatori provenienti da ogni parte del mondo, quanto al patrimonio delle diverse comunità locali che si intende porre in risalto. Un patrimonio che si interseca con le loro tradizioni: la cultura vinicola laziale, la qualità del cibo, i prodotti locali, oltreché, nell'ambito del benessere, la grande storia e tradizione regionale dei centri termali naturali. In particolare, l'interesse enogastronomico rappresenta sempre più per il turista una componente non più accessoria ma rilevantissima nella scelta della destinazione turistica.
Insomma, unificare in un unico Cluster regionale circuiti e itinerari culturali intesi nella loro accezione più ampia e luoghi del benessere e della cura, rafforza la loro sinergia e la loro capacità d'impatto.
Anche il *Piano Strategico del Turismo 2023-2027* individua quali comparti di rilevanza strategica, da un lato, il turismo culturale, con particolare riferimento a una sua specifica declinazione legata a luoghi, tradizioni e culture delle origini (il cosiddetto "turismo delle radici"), dall'altro, il *wellness tourism*, con particolare riferimento all'offerta termale e SPA, intesa in un ampio spettro di servizi e di esperienze tese al miglioramento della condizione fisica e mentale del turista, nel rispetto dell'ecosistema ambientale e sociale del territorio ospitante.
Il presente Cluster si sviluppa in linea con quanto indicato nel Piano strategico del turismo 2023-2027 dove il vero filo conduttore del turismo culturale è la dimensione esperienziale del viaggio, capace di spiegare anche dal punto di vista manageriale la creazione delle proposte e il tentativo di trasformarle in esperienze autentiche ad alto valore culturale.
Indubbiamente il patrimonio culturale rappresenta il più importante catalizzatore turistico del Paese e, in modo del tutto peculiare, del Lazio. Resta in effetti uno dei principali fattori trainanti del turismo italiano. La forza degli attrattori culturali insediati in poche città con notorietà di dimensione mondiale (Roma in primis) capta ovviamente la maggior parte del turismo straniero e del turismo di massa tradizionale che determina ricorrenti fenomeni di congestionamento e sovraffollamento della domanda turistica. Si tratta di cogliere l'opportunità di innescare gradualmente un cambio di paradigma, favorendo azioni volte a intercettare domanda ad alto valore aggiunto e valorizzando siti e porzioni di patrimonio storico-culturale ubicati in aree turisticamente ancora marginali.
Si intende quindi offrire esperienze attrattive e distintive che uniscano risorse culturali di eccellenza a livello internazionale e risorse locali di valore, ma meno conosciute, anche attraverso la creazione di piattaforme esperienziali strutturate e tematizzate capaci di intercettare specifici segmenti di domanda e di distribuirli su un territorio più ampio.
Diventa strategica la capacità di progettare un sistema di offerta turistica che sappia coniugare la fruizione della bellezza del patrimonio monumentale di un determinato territorio, con la passione enogastronomica e cinematografica, con l'interesse per le tipicità autoctone e gli stili di vita locali, ecc.

4.1.1. Arte e archeologia

Contesto territoriale e obiettivi

Tanto dal punto di vista quantitativo, quanto da quello qualitativo, il sistema dei beni artistici e archeologici del Lazio è indubbiamente uno dei più importanti e prestigiosi nel mondo. Esso, di per sé, costituisce un attrattore turistico in grado di far convergere, certo in relazione all'eccezionalità e unicità rappresentata da Roma, visitatori da tutto il mondo. I numeri del Lazio, con particolare riguardo al patrimonio artistico e archeologico, musei, gallerie, aree o parchi archeologici, monumenti e complessi monumentali raggiungono la cifra di 348 unità. Tra questi, i musei e le gallerie (collezioni

di arte fino all'Ottocento e moderne e contemporanee, collezioni d'arte sacra, includendo anche alcuni istituti museali con raccolte a carattere storico-scientifico) sono 281, le aree archeologiche 30, i monumenti e i complessi monumentali 37. Tra i beni riconosciuti Patrimonio UNESCO nel Lazio figurano il centro storico di Roma, Villa Adriana e Villa d'Este a Tivoli e le Necropoli etrusche di Cerveteri e Tarquinia (la Regione Lazio sostiene anche le candidature per due nuovi siti: il paesaggio culturale di Civita di Bagnoregio e la Via Francigena italiana). Inoltre, nell'ambito delle manifestazioni culturali di tipo devozionale, è del 2013 l'inserimento nel patrimonio immateriale dell'UNESCO della macchina a spalla protagonista della processione e delle celebrazioni dedicate alla Festa di Santa Rosa a Viterbo.
Ma il vero grande attrattore per eccellenza di questo grande e variegato sistema, è ovviamente Roma. Roma intercetta attualmente oltre l'80% degli arrivi e delle presenze turistiche regionali. Oltre alle mirabili stratificazioni storico-architettoniche medievali, rinascimentali e barocche, l'area centrale di Roma si caratterizza come un unico parco archeologico integrato *en plein air*: dal Foro Romano ai Fori Imperiali (con l'appendice dei Mercati di Traiano), al Colosseo, alla Domus Aurea, il complesso del Circo Massimo, delle Terme di Caracalla, sino alla *regina viarum*, la via Appia Antica, anch'essa iscritta di recente nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO. Parte integrante di questo sistema sono le grandi collezioni statuarie, musive e in esiguissima parte pittoriche di antichità classiche, disseminate tra palazzo Massimo, le Terme di Diocleziano, palazzo Altemps, la Cripta Balbi, i Musei Capitolini e i Musei Vaticani, i quali ovviamente rappresentano un *unicum* per tutto il patrimonio d'arte, non solo classico, che ospitano e che, unitamente all'intero complesso della basilica di San Pietro, di Castel Sant'Angelo e della Città del Vaticano, formano l'altro grande complesso monumentale della Cristianità presente a Roma. Nelle vicinanze di Roma si segnalano altri due gioielli dal valore incommensurabile: Villa Adriana e l'area archeologica di Ostia Antica e Isola Sacra, con la limitrofa area archeologica dei Porti Imperiali di Claudio e Traiano. Inoltre, accanto al patrimonio artistico e architettonico, uno specifico fattore di attrattività è connesso all'industria dell'audiovisivo e del "*cineturismo*" con le più famose *location* utilizzate dal mondo del cinema e della tv.
Ma il Lazio non è solo Roma, o dovrebbe continuare a esserlo almeno in misura minore. Il Lazio possiede un patrimonio culturale, artistico e archeologico - disseminato per l'intero territorio regionale - ricco e prezioso, che occorrerebbe valorizzare. Basti citare, oltre a quelli Patrimonio Unesco già segnalati, siti archeologici dell'importanza di Norba, Vulci, Veio, Minturno, i Templi Romani di Cori, il parco archeologico di Privernum, il Santuario della Fortuna Primigenia a Palestrina, per citare solo alcuni.
Ora, in presenza di un simile scenario, il Piano intende inquadrare alcuni obiettivi prioritari da perseguire al fine di rendere il turismo culturale del Lazio un'unica macro-area ricca e diversificata dal punto di vista storico-artistico e archeologico, meritevole di attenzione a largo spettro.
Occorre elaborare in prima battuta un programma di comunicazione e promozione che si riferisca al Lazio come a un unico grande attrattore turistico culturale, ma anche pensare a strategie e progettazioni che spingano il turista a considerare non solo Roma (o altre città italiane) come tappa del suo viaggio, ma anche altre zone laziali che, per una serie di motivazioni di carattere culturale, artistico o archeologico (o di altro genere, ad esempio enogastronomico), si prestano a particolari connessioni con luoghi, monumenti o temi approfonditi a Roma.
A tale scopo è evidente l'importanza di favorire, attraverso il coinvolgimento dei Comuni o altri Enti titolari di luoghi della cultura, la formazione di aggregazioni che progettino e realizzino ipotesi di turismo culturale integrato. In tal senso, è cruciale sviluppare forme nuove di fruizione del patrimonio culturale basate sull'innovazione tecnologica e digitale, favorendo così i punti di contatto tra l'offerta turistica regionale e la programmazione del Distretto Tecnologico Culturale (DTC) del Lazio.

Linee di intervento

- Attivare campagne di comunicazione che promuovano il Lazio come un'unica macro area regionale del turismo culturale, con particolare riferimento al patrimonio artistico e archeologico regionale.

- Promuovere la realizzazione di circuiti che prevedano itinerari strutturati fra Roma e il patrimonio culturale diffuso nei centri storici minori laziali, i quali non riescono ad assurgere a "destinazione autonoma".
- Promuovere un piano di rilancio degli scavi archeologici anche attraverso interventi volti a favorire nuove tecnologie di scavo, restauro e manutenzione delle opere d'arte e archeologiche.
- Attivare azioni che favoriscano, attraverso il coinvolgimento dei Comuni o altri Enti titolari di luoghi della cultura, partenariati pubblico-privati che sviluppino progetti di turismo culturale diversificato.
- Incentivare la creazione di network di operatori turistici e culturali capaci di valorizzare i fattori di attrattività sulla base di piattaforme esperienziali organizzate e messe in condizioni di commercializzare prodotti turistico-culturali evoluti.
- Attivare mappatura e interventi a sostegno di siti archeologici dalle potenzialità turistiche inespresse e a rischio di sopravvivenza.
- Promuovere azioni sinergiche tra il Piano del Turismo e il Distretto Tecnologico Culturale per incentivare l'uso di tecnologie innovative nella fruizione del patrimonio artistico e archeologico del Lazio.
- Interventi di miglioramento della segnaletica turistica e dell'accessibilità dei beni storico-artistici e archeologici regionali.

4.1.2. Enogastronomia

Contesto territoriale e obiettivi

Negli ultimi dieci anni il comparto enogastronomico ha guadagnato un'incontestabile centralità sulla scena del turismo internazionale. Il turismo enogastronomico, anche durante il drammatico frangente pandemico, ha dimostrato una fortissima capacità di metabolizzare l'urto, preservarsi e rilanciarsi. Esso ha rappresentato, nell'ampio spettro delle possibili tipologie di turismi, uno dei più significativi esempi di "resilienza" e oggi incarna uno dei più interessanti *driver* dell'immagine e dell'identità italiane nel panorama turistico mondiale.
Stando ai dati forniti dall'edizione 2023 del *Rapporto sul turismo enogastronomico - Tendenze & Scenari*, a cura dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, risulta in crescita il numero di turisti italiani che hanno compiuto almeno un viaggio con principale motivazione riferita all'enogastronomia: sono il 58% nel 2023, un valore superiore di 37 punti percentuali rispetto al 2016. In termini assoluti, si stima siano circa 9,6 milioni.
Anche l'analisi di Coldiretti presentata alla Bit 2023 di Milano conferma che il cibo rappresenta la voce di budget più significativa in Italia: oltre un terzo della spesa viene destinato alla tavola per il consumo di pasti in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche in *street food* e souvenir enogastronomici in mercati, feste e sagre, sancendo il primato dell'Italia quale leader mondiale del turismo enogastronomico.
L'analisi di Coldiretti ha inoltre evidenziato con quale incidenza i borghi italiani catalizzino il turismo enogastronomico. È in questi luoghi, a volte poco conosciuti e con meno di cinquemila abitanti, che nasce il 92% delle produzioni tipiche nazionali.
Alla luce di questi dati, il turismo enogastronomico costituisce attualmente uno dei maggiori vettori di sviluppo economico italiano. E a maggior ragione ciò è vero per il Lazio: non solo per l'autorevolezza e il prestigio di Roma quale grande attrattore a livello nazionale e internazionale, ma anche per le ricche e profonde culture e identità enogastronomiche locali, che contraddistinguono le varie aree del territorio laziale.
In termini concreti il turismo enogastronomico si prefigge, da un lato, di agevolare il turista nella possibilità di praticare esperienze nuove e stimolanti (soprattutto in termini di scoperta di culture enogastronomiche ignote e antiche), dall'altro di poterlo orientare direttamente verso i luoghi di produzione, quali vigneti, cantine, oleifici, caseifici ecc. Pertanto, uno degli obiettivi del Piano è

realizzare forme di raccordo virtuoso tra le tre polarità essenziali dell'offerta turistica in campo enogastronomico: a) gli attrattori privati, costituiti dai produttori di eccellenze o noti per il marchio delle specialità offerte in campo agroalimentare o vitivinicolo (*in primis* per prodotti certificati), e dai ristoratori di alta cucina o di osterie tradizionali ecc.; b) gli operatori turistici; c) le amministrazioni locali in sinergia con le associazioni pro-loco del Lazio. Oltre alla predisposizione di piattaforme esperienziali strutturate ed esaustive, anche gli eventi (cantine aperte, sagre e manifestazioni fieristiche) rappresentano momenti importanti di tale segmento di offerta, che dunque può contemplare sia semplici proposte di degustazione e visita, sia esperienze più strutturate, attive, emozionali e sensoriali. In questo quadro il Piano intende focalizzare e perseguire i seguenti obiettivi:

a) *tutelare* quel patrimonio di culture, pratiche e risorse espresse dal territorio e dalle comunità locali, preservandone l'autenticità;
b) *sviluppare* un'offerta turistica innovativa che vada oltre la degustazione di prodotti locali tipici e sia in grado di educare e trasmettere più in profondità i valori e le identità dei territori, abbinando le proposte strettamente enogastronomiche ad attrazioni ed esperienze più ampie e diversificate, in un'ottica di turismo culturale a tutto tondo;
c) *stimolare processi di collaborazione* multi-livello che sappiano integrare prodotti e servizi e connettere aree urbane e rurali, allo scopo di arricchire il bagaglio di esperienze del turista;
d) *comunicare* in modo efficace l'ampia e diversificata gamma delle opportunità, così da permettere al turista di compiere scelte consapevoli, sia prima che durante la propria esperienza di viaggio.

Considerata la funzione svolta dall'Agenzia regionale per lo sviluppo e l'innovazione dell'agricoltura del Lazio (ARSIAL), non solo rispetto all'innovazione del sistema agricolo e agro-industriale del Lazio, ma anche alla valorizzazione dei suoi prodotti enogastronomici, potrà rilevarsi assai proficuo attivare forti sinergie con le azioni messe in campo dal Piano.

Linee di intervento

- Promuovere sinergie tra operatori pubblici e privati del turismo e dell'enogastronomia, attraverso misure di sostegno e progetti di sviluppo di prodotti turistici regionali.
- Arricchire e diversificare l'esperienza dei turisti con misure di sostegno all'ampliamento e all'innovazione dell'offerta turistica.
- Aggiornare e rimodulare i processi e i percorsi formativi degli attuali e futuri professionisti attraverso un incremento di competenze sui temi del turismo e dell'enogastronomia.
- Rendere l'offerta rispondente alle esigenze del turista attraverso strumenti di supporto agli operatori volti a facilitare l'adeguamento delle strategie commerciali agli standard dei canali di distribuzione turistica internazionali.
- Creazione di attrattori e di hub innovativi a livello regionale e locale e supporto all'adozione di strumenti digitali volti a facilitare la conoscenza dei prodotti locali.
- Promuovere campagne di comunicazione, misure di sponsorship e/o co-marketing, progetti di valorizzazione dei luoghi di consumo all'estero, in grado da far risaltare il profilo specifico e la riconoscibilità delle singole mete turistiche enogastronomiche.
- Organizzare la partecipazione alle fiere del food al fine di promuovere le eccellenze laziali, unitamente all'organizzazione di eventi di promozione enogastronomica in aree del patrimonio enogastronomico regionale meno conosciute ma interessanti e promettenti.
- Promuovere, tutelare e favorire le produzioni DOP e IGP del Lazio.
- Favorire lo sviluppo territoriale attraverso la promozione della filiera corta, agevolando forme di turismo esperienziale, lento, sostenibile, responsabile, accessibile e inclusivo che tenga conto del rispetto dell'ambiente, del paesaggio e delle comunità locali.

4.1.3. Terme e benessere

Contesto territoriale e obiettivi

Nella cornice del "*wellness tourism*" - inteso come sistema complessivo del benessere in cui il miglioramento della condizione fisica, mentale, emotiva, intellettuale, spirituale del turista può essere alimentato da un'amplissima gamma integrata di stimoli: culturali, curativi, enogastronomici, spirituali, naturalistici - il comparto termale e dei centri di benessere occupa una posizione cruciale. Dopo una fase di crescita esponenziale relativa al periodo pre-covid, dove il turismo del benessere ha registrato nel 2019 un tasso di crescita doppio (7%) rispetto a quello del turismo *tout court* (3,2%), la pandemia e i suoi effetti hanno determinato un inevitabile crollo della domanda. Tuttavia, secondo i dati forniti da Federterme, nel 2023 la situazione è ritornata ai valori del 2019. Le imprese del settore sono oltre 30 mila, di cui 2500 sono centri benessere. Inoltre, in Italia sono presenti circa 180 comuni termali con spiccata capacità ricettiva, fatta di 5.288 strutture alberghiere con 400.193 posti letto. Su tutto il territorio nazionale vi sono 326 stabilimenti termali, che accolgono ogni anno 3,9 milioni di clienti, di cui l'88% è costituito da italiani e il 12% da stranieri. Gli alberghi di proprietà delle terme dispongono nel complesso di circa 30 mila posti letto; la permanenza media si attesta sui 3,1 giorni (*fonte: Federterme e The European House – Ambrosetti*).
Tuttavia, rispetto al forte impulso registrato dai centri benessere e alla presenza di un massiccio dispiegamento di strutture termali, la situazione del turismo termale implica una riflessione *ad hoc*. Come opportunamente sottolineato dal *Piano strategico del turismo 2023-2027*, gran parte dei modelli di termalismo tradizionale sono entrati in crisi. Da un lato la riduzione delle prestazioni connesse alle cure termali convenzionate con il SNN e, dall'altro, il deficit di investimenti sui complessi termali nel corso degli anni, con particolare riguardo agli interventi di riqualificazione tecnologica ed energetica, hanno determinato una situazione di obiettiva obsolescenza delle strutture.
Un punto di forza che contraddistingue l'Italia - e soprattutto il Lazio - risiede nel vantaggio per cui i complessi termali sono in gran parte localizzati in luoghi di particolare pregio naturalistico o di interesse culturale. Pertanto, diventa cruciale, come fondamentale obiettivo di *policy* italiano e regionale, fornire un forte supporto al *wellness tourism* attraverso una nuova visione strategica che sappia riorientare le terme verso un sistema di servizi e di esperienze di wellness olistico, integrando la gamma dei prodotti offerti in ambito culturale, naturalistico, sportivo, spirituale, enogastronomico. Accrescere le competenze dei management in linea con questa nuova visione del termalismo e con il necessario portato di spirito innovativo si impone, pertanto, come un ulteriore impegno da assumere.
Il Lazio possiede un bacino naturale ricchissimo di acque termali, rinomate sin dall'antichità per le loro virtù salutistiche; esso rappresenta uno degli snodi più significativi della cultura termale della Penisola. Una caratteristica del termalismo laziale è quella di inserirsi entro territori affascinanti sia dal punto di vista paesaggistico sia storico-artistico: in effetti, poiché il Lazio è caratterizzato da una tradizione termale che affonda le proprie radici nel mondo antico, è molto facile che i centri termali si trovino nelle vicinanze di aree archeologiche. Data la ricchezza regionale complessiva, molti sono i centri importanti della regione. Nel cuore della Tuscia viterbese, la *Città dei Papi*, si trova uno dei bacini termali più grandi d'Italia. Lungo la Strada Bulicame si trova la storica Sorgente termale del Bulicame. Note come Terme di Roma, a Tivoli sono da menzionare le Acque Albule, ai piedi dei Monti Lucretili. Molto suggestive sono le Terme di Stigliano a Canale Monterano, alimentate dalle Acque Apollinares Veteres, così chiamate per il santuario dedicato ad Apollo. In provincia di Rieti, poco distanti dal borgo medievale di Castel Sant'Angelo, si trovano le Terme di Cotilia. Nella zona del frusinate, alle pendici dei Monti Ernici, vi sono le Terme di Fiuggi e, poco distanti, le Terme Pompeo a Ferentino. All'estremo sud della provincia di Latina, a Castelforte, si trovano le oltre trenta sorgenti di Suio Terme.

Linee di intervento

- Promuovere la costituzione di network tra attori del sistema regionale del valore del *wellness* per la progettazione, realizzazione e *branding* di prodotti integrati per il benessere.
- Istituire un tavolo regionale permanente per la definizione di una strategia di rilancio del settore termale e di benessere.
- Rafforzare l'offerta specializzata e qualificata del settore del benessere attraverso corsi di formazione organizzati da attori pubblici e privati del sistema formativo.
- Campagne di comunicazione per sensibilizzare la domanda circa i benefici psico-fisici della fruizione del sistema termale regionale e in generale del *wellness tourism* tutto l'anno, differenziato per profili di clientela e con particolare riguardo al crescente interesse dei giovani per il termalismo.

4.2. Cluster II *Active* e *Leisure*

In questa sezione rientrano tutte le attività dell'"*active tourism*", intese come tutte quelle attività da praticare all'aria aperta e del "*leisure tourism*", intese come quelle attività per il tempo libero che comprendono i parchi tematici, acquatici e faunistici.
Negli ultimi anni l'*active tourism* ha acquisito una importanza sempre più strategica tanto come generatore di grandi eventi, quanto nella sua funzione di promozione turistica dei territori interessati. Sicuramente un fattore determinante di crescita è stata la fine della pandemia da Covid-19 che ha accentuato nelle persone il desiderio di praticare attività all'aria aperta, generando un turismo più attivo, immerso nella natura, sviluppando in modo sinergico sport e turismo.
L'attività fisica all'aria aperta è diventata molto importante, anche nelle legislazioni e nelle politiche nazionali ed europee. L'Unione Europea ha mostrato molta attenzione al tema e sono ormai numerose le direttive che invitano la popolazione a fare più attività fisica, o, più in generale, ad adottare stili di vita più sani.
Secondo i dati dell'Osservatorio del turismo outdoor, il turismo "*open air*" ha raggiunto nel 2023 56,49 milioni di presenze, con il pieno recupero dopo la crisi pandemica del 2020. Questo trend positivo ha coinvolto anche il Lazio con un incremento delle presenze turistiche, da record per Roma: +9% di pernottamenti. Roma concentra su stessa un aumento dei flussi turistici, a discapito del potenziale turistico della regione che dispone di notevoli risorse culturali e paesaggistiche anche al di fuori dell'area romana. Basti pensare allo straordinario paesaggio agrario e alle presenze eno-gastronomiche legate alla ruralità diffusa in tutta la regione, nonché alle risorse marine della costa e delle isole, alla montagna, all'artigianato artistico, ai parchi a tema e al termalismo.
Se l'incremento del numero dei turisti ha contribuito a rendere il settore dell'*active tourism* un importante traino di sviluppo, ciò comporta anche la necessità di adozione di strategie regionali mirate allo sviluppo del settore attraverso il potenziamento delle infrastrutture e dei prodotti e l'esigenza di investire nella comunicazione di queste nuove proposte di vacanza. L'attività a contatto con la natura, rimandando a qualcosa di più ampio e di più profondo rispetto a una semplice attività ricreativa, non è solo più un modo di vivere le vacanze, ma è un vero e proprio stile di vita.
Alla luce dell'approccio "sano" verso il turismo *outdoor*, la Regione intende perseguire alcuni obiettivi di carattere strategico che spaziano dalla pianificazione alla realizzazione e alla promozione di opere e servizi volti a facilitare, massimizzare e moltiplicare le attività. Peraltro, con l'incremento dei visitatori, la pianificazione e la gestione delle attività all'aperto diventano fondamentali per ridurre l'impatto ambientale, evitare il degrado delle risorse naturali e garantire la sostenibilità sul lungo periodo di attività che vedono nell'ambiente naturale il proprio terreno di azione.
Inoltre, lo sviluppo del prodotto turistico "*active*" consente non solo di ripensare gli spazi, ma anche i tempi dei flussi di visita. Anche in questo caso la pandemia ha probabilmente contribuito ad accelerare un ragionamento strategico già in essere e ha portato gli operatori a impegnarsi per trovare soluzioni concrete per prolungare il periodo di accoglienza turistica. In un contesto in cui la Regione

intende favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici, lo sviluppo del turismo *outdoor* può rappresentare un'efficace ipotesi di incremento della domanda.

4.2.1. Natura e *sport*

Contesto territoriale e obiettivi

Il Lazio rappresenta la meta perfetta per la pratica di questo nuovo tipo di turismo, per le sue caratteristiche geografiche che presentano parchi, riserve, laghi, fiumi, mare e montagne ma anche tanta cultura e storia. In particolare, le aree naturali protette regionali, includendo parchi, riserve e monumenti naturali, costituiscono leve strategiche dell'offerta turistica regionale e sedi privilegiate per eventi culturali, sportivi, didattici e laboratori naturalistici strutturati, da inserire in programmi regionali, escursioni a tema, percorsi sensoriali e iniziative per famiglie. Tali attività saranno promosse come elementi distintivi del turismo sostenibile laziale. La Regione promuove la fruizione delle aree naturali protette regionali attraverso infrastrutture leggere, attività esperienziali, comunicazione integrata e sviluppo di pacchetti turistici coordinati, favorendo l'accesso continuo e responsabile di un turismo sostenibile. La provincia di Rieti, per la sua conformazione naturale, è una zona nella quale in qualsiasi momento dell'anno è possibile praticare una vasta gamma di discipline, come nelle zone del lago del Turano e del Cicolano, dove è possibile praticare varie attività per gli amanti della natura e dello sport, come per esempio il trekking, passeggiate a cavallo e numerosi percorsi da percorrere con la mountain bike, attività più dinamiche come il *canyoning, il bungee jumping e il rafting* nei fiumi Nera e Velino.[14] Inoltre, uno dei luoghi migliori dove vediamo il perfetto mix tra natura e sport è il lago, in particolare il lago di Bolsena, nella Tuscia Viterbese. Essendo il quinto lago italiano per ordine di grandezza è il luogo perfetto per chi vuole ammirare la bellezza naturalistica del territorio attraverso itinerari quali la via Francigena, via Clodia, e la Riserva naturale di Monte Rufeno, per chi è amante di attività sportive come la vela e il windsurf e per chi pratica pesca sportiva. Lungo il fiume Cavata, che si trova nel Comune di Sermoneta nella provincia di Latina è possibile praticare escursioni in canoa ammirando numerose sorgenti e la vegetazione del bosco di Monticchio fino ad arrivare a Terracina. Un altro sport che sta pian piano prendendo sempre più rilievo nell'industria sportiva è il golf, realizzato in contesti naturalistici di alto pregio.

Linee di intervento

- Aumentare l'offerta turistica nelle aree meno sviluppate mediante una strategia di integrazione e diversificazione, volta a contribuire alla diffusione equilibrata dei flussi turistici e alla valorizzazione delle aree interne meno conosciute e dei piccoli borghi.
- Assegnare centralità agli ambiti turistici territoriali.
- Promuovere un connubio fra attività sportive a contatto con la natura che promuovano il territorio e attivino il turismo.
- Mantenere e sviluppare la rete di sentieri per passeggiate con diversi livelli di difficoltà per attrarre esperti, principianti e famiglie, in un'ottica di accessibilità e inclusività.
- Implementare le guide e i tour guidati per esplorare la fauna.
- Promuovere forme di turismo sostenibile che incentivino la destagionalizzazione e l'aumento della durata media dei soggiorni attraverso la valorizzazione dei patrimoni rurali.

4.2.2. Mare

Contesto territoriale e obiettivi

Le zone costiere del Lazio sono fondamentali per lo sviluppo regionale, grazie alla loro ricchezza naturale e culturale. Il mare, elemento chiave, non solo arricchisce il paesaggio ma è anche cruciale per l'economia locale, influenzando storia e cultura. Il turismo costiero, insieme alle attività sportive,

[14] Diversi itinerari sono stati individuati nell'ambito del sito web da Visitlazio.com

ricreative e di ristorazione, è un motore economico essenziale per la regione, come confermato dall'Assemblea Generale della Commissione intermediterranea della Conferenza delle Regioni Periferiche Marittime.
Nell'ambito dei 361 km di costa laziale, il *Litorale Nord* sta assumendo sempre maggiore centralità: da un lato, il comune di Fiumicino (anche grazie alla presenza dell'aeroporto) e le spiagge di Fregene, Ostia, Ladispoli, Santa Marinella e Santa Severa rappresentano un attrattore turistico legato all'offerta enogastronomica, degli stabilimenti balneari e alla presenza di riserve naturali; dall'altro, il posizionamento strategico del comune di Civitavecchia e lo sviluppo del fenomeno crocieristico connesso al suo Porto stanno producendo ricadute positive in termini di sviluppo economico e turistico anche sul territorio circostante, dai Bagni di Ficoncella alle Terme di Traiano, fino ai laghi di Bolsena, Vico e Bracciano. Al contrario, la zona del basso Lazio comprende alcune destinazioni straordinarie sia per il mare sia per la presenza di piccoli borghi e cittadine: tra questi vi sono Gaeta, Sperlonga, Sabaudia, Terracina, Anzio, Nettuno e il Circeo, quest'ultima meta non solo marittima ma anche di escursionismo sul Monte omonimo. Il litorale laziale presenta, inoltre, isole di alto interesse naturalistico - come Ponza e Palmarola - e zone marittime protette come le isole di Ventotene e Santo Stefano e le Secche di Tor Paterno, dove ancora resiste un turismo di nicchia - in considerazione dell'assenza di un turismo massificato - connesso alle attività velistiche e del *diving*.
In questo contesto si inserisce quindi la possibilità di sviluppo di un "*active tourism*" che promuove un'offerta turistica basata su attività ed esperienze connesse al mare, in un quadro di eco-sostenibilità e di promozione della *blue economy*, con particolare riferimento ai "turismi del mare" che comprendono non solo il turismo balneare, ma anche la crocieristica (di cui la nostra Regione è *leader* a livello nazionale), la nautica da diporto, il turismo sportivo (nuoto, subacquea, *kayaking*, *snorkeling, windsurfing & kite, surf* da onda, etc.), il turismo ambientale (aree marine protette), la pesca-turismo (fonte: Piano del mare 2023-2025 approvato con delibera del Comitato interministeriale per le politiche del mare - Presidenza del Consiglio dei ministri - del 31 luglio 2023).

Linee di intervento

- Intervenire attraverso depuratori nelle aree con un maggior livello di inquinamento delle acque.
- Organizzare immersioni e snorkeling nelle zone più naturalistiche facendo attenzione alla conservazione dell'ecosistema.
- Promozione della *blue economy* del turismo del mare e del turismo nautico basandosi sulla conservazione degli ecosistemi marini e sulla sostenibilità ambientale.
- Incrementare il turismo subacqueo, praticando *scuba diving* ossia immersioni subacquee, con particolare riferimento ai siti archeologici sommersi.
- Potenziare le infrastrutture marittime e l'accessibilità delle spiagge.
- Salvaguardia degli aspetti ambientali e sociali e lo sviluppo delle attività economiche, in particolare delle attività turistico-ricreative.
- Promuovere lo sviluppo della *Blue Route* Lazio mediante l'attivazione di una rete permanente dei borghi marinari e delle località di mare della fascia costiera del litorale laziale, così da condividere azioni di promozione, progettazione di interventi in grado di innovare l'offerta turistica integrata costiera.

4.2.3. Montagna

Contesto territoriale e obiettivi

Il Lazio offre numerose opportunità per il turismo montano, con paesaggi suggestivi e borghi caratteristici che permettono a chi viaggia di immergersi tra cultura, natura e storia, dando la possibilità di praticare escursioni, passeggiate all'aperto e sport montani. Nel Viterbese la Faggeta Vetusta dei Monti Cimini, a testimoniare la sua incomparabile bellezza, è stata dichiarata nel 2017 Patrimonio naturale dell'umanità dall'UNESCO. Nello stesso anno un altro importante sito forestale laziale è stato riconosciuto Patrimonio naturale UNESCO: si tratta della faggeta di Monte Raschio nel comune di Oriolo Romano, all'interno del parco naturale regionale di Bracciano-Martignano. Tra le

destinazioni montane più rinomate si segnalano il Monte Livata, situato nella catena montuosa dei Monti Simbruini, e il Monte Terminillo nella catena Montuosa dei Monti Reatini, due mete molto popolari sia per quanto riguarda escursioni estive sia per praticare sport invernali, quali sci, trekking e ciaspolate.
Altre destinazioni attrattive che offrono sentieri escursionistici e gite all'aria aperta sono il Monte Semprevisa, Campo dell'Osso e la Riserva naturale di Monte Soratte.
Una località turistica perfetta per i mesi invernali è Campocatino, in Provincia di Frosinone, circondata dai Monti Cantari e Ernici della corona appenninica, la quale rappresenta la meta ideale per le numerose piste da sci e sci di fondo, ma anche per il grande *snowpark*.

Linee di intervento

- Promozione di itinerari dei parchi naturali, delle aree protette, dei luoghi di turismo sostenibile.
- Attività di copromozione e sostegno del turismo sportivo (es. trekking, cicloturismo, ect.).
- Promozione, in collaborazione con i Comuni, di attività sia direttamente connesse al flusso turistico, sia indirettamente legate alla cultura del mare e della montagna.
- Ampliare e migliorare le infrastrutture per sport invernali e per sport estivi.
- Sviluppare soggiorni inclusivi per tutti: famiglie, sportivi, anziani.
- Migliorare i percorsi per escursioni con ciaspole e bacchette per la neve.
- Riconversione del turismo montano da stagionale a quattro stagioni, con interventi su infrastrutture leggere, impianti sportivi non invernali, eventi culturali e valorizzazione dei sentieri e della natura.

4.2.4. Parchi tematici

Contesto territoriale e obiettivi

I parchi tematici, acquatici e faunistici costituiscono una componente rilevante del turismo contemporaneo, capace di attrarre *target* familiari, giovanili e scolastici. Il loro potenziale economico, educativo e ricreativo deve essere pienamente integrato nella strategia turistica del Lazio, in un'ottica di sistema e sostenibilità. Si tratta, infatti, di attrattori turistici strategici, in grado di rafforzare l'offerta esperienziale e favorire la destagionalizzazione. Nel Lazio, nel 2023, i 20 parchi presenti sul territorio regionale hanno attratto 3 milioni di visitatori, con un fatturato diretto di 40 milioni di euro e un indotto stimato in 200 milioni di euro su ospitalità, ristorazione e viaggi (fonte: Assoparchi). Nel Lazio i dati SIAE 2023 evidenziano che la spesa media per partecipante ha raggiunto i 17,64 euro, con un incremento del 30% rispetto al 2019 e dati occupazionali registrano oltre 5.000 addetti, tra personale operativo, amministrativo e artistico. Al fine di consentire ai parchi di esprimere tutto il loro potenziale di sviluppo, è fondamentale operare per una messa a sistema dell'offerta esistente e per una sua implementazione che si basi sull'adeguamento tecnologico, la digitalizzazione, la sostenibilità ambientale, l'aumento del livello di inclusività, il miglioramento della ricettività, della mobilità e dell'accessibilità.

Linee di intervento

- Incentivazione per la costituzione di "Sistemi turistici intercomunali dei parchi tematici del Lazio", che consentano ai parchi tematici, ai comuni e agli operatori limitrofi di consorziarsi con l'obiettivo di valorizzare le ricadute economiche e turistiche sul territorio, coordinare l'offerta integrata e favorire una *governance* condivisa delle attività promozionali e infrastrutturali.
- Creazione del "Sistema turistico regionale dei parchi tematici del Lazio", in collaborazione con i comuni, gli operatori del settore e le destinazioni limitrofe, al fine di creare sinergie territoriali tra le principali realtà regionali (es. Cinecittà *World*, Zoomarine, *MagicLand*, Il Fantastico Mondo del Fantastico, *Aquafelix*, Bio Parco), anche in relazione alla mobilità, ai servizi ricettivi e all'offerta combinata.

4.3. Cluster III - *Slow tourism* e Cammini

Lo *Slow tourism* è un nuovo modo di viaggiare sempre più diffuso che pone l'attenzione sui dettagli e accompagna il turista attraverso un viaggio alla scoperta di luoghi nascosti, culture diverse e prodotti locali, nel pieno rispetto dell'ambiente. Sono sempre di più coloro che ricercano un tipo di viaggio diverso, che permetta loro di vivere a contatto con la natura e godendosi appieno ogni luogo esplorato. Il turista "slow" predilige luoghi poco affollati e immersi nella cultura locale, per conoscere le tradizioni, gli usi e costumi e vivere intensamente ogni singolo istante del proprio viaggio, per scoprire le destinazioni rispettandole e custodendo il valore del patrimonio e delle ricchezze che hanno da offrire. Uno degli elementi più inquinanti dell'industria turistica è il trasporto: per questo nello *Slow tourism* si tende a privilegiare mezzi sostenibili come il treno o la bicicletta, che diventano parte integrante dell'esperienza, permettendo al turista di ammirare le bellezze del territorio circostante.

Tale segmento opta spesso per destinazioni "minori", ovvero meno conosciute, e fuori dai circuiti tradizionali, quali la rete dei Borghi storici, che hanno assunto un ruolo di rilievo nella pianificazione strategica del turismo. Considerati come una delle chiavi della competitività del sistema turistico-culturale italiano, essi intercettano l'interesse di numerose e diversificate tipologie di turisti, tra cui certamente gli amanti dello *Slow tourism*, i turisti religiosi, i turisti delle origini (o delle radici), i fruitori delle proposte di circuiti.

Nello specifico, la sensibilità ai temi della sostenibilità ambientale e socioculturale da parte di fasce sempre più ampie della domanda di turisti e viaggiatori trova nel turismo lento e nei cammini il proprio segmento di offerta privilegiato (anche in connessione all'enogastronomia e natura, individuati come prioritari per il Lazio in altri cluster del presente Piano). La sostenibilità si declina in varie dimensioni: come controllo degli indicatori ambientali (procedure ESG, EMAS, ecc.) e azioni correttive; come tema "green", elemento caratterizzante i prodotti turistici (tour in bici, itinerari green e slow); come attività di riduzione dei consumi e controllo dell'inquinamento da parte delle strutture ricettive.

All'interno dell'approccio del turismo slow si colloca una particolare rilevanza verso il turismo connesso alle camminate, all'escursionismo e al trekking leggero, lungo i numerosi sentieri e ciclovie che caratterizzano il territorio regionale e che sono sempre più riconosciuti come elementi di attrattività turistica. Nello specifico, il crescente rilievo dei *cammini* è testimoniato dalla previsione di una linea di attività ad essi dedicata nel *Piano strategico del turismo 2023-2027* (PST). In relazione ai cammini, il PST evidenzia alcuni utili elementi specifici, tra cui il fenomeno dell'ospitalità nelle strutture religiose, segmento in grande evoluzione. Secondo l'ORI - Ospitalità Religiosa Italiana, sono stati 5,6 milioni i turisti che nel 2019 hanno scelto di soggiornare in una struttura associata, 3,3 milioni dei quali stranieri. Il turismo legato ai cammini è presentato come una grande opportunità per lo sviluppo socioculturale, turistico ed economico dei territori attraversati: nel 2023 in Italia si trovavano oltre 70 cammini che prevedevano una credenziale come strumento che attesta lo status del camminatore. Si evidenzia, in tale segmento, una forte presenza femminile, un numero crescente di giovani e una tendenza a mettersi in viaggio singolarmente o in piccoli gruppi. La durata del cammino è molto varia: si va da chi per corre per 30-40 giorni i cammini più lunghi a chi fa i cammini brevi o alcune tappe dei cammini con una media di circa 7 giorni. Il PST definisce due profili tipici di camminatore: "*il pellegrino "puro" guidato dall'obiettivo della meta finale, che preferisce gli ostelli a donativo e tende a consumare pasti semplici, viaggia per molti giorni e ha una spesa media giornaliera di 30-40 euro; ed il camminatore che ama entrare in contatto con le comunità che attraversa dormendo in B&B gestiti da persone del luogo, assaporare cibi locali nelle trattorie tipiche e scoprire i piaceri del luogo (terme e attività di benessere), viaggia per periodi più brevi e ha una spesa media giornaliera di 40-70 euro*".

Anche l'ultimo Rapporto sul turismo italiano 2022-2023, edito dal CNR[15], dedica al segmento un capitolo dedicato, "I cammini italiani: la qualità dell'esperienza dei viaggiatori"[16] che riporta in evidenza ulteriori dati dalla sesta edizione di "Italia, Paese di Cammini 2023"[17], dossier di Terre di mezzo Editore. Nel 2022 è cresciuto in Italia il numero di cammini ben strutturati e delle persone che li percorrono interamente. Il dossier stima che almeno 123 mila persone abbiano intrapreso un cammino - confermando la tendenza registrata nel post pandemia. Secondo il dossier, i Testimonium distribuiti, ossia i documenti con cui viene "certificato" che il camminatore ha concluso il cammino, sono quasi triplicati rispetto all'anno precedente, superando i 33 mila, anche in conseguenza dell'aumento del numero di cammini che li rilasciano (47 rispetto ai 19 del 2021). In crescita anche il numero di persone che hanno ritirato una Credenziale - il "passaporto del pellegrino" su cui il viandante riceve un timbro presso le strutture che incontra lungo il cammino - con 86 mila Credenziali consegnate e registrate nel 2022. In linea con queste tendenze, anche i dati relativi alla Via Francigena stimati dall'Associazione Europea delle Vie Francigene mostrano una crescita dei viandanti rispetto al 2021 con numeri che si avvicinano all'andamento registrato nel 2019: circa 50.000 pellegrini hanno percorso la Via Francigena nel 2022 rispetto ai 40.000 stimati nel 2021, con una permanenza media sul cammino di sette giorni.

Nel 2023, Ministero del Turismo (MITUR) ha avviato un'azione strategica che prevede uno stanziamento di circa 4,5 milioni di euro per la promozione e valorizzazione dei cammini religiosi, una rete di 35 itinerari escursionistici a tema religioso o spirituale, percorribili a piedi o con altre forme di turismo lento e sostenibile che attraversano per 13.000 Km tutte le regioni italiane, riuniti nel nuovo Catalogo dei percorsi accreditati con il Fondo del MITUR.

4.3.1. Slow tourism

Contesto territoriale e obiettivi

Il turismo lento è un approccio che promuove l'interazione con la comunità ospitante, stimolando scambi tra persone con diverse esperienze e culture, esaltando le specificità dei luoghi attraverso prodotti locali e servizi non standardizzati, minimizzando l'impatto ambientale con un approccio sostenibile. Questo turismo richiede una qualità sempre più alta e privilegia ritmi non frenetici per offrire un'esperienza a 360 gradi che sia diversa dal solito turismo di massa, rapido e consumistico: in questo senso è un turismo che, nel caso del Lazio, trova riscontro nelle tantissime destinazioni locali promuovendo la ricerca da parte del turista delle peculiarità locali e di esperienze autentiche. Questo nuovo approccio turistico è lo specchio, quindi, di una nuova filosofia di vita in evoluzione sempre maggiore che si riflette anche nel modo di viaggiare: ad esempio, si promuove la conoscenza e la scoperta di cibi biologici e a chilometro zero, scegliendo destinazioni che prestano attenzione al risparmio energetico e alla raccolta differenziata, per sostenere valori di turismo più sano e autentico. Per chi sceglie un approccio slow nel viaggiare, cresce il desiderio di andare oltre le brochure, comprendendo l'impatto ambientale di una struttura turistica, la sensibilità ecologica dei gestori e l'origine del cibo prima di acquistare un servizio. In tal senso, lo Slow Tourism punta alla minimizzazione degli impatti sull'ambiente, adottando un approccio "lento" e sostenibile, economicamente conveniente, autentico e socialmente rispettoso verso le comunità locali che il turista può ritrovare nella regione Lazio. Quest'ultima è la patria di campagne e natura, borghi e cultura, destinazione privilegiata per il turista che ricerca questo tipo di esperienza di viaggio. In particolare, la destinazione più ricercata dal turista, sensibile anche ad un'esperienza enogastronomica

[15] Consiglio Nazionale delle Ricerche (2023), *XXVI° Rapporto sul Turismo Italiano 2022-23*, Roma.

[16] Il contributo presenta i risultati di un'interessante ricerca in relazione all'esperienza dei cammini dalla prospettiva dei turisti, fornendone una lettura attraverso l'analisi dei contenuti pubblicati online basata su tecniche di text mining, in particolare su TripAdvisor. L'attenzione si concentra sulla qualità dell'esperienza del cammino dal punto di vista dei viaggiatori, aspetto critico per la valorizzazione dei cammini.

[17] https://www.terre.it/cammini-percorsi/i-dati-dei-cammini/italia-paese-di-cammini-il-dossier-di-terre-di-mezzo-tutti-i-numeri-del-2023/?srsltid=AfmBOoqtAWWkg6DnwnO5SOxhAjzAcEfQJzM_M2uP7SsQGXLeiYWNDrm3

e culturale locale, è il borgo. Ne troviamo un numero molto elevato nella regione quali, ad esempio, Ariccia, Anagni, Anguillara Sabazia, Albano Laziale, Alatri, Accumuli e molti altri.

Linee di intervento

- Migliorare le infrastrutture, definendo gli standard di sicurezza, accessibilità e qualità dei percorsi per le escursioni e le piste ciclabili.
- Valorizzare le aree rurali, attraverso itinerari culturali e naturalistici ed enogastronomici per soddisfare al meglio i desideri del viaggiatore alla ricerca di questo tipo di viaggio lento.
- Incoraggiare i viaggiatori all'utilizzo più assiduo di mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, tramite campagne di comunicazione a favore della sostenibilità ambientale.
- Promuovere la costruzione di strutture capaci di valorizzare il turismo all'aria aperta, come campeggi, *glamping*, aree sosta *camper* e strutture per favorire le degustazioni, come agriturismi e stand tipici di prodotti locali.

4.3.2. Cammini

Contesto territoriale e obiettivi

L'approccio al turismo lento ricomprende un particolare interesse per il turismo connesso all'escursionismo e ai cammini. Numerosi sono gli itinerari che il Lazio mette a disposizione per gli amanti di biciclettate o camminate; numerosi, inoltre, sono i percorsi per gli amanti del trekking leggero, come quello nell'Antica Via Clodia o la Via dell'acqua, che collega Assisi e Roma. Il territorio comprende ben 130 sentieri e ciclovie che permettono di scoprire una natura rigogliosa, dagli scorci eterogenei e spesso incontaminati. I primi ad essere protagonisti di questo modo di viaggiare sono i territori dell'entroterra e i monti della nostra regione, come la zona del "Manto Verde", nel reatino, comprendente le Valli del Velino, del Salto, del Turano, dell'olio e la valle Santa Reatina, e anche la zona della Sabina che dà la possibilità di intraprendere passeggiate a piedi, a cavallo o in bici.
Accanto agli itinerari naturalistici ed escursionistici, si è andato sempre più affiancando ed espandendo a livello internazionale un "turismo spirituale", dove le varie esperienze di turismo religioso - dai pellegrinaggi alla visita di luoghi sacri - si svolgono e dipanano su itinerari che si intrecciano con i luoghi che attraversano e si contaminano con esperienze legate alle bellezze naturali o alla ricchezza del patrimonio storico-artistico. Dunque, si pone in chiave turistica il tema dell'arricchimento che il pellegrino può trarre dal contatto con l'ambiente culturale e con gli usi e costumi del territorio e della comunità che ospitano i luoghi attraversati dagli itinerari.
È precisamente in queste tipologie di esperienze che si colloca il *turismo dei cammini*, in quanto raccordo tra pellegrinaggio religioso-spirituale e turismo "slow". Se, dal lato della domanda, risponde a forti spinte interiori in direzione di esperienze autentiche e trasformative, dal lato dell'offerta consente di innescare processi di sviluppo sostenibile, non solo dal punto di vista ambientale ma anche economico e sociale, grazie al coinvolgimento e alla promozione delle comunità ospitanti. Un'efficace definizione sintetica di Cammino è riportata nel *Piano Strategico del turismo 2023-2027*, dove viene descritta come una "*attività a carattere storico, religioso, escursionistico e culturale sotto forma di itinerario percorribile a piedi o con altre forme di mobilità dolce sostenibile, senza l'ausilio di mezzi a motore, che si svolge per almeno 100 chilometri percorrendo centri urbani, zone extraurbane, piste ciclabili, ciclovie, sentieri, tratturi o tratturelli presenti su territorio regionale, nonché pellegrinaggi che sono entrati a far parte della centenaria tradizione religiosa popolare e nel cui itinerario sono compresi siti di pregio artistico-ambientale*"[18].
Certamente una delle sfide principali relativa a questo segmento di turismo e ai suoi obiettivi di policy consiste nella capacità di tenere insieme, da un lato, la massima riduzione dell'impatto ambientale e il

[18] Forlani, F., Ferrucci, L., Picciotti, A., & Splendiani, S. (2021). Mapping and Evaluating the Attractiveness of Pilgrim Routes from an Experiential Perspective: the Case of the 'Paths through Italy.' The international journal of religious tourism and pilgrimage, 9(4), 25-37. DOI: 10.21427/FDH7-VZ60.

potenziamento dei livelli di digitalizzazione e innovazione tecnologica, dall'altro, livelli bassi di prezzi, visto il target dei fedeli e in generale una tipologia di cliente incline alla sobrietà e frugalità.
Il Lazio è la regione dei cammini: i suoi itinerari e percorsi rappresentano strumenti formidabili di promozione del turismo regionale. Questa rete di vie, di antichi tracciati di pellegrinaggio, di itinerari, è il vero punto di forza del segmento turistico *slow* e *outdoor*. Nel Lazio si snoda, nello specifico, la Via Francigena, che attraversa quattro stati nazionali e 2000 km in dieci regioni italiane, da nord a sud, ed è l'asse portante dei cammini italiani, paragonabile per scala e importanza solo al Cammino di Santiago di Compostela, con cui condivide la forte vocazione internazionale.
La **Rete dei cammini del Lazio**, per come definita a partire dall'approvazione della legge regionale 10 marzo 2017, n. 2 concernente la realizzazione, manutenzione, gestione, promozione e valorizzazione della rete dei cammini della Regione Lazio, si articola attualmente con i Cammini della Via Francigena del Nord (aree territoriali della Tuscia e Maremma Laziale) e del Sud (Litorale, Castelli Romani, Monti Lepini e Piana Pontina, Ciociaria e Roma), il Cammino di San Francesco (Valle del Tevere, Sabina e Monti Reatini), il Cammino di San Benedetto (Sabina e Monti Reatini, Valle dell'Aniene e Monti Simbruini, e Ciociaria), i Cammini della Luce - Via Amerina e il Cammino dei Parchi (un percorso che collega Roma a L'Aquila attraverso numerosi parchi naturali regionali e catene montuose, e incontra 42 borghi con una lunghezza totale di 430 km sviluppati in 25 tappe). In questa prospettiva il Piano intende valorizzare, a partire dai Cammini riconosciuti, tutti i percorsi storici, religiosi, culturali, paesaggistici riconosciuti particolarmente meritevoli di tutela. A questi si aggiunge ovviamente *quell'unicum* rappresentato dalle vie consolari romane, primarie e secondarie, oltre all'insieme dei percorsi escursionistici regionali comprendenti strade carrarecce, mulattiere, tratturi, piste ciclabili, sentieri, ect.

Linee di intervento

- Promuovere il sistema del turismo dei cammini del Lazio in quanto forma di turismo sostenibile, accessibile e inclusivo.
- Potenziare l'attrattività turistica dei cammini attraverso non solo azioni che promuovano la specificità di ognuno, ma soprattutto azioni che ne valorizzino l'effetto di rete, avvalendosi anche del supporto e della valorizzazione delle associazioni pro-loco del Lazio.
- Sostenere progetti volti a migliorare l'accessibilità e la fruizione dei cammini laziali con specifiche politiche di incentivazione e aiuto in riferimento a:

  ► un sistema di infrastrutture adeguato a pellegrini ed escursionisti, come l'ospitalità a basso costo (laica o religiosa);
  ► un sistema di manutenzione costante, adeguato al percorso e alla segnaletica;
  ► una campagna di promozione internazionale partendo proprio dalla collaborazione con ENIT, Agenzia nazionale di promozione del turismo all'estero;
  ► il potenziamento delle attività dell'osservatorio permanente per monitorare e misurare il passaggio e l'arrivo dei pellegrini e il loro impatto economico;
  ► incentivi per la predisposizione e/o il miglioramento dei servizi di supporto per il pellegrino come trasporto zaini, Wi-Fi, caricatori per biciclette elettriche, ect.

- Potenziare i livelli di digitalizzazione, tramite una formazione qualificata, e l'introduzione di modelli innovativi di organizzazione del lavoro e di piattaforme digitali che potranno garantire la diffusione delle iniziative e la creazione di reti tecnologiche e digitali.
- Sostenere la realizzazione e la cura di eventi tematizzati di promozione e animazione lungo i cammini, inclusa la città di Roma e il Vaticano.
- Incentivare l'offerta di proposte di alloggio e ristorazione diversificate per target, al fine di rispondere ai diversi bisogni e desideri, creando quindi esperienze *tailor made*.

4.3.3. Turismo fluviale e lacuale

Il Lazio è un territorio ricco di fiumi e di laghi che caratterizzano l'ambiente e il paesaggio della Città metropolitana di Roma Capitale e di tutte le province. Essi rappresentano una grande risorsa naturale da valorizzare anche in chiave turistica. La Regione riconosce i fiumi e i laghi del Lazio quali elementi naturali che integrano l'offerta turistica regionale e promuove il turismo fluviale e lacuale per lo sviluppo integrale attraverso il turismo sostenibile.
Gli interventi che si possono realizzare in questo ambito sono molteplici: tutela e valorizzazione dei beni storico-artistici, paesaggistici, archeologici, architettonici e antropologici dei comuni rivieraschi; promozione dell'immagine e dell'economia dei fiumi e dei laghi a livello culturale, paesaggistico, eno-gastronomico; conservazione e valorizzazione dell'ambiente naturale, del paesaggio, della flora e della fauna; bonifiche e prevenzione dell'inquinamento; sostegno alla fruizione turistica del territorio anche tramite l'abbattimento delle barriere architettoniche; promozione del turismo lento anche con l'utilizzo delle piste ciclabili che costeggiano i fiumi e i laghi e attraverso la navigazione, nonché dei percorsi riconosciuti nella Rete regionale dei cammini; riqualificazione e ristrutturazione di fabbricati e strutture già esistenti e funzionali all'offerta di forme di turismo fluviale, ivi comprese le infrastrutture funzionali al turismo fluviale, quali approdi e ormeggi oltre che passerelle, scalinate, ponti e ponti mobili; sostegno agli istituti scolastici per l'organizzazione di visite guidate, laboratori e viaggi d'istruzione; coordinamento nell'azione di tutela dei fiumi e dei laghi.

4.4. Cluster IV - Grandi eventi

Il cluster dei Grandi eventi rientra nel tema dello sviluppo turistico mediante la pianificazione di iniziative rivolte a un ampio numero di partecipanti, orientate al territorio regionale, ma anche nazionale e internazionale.
Gli eventi rappresentano non solo un'occasione di spettacolo e di intrattenimento per il pubblico ma anche uno strumento con cui generare ricadute economiche positive attraverso la spesa attivata dai visitatori e dagli organizzatori che, a seconda della portata dell'iniziativa e del livello territoriale, può sostenere il tessuto economico locale e, nel caso dei grandi eventi, anche la crescita e lo sviluppo economico di un territorio più ampio. Gli stessi possono favorire 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.
Per tale ragione, i grandi eventi assumono una rilevanza essenziale, dunque, per due motivi tra loro collegati: innanzitutto si ritiene che l'impulso pubblico nell'ambito turistico inneschi un effetto leva, moltiplicando investimenti e risorse attraverso opportune iniziative, generando circoli virtuosi dal punto di vista economico per imprese, operatori del settore, collettività; dal punto di vista della comunicazione essi assumono rilevanza in quanto capaci di veicolare con efficacia l'immagine del Lazio e del «Brand Lazio», delle sue bellezze e dei suoi attrattori naturali e culturali, nonché dei suoi prodotti e destinazioni locali. In tale ottica, il grande evento rappresenta una vetrina per la regione e i territori direttamente e indirettamente coinvolti, permettendone una sovraesposizione a livello globale e diventando, così, un utilissimo strumento di marketing territoriale. Ciò nell'intento di creare quei landmark necessari ad attirare investimenti a livello mondiale, finalizzati al sostegno di una strategia capace di incidere sulla valorizzazione socioeconomica dell'intera area, sia dal punto di vista turistico, creando offerte esperienziali per un end-user turista (cliente esterno al territorio), sia dal punto di vista della comunità ospitante per un end-user residente (cliente interno al territorio) che vede migliorata la propria area abitativa grazie all'attrazione di risorse per le imprese locali.
La programmazione e gestione di grandi eventi necessita di un approccio coordinato tra i soggetti chiamati all'organizzazione, per ottimizzare i risultati e le potenzialità offerte dal territorio. Particolare attenzione va posta alla gestione del pre e del post evento, promuovendo in maniera integrata l'intera offerta turistica, con una strategia di marketing uniforme, capace di creare un desiderio, pensare i servizi in funzione dei turisti, diffondere lo stile dell'accoglienza e affermare le eccellenze regionali sui mercati nazionali e internazionali.

A tal fine, risulta fondamentale sviluppare la "cultura dell'accoglienza," come strumento che consente di sensibilizzare gli attori coinvolti a vario titolo nell'organizzazione degli eventi, al fine di migliorare la qualità dell'offerta e delle professionalità degli operatori, in tutta la filiera turistica.
È necessario, inoltre, creare nuove figure, attraverso formazione e aggiornamento delle competenze, definendo nuove generazioni di lavoratori e imprenditori esperti anche nelle tecnologie digitali e capaci di fornire alla clientela un'offerta turistica adeguata - effettuando un'analisi dettagliata del territorio di interesse -, nell'industria e nei servizi del turismo e dell'ospitalità, così come nella promozione e nello sviluppo del turismo e degli eventi culturali.

4.4.1. MICE

Contesto territoriale e obiettivi

Il segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) comprende molteplici iniziative di incontro tra persone con varie finalità e, in particolare, congressi, conferenze, convention, seminari, corsi, workshop, lanci di prodotto, viaggi di incentivazione, fiere, ecc. Il mercato dei congressi e degli eventi rappresenta un settore chiave di sviluppo all'interno del comparto turistico laziale ed un generatore importante di reddito, impiego ed investimenti. Oltre a quelli economici, il mercato dei congressi e degli eventi offre grandi benefici anche in senso più ampio, in quanto genera un livello di spesa mediamente superiore, riduce la stagionalità, crea nuovi posti di lavoro, contribuisce alla riqualificazione delle destinazioni, diffonde la conoscenza, aumenta l'innovazione e la creatività, favorisce la promozione e l'internazionalizzazione delle produzioni Made in Italy, contribuisce a valorizzare il patrimonio storico, artistico e culturale del nostro Paese.
La Regione, attraverso una stretta collaborazione con il Convention Bureau Roma e Lazio, sostiene la promozione e lo sviluppo del turismo congressuale di una determinata destinazione, al fine di incrementare il numero di eventi, convegni, meeting sul proprio territorio.
A tal riguardo, Roma è risultata essere la settima città al mondo per il turismo congressuale nel 2023 in base alla classifica ICCA, *International congress and convention association*, con 119 convention internazionali ospitate, un riconoscimento che, oltre a confermare il ruolo della Capitale come destinazione di rilievo per la *meeting industry*, contribuisce a trainare l'Italia al primo posto in Europa e al secondo posto mondiale. Ma, pur sottolineando tale primato, obiettivo del Piano dovrà anche essere quello di valorizzare quelle località del Lazio, come ad esempio Viterbo, Fiuggi ecc., in grado di realizzare forme rilevanti di intercettazione del segmento MICE grazie alla loro capacità di offerta di strutture ricettive presenti sul territorio. Per il futuro la strategia regionale consiste, pertanto, nell'incentivare l'organizzazione di eventi di qualsiasi tipologia e numero, *viaggi incentive* e attività di *team building*, attraverso la reputazione delle location e il loro possibile impiego per produzioni legate a cinema, moda e pubblicità, nell'intento di offrire un turismo multiesperienziale.
Sarà necessario, inoltre, realizzare azioni ancora più mirate al fine di rendere il Lazio una destinazione MICE sempre più in sintonia con uno stile moderno e attivo e all'insegna della sostenibilità, in linea con la tipologia di domanda MICE attuale. In questo senso, il settore MICE si intreccia sempre più con il turismo delle esperienze, nelle possibili attività per piccoli e grandi gruppi, alla scoperta di borghi, cammini, touring da scoprire a piedi, in bicicletta o a cavallo, percorsi del gusto oltre che arte e cultura da organizzare nelle aree protette, nei parchi, nei centri termali e nei tanti luoghi attrezzati per lo sport.

Linee di intervento

- Sviluppare un Tavolo Fiere interistituzionale coordinato dal Ministero del Turismo che coinvolga le altre amministrazioni con competenze fieristiche (o congressuali) nonché le Regioni e i principali Stakeholder del comparto. Il tavolo gestirà due gruppi di lavoro, internazionale e nazionale, dediti alla pianificazione strategica.
- Innovare le politiche di marketing e dei modelli di offerta.

- Inserire le Manifestazioni Fieristiche nelle attività di comunicazione e promozione turistica, quali elementi di attrattività del Lazio.
- Stimolare la collaborazione tra settore fieristico, settori turistico e culturale, e associazioni di categoria, per favorire un'offerta integrata dei sistemi territoriali (accoglienza, trasporto, offerta turistico-culturale, commercio, visite ai siti produttivi, ecc.).
- Sinergia nello sviluppo di una rete per l'incoming (buyer ed espositori) alle mostre nel Lazio e Italia stimolando nuovi investimenti in innovazione tecnologica e ampliando l'offerta turistica.
- Ammodernare le strutture fieristiche, anche implementando tecnologie e servizi digitali, in un'ottica di accessibilità.
- Creare nuove manifestazioni relative a settori innovativi.
- Innovare e migliorare la comunicazione con espositori e visitatori, facilitando il contatto con gli operatori geograficamente più distanti.
- Attivare percorsi formativi specifici per operatori coinvolti, con il coinvolgimento degli enti formativi e delle Università e attività formative rivolte a visitatori ed espositori.
- Promuovere eventi fieristici su tematiche green anche ai fini di educazione e divulgazione di idee e innovazioni, sviluppando green practices ed economia circolare.
- Incentivare il ricorso alle certificazioni ambientali.
- Incrementare la partecipazione a fiere internazionali.

4.4.2. *Wedding tourism*

Contesto territoriale e obiettivi

La *Wedding Industry* è un settore in costante crescita in tutta Italia e con numeri di grande interesse: le ultime rilevazioni del 2022 stimano in 619 mila gli arrivi e in oltre 2 milioni le presenze turistiche collegate al *Destination Wedding*, generando un fatturato di 599 milioni di euro (circa l'11% in più rispetto ai livelli stimati nel 2019), per un totale di 11.100 matrimoni stranieri organizzati in Italia. In quest'ottica, il settore del Wedding assume un ruolo chiave e può rappresentare uno straordinario mezzo di valorizzazione turistica ed economica dei territori.
A riguardo il Lazio, con i suoi paesaggi che spaziano dal mare all'entroterra, passando per i borghi caratteristici, si presta perfettamente ad essere scelto come luogo ideale per celebrare matrimoni (religiosi o civili). Il territorio regala campagne esclusive, laghi, castelli, borghi, case di campagna e ville, chiese esclusive, per non parlare dell'infinito numero di piccole città medievali e rinascimentali che creano le condizioni per lo sviluppo ulteriore del settore.
Roma, città che con il suo impareggiabile fascino, è la città più amata dagli stranieri per sposarsi in Italia ma il territorio laziale offre altrettante destinazioni affascinati come Tarquinia, sulla costa settentrionale, Ostia Antica e Tivoli, Civita di Bagnoregio, un antico borgo nel cuore della Tuscia laziale, il Parco Regionale dei Castelli Romani, tre grandi laghi, Bracciano Vico e Bolsena, le montagne del reatino, il litorale laziale.
A queste bellezze culturali e naturali si aggiunge l'ampia offerta enogastronomica e le eccellenze dei prodotti laziali e di quelli artigianali che caratterizzano il territorio.
Per l'offerta paesaggistica del territorio, la Regione Lazio intende puntare con decisione su questo asset per attirare un turismo di qualità e destagionalizzato, pronta ad accogliere le richieste di mercato e per rendere il settore fortemente competitivo su scala nazionale e internazionale, sviluppando e valorizzando i «Brand di Destinazione».
Ai fini dello sviluppo futuro si reputano necessari interventi volti soprattutto a qualificare maggiormente la filiera, favorendo nuovi prodotti, destinazioni e competenze che consentano di incrementare l'internazionalizzazione e di affrontare mercati divenuti più competitivi ed esigenti. Si evidenzia anche la necessità, soprattutto in alcuni territori, di istituire enti che assolvano ad una funzione di promozione coordinata e integrata, aumentando così le capacità di attrazione degli eventi e di gestione delle relazioni con i clienti e i vari operatori coinvolti.

Allo scopo dovranno attivarsi apposite sinergie con operatori del settore finalizzate a potenziare la rete strutturale ricettiva della regione, nonché con altri rami dall'amministrazione interessati a condividere percorsi di alta formazione e specializzazione nel management dell'ospitalità e del *wedding tourism*.

Linee di intervento

- Ispirare, informare e accendere i riflettori sui «Brand di Destinazione» e sul «Brand Lazio».
- Promuovere nel mondo i luoghi più belli e le maestranze locali migliori.
- Implementare l'offerta turistica della Regione Lazio come meta romantica e quindi come luogo ideale per l'organizzazione di matrimoni.
- Attrarre investitori stranieri.
- Affiliazione annuale a "Italy for Weddings", dipartimento all'interno di CB Italia, interamente dedicato allo sviluppo del Destination Wedding.
- Creazione di un portale dedicato al wedding tourism.
- Incentivare le imprese del settore a utilizzare Digital tourism hub, una piattaforma digitale finanziata dal PNRR.
- Azioni di comunicazioni ad hoc (riviste di settore specializzate, testate nazionali, europee e internazionali, social network, ecc.).
- Azioni di formazione e valorizzazione delle professionalità coinvolte nel settore wedding (es: wedding planner, destination wedding planner, floral designer, wedding stationary).

4.4.3. Giubileo e turismo religioso

Contesto territoriale e obiettivi

Il Giubileo del 2025 rappresenta per Roma e per tutta la Regione Lazio un evento straordinario che attira l'attenzione del mondo intero. Secondo i dati elaborati dall'Università Roma Tre, si stima che Roma sia pronta ad accogliere 32 milioni di pellegrini, un numero tra l'altro destinato a subire modifiche al rialzo, per una spesa turistica di 16,7 miliardi di euro. Questa affluenza eccezionale avrà un impatto positivo su vari settori economici, ma sarà particolarmente significativa per quelli legati direttamente all'industria turistica. Dal punto di vista del marketing, è un'occasione unica per attirare e fidelizzare i visitatori, trasformando un'esperienza "mordi e fuggi" in un'opportunità per creare legami duraturi e lasciare un'impronta positiva.
In questo contesto assume particolare rilevanza l'Investimento M1C3I4.3 "Caput Mundi. Next Generation EU per grandi eventi turistici", incluso nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, del costo complessivo di 500 milioni di euro. L'intervento è finalizzato alla riqualificazione e restauro del patrimonio culturale e urbano e dei complessi di alto valore storico-architettonico della città di Roma, alla valorizzazione e restauro di luoghi ed edifici di interesse storico e di percorsi archeologici, alla riqualificazione dei siti ubicati nelle aree periferiche, alla realizzazione di interventi su parchi, giardini storici, ville e fontane, alla digitalizzazione dei servizi culturali e sviluppo di App per i turisti e all'incremento dell'offerta culturale nelle periferie per promuovere l'inclusione sociale.
La Regione Lazio, insieme ad altre amministrazioni locali, è tra i beneficiari delle risorse del progetto Caput Mundi e, attraverso una programmazione congiunta con i fondi regionali, si stanno realizzando interventi che avranno lo scopo di creare itinerari turistici nazionali e laziali che, muovendo dalla Capitale, portino flussi turistici lungo i percorsi nazionali spesso meno noti, ma non meno "unici". Particolare attenzione è data alla riqualificazione o realizzazione di alcuni percorsi pedonali di accesso alla città (Cammino di San Francesco, Cammino di San Benedetto, Via Francigena), compreso il collegamento alla Rete dei Cammini dei Pellegrini. La ricchezza e la varietà dei percorsi del territorio laziale permette la costruzione di un'offerta differenziata per tipologia di turista, dal pellegrino alla famiglia, intersecandosi con il turismo di lavoro, esperienziale, di avventura o eno-gastronomico. L'obiettivo, inoltre, è di favorire la creazione di nuovi posti di lavoro nel settore turistico per gestire

l'enorme afflusso di pellegrini e turisti. Vista la portata mondiale dell'evento, il programma di interventi predisposti dalla Regione Lazio in occasione del Giubileo della Speranza interessa diversi settori dell'Amministrazione Regionale che è chiamata, nel corso dello svolgimento, a relazionarsi con diversi partner istituzionali del territorio.
Ma il turismo religioso non si esaurisce con il Giubileo del 2025: la regione Lazio è ricca di luoghi di fede - quali chiese, santuari, monasteri, moschee, sinagoghe, ecc. - e di manifestazioni religiose in grado di attrarre da tutto il mondo visitatori e pellegrini alla ricerca di un'esperienza che sia in grado di unire la spiritualità e la bellezza artistica e culturale dei luoghi sacri. Sono, infatti, sempre più numerosi i turisti che intraprendono viaggi verso mete religiose non unicamente per una ricerca spirituale e di fede ma anche per il desiderio di scoperta di luoghi, culture e religioni diversi.

Linee di intervento

- Grande Latium - Cammina in sicurezza: creazione aree attrezzate di sosta lungo i cammini regionali.
- Attività di coordinamento con Roma Capitale anche attraverso un protocollo d'intesa, della gestione in comune dei Punti di Informazione Turistica in Roma con distribuzione anche di materiale riguardante il territorio dell'intera Regione.
- Affiancamento alle varie Amministrazioni locali nell'attivazione di iniziative di promozione turistica legate al Giubileo.
- Formazione di figure professionali (es. *destination manager*) in grado di integrare le risorse del territorio e creare una sinergia tra pubblico e privato.
- Governance multilivello coordinata in grado di programmare politiche volte a valorizzare il territorio, gestire i flussi turistici in modo sostenibile e garantire un'esperienza di qualità per i visitatori.
- Attivazione di processi di partecipazione nelle periferie per coinvolgere gli ultimi e i più lontani.
- Incremento delle strutture per l'accoglienza dei pellegrini e cittadini.
- Realizzazione di un sito e di una app integrata e geolocalizzata del patrimonio sacro di Roma che guidi il turista e offra i servizi di prenotazione, bigliettazione e social.
- Valorizzazione della fruizione digitale di una serie di itinerari.

5 La *governance* regionale per l'attuazione del Piano triennale

Per l'attuazione del Piano triennale e dei piani annuali, la Regione Lazio **intende rafforzare il proprio ruolo** definendo strumenti volti a garantire una migliore gestione dei processi e un più solido coordinamento a livello istituzionale e tra i soggetti pubblici e privati che animano il sistema turistico regionale. Fondamentale risulta, in quest'ottica, la **funzione di *governance* regionale** nell'ottica della programmazione strategica degli interventi, dalla loro gestione e attuazione, fino alla promozione dei **«*Brand* di Destinazione»**, legati allo sviluppo e alla valorizzazione del patrimonio degli *ambiti turistici territoriali* che vanno a comporre e caratterizzare il **«*Brand* Lazio»** nel suo complesso.

In coerenza con gli obiettivi di semplificazione e razionalizzazione amministrativa, al fine di favorire il superamento della complessità normativa e di assicurare una più efficace attuazione delle politiche regionali in materia di turismo, la Regione intende avviare un percorso di elaborazione di un "Testo unico del turismo", finalizzato al riordino organico della disciplina vigente in materia. Il processo è attuato nel quadro di una concertazione istituzionale e tecnica con i soggetti pubblici e privati coinvolti nella *governance* turistica regionale.

La strategia del nuovo Piano triennale si sviluppa a partire dalla **definizione di un nuovo e innovativo sistema di *governance*** attraverso una rimodulazione delle strutture e delle funzioni che lo caratterizzano. Nello specifico, l'**assessorato Turismo, ambiente, Sport, Cambiamenti climatici, Transizione energetica, Sostenibilità** ha il compito di programmare e indirizzare l'azione regionale rivolta allo sviluppo del turismo. Alla **direzione regionale Affari della presidenza, Turismo, Cinema, Audiovisivo e Sport** spetta il compito di orientare e accompagnare l'attuazione dei processi e degli interventi programmati, promuovendo e valorizzando, su scala locale, nazionale e internazionale, l'immagine del sistema turistico laziale e delle sue specifiche destinazioni.
Le attività dell'assessorato e della direzione attengono principalmente a:

- *il coordinamento inter-assessorile*, fungendo da punto di raccordo tra i vari assessorati regionali coinvolti nelle tematiche relative a cultura, ambiente, formazione, trasporti, sviluppo economico e agricoltura, al fine di rafforzare le sinergie e di armonizzare le politiche turistiche con le altre aree strategiche, evitando sovrapposizioni o conflitti tra interventi;
- *la pianificazione integrata a livello regionale*, garantendo che le iniziative di sviluppo del turismo siano in linea con gli obiettivi generali di sviluppo sostenibile, destagionalizzazione e promozione dei territori;
- *il coordinamento con ministeri e istituzioni nazionali e internazionali*, enti locali e loro forme associative per recepire indirizzi strategici nazionali e sovranazionali, nonché istanze territoriali e potenziare le possibili sinergie utili allo sviluppo turistico;
- *la programmazione condivisa degli interventi,* attraverso l'utilizzo di fondi regionali, nazionali ed europei, in coordinamento con le istituzioni responsabili;
- *la definizione di strumenti volti al miglioramento delle competenze professionali*, favorendo interventi formativi orientati alla creazione di un capitale umano altamente qualificato, capace di supportare l'attuazione delle politiche turistiche in modo efficace e innovativo.

A supporto della direzione regionale Affari della Presidenza, Turismo, Cinema, Audiovisivo e Sport si intende, altresì, rafforzare la funzione dell'**Osservatorio regionale del turismo** con il compito di monitorare, analizzare e valutare le dinamiche del settore turistico. L'Osservatorio costituisce un organo di studio e supporto strategico al fine di garantire l'efficacia delle politiche di promozione e valorizzazione del turismo locale.

Nell'ottica di orientare e caratterizzare la *governance* regionale da un punto di vista territoriale, mediante una modifica dell'attuale assetto normativo si istituiscono **DMO territoriali** –

organizzazioni che prevedono la partnership tra soggetti pubblici e privati – costituite sulla base degli ambiti turistici di destinazione della Regione. La partecipazione delle DMO già costituite tra il 2020 e il 2025 alle DMO territoriali sarà consentita nel rispetto degli ambiti turistici di destinazione di cui all'articolo 11 della l.r. 13/2007, attraverso adeguate forme di coordinamento e aggregazione in forma associativa tra le stesse. Le **DMO territoriali** sono finalizzate alla promozione e al miglioramento dell'offerta turistica locale, in un'ottica di sinergia con le strutture regionali e, al contempo, di necessaria autonomia che ne garantisca l'efficacia attuativa. Alle **DMO territoriali** è affidata la promozione di uno sviluppo turistico sostenibile, innovativo e competitivo, declinato all'interno degli ambiti turistici di destinazione e caratterizzato dalle principali funzioni di:

- *miglioramento e potenziamento dell'offerta turistica del territorio e progettazione di prodotti turistici innovativi* come pacchetti turistici integrati, percorsi tematici o itinerari esperienziali che coinvolgano settori diversi in un'ottica di sostenibilità, competitività e innovazione;
- *promozione e marketing territoriale* per promuovere i «*Brand* di Destinazione», a partire dall'organizzazione di campagne di promozione digitale, fiere, eventi e attività di co-marketing, attraverso una gestione efficace delle risorse a disposizione sul territorio;
- *attuazione di pratiche che rispettino l'ambiente e che siano socialmente inclusive*, investendo in infrastrutture eco-sostenibili e promuovendo il turismo responsabile;
- *realizzazione di servizi di informazione e accoglienza* dei turisti;
- *coordinamento con i soggetti pubblici e privati del territorio* per la valorizzazione dei prodotti e delle destinazioni turistiche e il miglioramento della competitività del territorio;
- *realizzazione di progetti pilota e sperimentazioni* che possono riguardare il turismo digitale, l'innovazione nella mobilità sostenibile o la creazione di nuove esperienze turistiche.

Tali DMO operano sotto il coordinamento e l'indirizzo attuativo di una **DMO regionale** la quale, ripristinata tramite un opportuno adeguamento normativo, presenta lo scopo di accompagnare e monitorare i processi e le attività programmate e realizzate. Nello specifico, alla **DMO regionale** sono affidati i seguenti compiti:

- *garantire una gestione coordinata delle iniziative*, promuovendo un dialogo continuo tra istituzioni regionali, DMO territoriali e attori delle filiere turistiche locali;
- *promuovere la creazione di sinergie tra settori chiave* (cultura, enogastronomia, formazione, ambiente, salute, mobilità, ecc.), per creare prodotti turistici integrati, con l'obiettivo di massimizzare il valore aggiunto delle risorse locali attraverso un approccio trasversale;
- *favorire politiche turistiche sostenibili,* assicurando che le azioni realizzate rispettino criteri di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, coinvolgendo tutti i settori pertinenti nel processo decisionale per garantire una crescita turistica equilibrata e a lungo termine;
- *sostenere il coordinamento degli strumenti di promozione e diffusione su scala nazionale e internazionale* dei «*Brand* di Destinazione» e, di conseguenza, del «*Brand* Lazio» nel suo complesso;
- *convogliare e armonizzare le politiche di sviluppo turistico e territoriale, sinora intraprese in ambito locale*, integrandole in un contenitore unitario a regia centrale, in grado di valorizzarne la coerenza strategica e la complementarità operativa;
- *supportare le DMO territoriali nell'adozione di standard qualitativi comuni*, attraverso linee guida operative, percorsi formativi e strumenti condivisi di programmazione e valutazione;
- *svolgere attività di osservazione, analisi e ricerca sui flussi turistici e sulle dinamiche territoriali*, mettendo a disposizione dati e indicatori utili alla pianificazione strategica e al monitoraggio delle *performance*;
- *presidiare il raccordo con i programmi di finanziamento europei, statali e regionali in ambito turistico*, assicurando il corretto allineamento delle progettualità territoriali agli obiettivi di lungo periodo della programmazione regionale.

5.1. Il processo partenariale verso il Forum del turismo della Regione Lazio

Il processo di definizione del Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio 2025-2027 è stato caratterizzato da un intenso percorso di confronto partenariale. Nella consapevolezza dell'importanza che assumono i diversi attori locali del sistema turistico regionale, l'assessorato Turismo, Ambiente, Sport, Cambiamenti climatici, Transizione energetica, Sostenibilità e la direzione regionale Affari della Presidenza, Turismo, Cinema, Audiovisivo e Sport hanno promosso una serie di incontri che hanno visto il protagonismo dei principali *stakeholder* del territorio. Nello specifico, al fine di valorizzare il *brand* promosso dalla Regione e sintetizzato dallo slogan "*C'è tutto un Lazio intorno*", sono stati realizzati cinque incontri, uno per ogni provincia, in alcune delle location del Lazio:

- Provincia di Frosinone - martedì 29 ottobre nella Sala della Ragione di Anagni (FR);
- Provincia di Rieti - martedì 12 novembre presso l'Auditorium San Giorgio, Chiesa di San Giorgio (Fondazione Varrone), Rieti (RI);
- Provincia di Viterbo - giovedì 14 novembre presso le Ex Scuderie di Palazzo Farnese, Caprarola (VT);
- Provincia di Latina - lunedì 18 novembre presso l'Auditorium Infermeria dei Conversi, Priverno (LT);
- Provincia di Roma - martedì 19 novembre nella Sala degli Svizzeri di Villa Mondragone, Monte Porzio Catone (RM).

Gli incontri sono stati rivolti alla condivisione degli obiettivi, della *vision* e della strategia che la Regione Lazio intende sostenere per lo sviluppo del turismo nel triennio 2025-2027, nonché all'acquisizione di osservazioni e proposte da parte del partenariato locale, utili alla definizione del Piano triennale. A valle degli incontri realizzati, le osservazioni recepite sono state assunte e integrate nell'ambito del presente Piano, contribuendo alla definizione di orientamenti e linee di intervento che rispecchino le esigenze e le caratteristiche dei territori protagonisti del sistema turistico regionale.

Sulla scorta dell'esperienza degli incontri territoriali, la Regione Lazio ha promosso, infine, "*Il Forum del Turismo della Regione Lazio*" di mercoledì 5 febbraio 2025, presso il Salone delle Colonne di Roma: un momento centrale di condivisione e presentazione del Piano triennale per lo sviluppo del turismo della Regione Lazio 2025-2027, nonché un'occasione di confronto per la Regione Lazio con i principali attori istituzionali, del sistema turistico e del tessuto produttivo regionale, sulla base di una discussione definita su cinque *panel*.

1. Le nuove esigenze del mercato del turismo: innovazione, inclusività, servizi, sostenibilità.
2. Le declinazioni del turismo nella Regione Lazio tra sviluppo economico, cultura, enogastronomia, politiche del mare, trasporti, accessibilità, sicurezza, infrastrutture, formazione.
3. Formazione nel turismo tra pubblico e privato: le necessità del settore e le nuove professioni legate al turismo.
4. Costruire il prodotto turistico Lazio: i *brand* di destinazione della regione.
5. Il Piano triennale del turismo della Regione Lazio nell'anno del Giubileo 2025.

Il percorso di confronto partenariale realizzato rappresenta soltanto una prima fase di confronto che la Regione ha voluto realizzare e che intende proseguire durante tutto il processo di attuazione del Piano triennale 2025-2027 e dei Piani annuali. In considerazione della connotazione partecipativa che la Regione Lazio ha voluto imprimere anche alla *governance* regionale, attraverso le sinergie tra gli attori coinvolti, la Regione continuerà a promuovere occasioni di confronto con il partenariato, in linea con l'approccio che caratterizza la strategia regionale.

6 Le risorse finanziarie

Il presente Piano si avvarrà principalmente delle risorse finanziarie regionali stanziate sui capitoli a disposizione del turismo nel triennio di riferimento, qui di seguito elencati:

CAPITOLO	DESCRIZIONE CAPITOLO	MISSIONE	PROGRAMMA
U0000B41900	SPESE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	07	01
U0000B41901	ARMO - SPESE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A ISTITUZIONI SOCIALI PRIVATE	07	01
U0000B41902	ARMO - SPESE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A ALTRE IMPRESE	07	01
U0000B41903	ARMO - SPESE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A IMPRESE CONTROLLATE	07	01
U0000B41905	ARMO - SPESE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO (PARTE CORRENTE) § SERVIZI FINANZIARI	07	01
U0000B41906	ARMO - SPESE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A ALTRE IMPRESE PARTECIPATE	07	01
U0000B41916	ARMO - SPESE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO (PARTE CORRENTE) § ALTRI SERVIZI	07	01
U0000B43900	SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A ALTRE IMPRESE	07	01
U0000B43903	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	07	01
U0000B43904	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A IMPRESE CONTROLLATE	07	01
U0000B43906	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § TRASFERIMENTI CORRENTI A ISTITUZIONI SOCIALI PRIVATE	07	01
U0000B43907	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § ORGANIZZAZIONE EVENTI, PUBBLICITÀ E SERVIZI PER TRASFERTA	07	01
U0000B43908	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § GIORNALI, RIVISTE E PUBBLICAZIONI	07	01
U0000B43909	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § PRESTAZIONI PROFESSIONALI E SPECIALISTICHE	07	01
U0000B43911	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § SERVIZI INFORMATICI E DI TELECOMUNICAZIONI	07	01
U0000B43912	ARMO - SPESE PER LA PROMOZIONE TURISTICA (PARTE CORRENTE) § ALTRI SERVIZI	07	01
U0000B43913	SPESE PER IL SOSTEGNO DEL SETTORE TURISTICO REGIONALE – PARTE CORRENTE (L.R. N. 14/2021, ART. 44) § TRASFERIMENTI CORRENTI A ALTRE IMPRESE	07	01
U0000B43914	ARMO - SPESE PER IL SOSTEGNO DEL SETTORE TURISTICO REGIONALE - PARTE CORRENTE (L.R. N. 14/2021, ART. 44) § TRASFERIMENTI CORRENTI A IMPRESE CONTROLLATE	07	01
U0000B43915	SPESE RELATIVE AL FUNZIONAMENTO ED ALLE ATTIVITÀ DELLA DMO (L.R. N. 13/2007, ART. 8 E S.M.I.) § TRASFERIMENTI CORRENTI A ISTITUZIONI SOCIALI PRIVATE	07	01
U0000B43916	COFINANZIAMENTO REGIONALE DEL FONDO UNICO NAZIONALE PER IL TURISMO - PARTE CORRENTE (ART. 1, COMMA 366, LEGGE 30 DICEMBRE 2021, N. 234) § ORGANIZZAZIONE EVENTI, PUBBLICITA' E SERVIZI PER TRASFERTA	07	01
U0000B44517	FONDO ROTATIVO PER LE PMI - TURISMO (L.R. 27/2006, ART. 67) § CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A IMPRESE CONTROLLATE	07	01
U0000B44521	SPESE PER IL SOSTEGNO DEL SETTORE TURISTICO REGIONALE – PARTE IN CONTO CAPITALE (L.R. N. 14/2021, ART. 44) § CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A ALTRE IMPRESE	07	01
U0000B44522	SPESE RELATIVE ALLA PARTECIPAZIONE DELLA REGIONE LAZIO ALLA DMO (L.R. N. 13/2007, ART. 8 E S.M.I.) § ACQUISIZIONI DI PARTECIPAZIONI E CONFERIMENTI DI CAPITALE IN ISTITUZIONI SOCIALI PRIVATE - ISP	07	01

U0000G23916	FONDO PER LA PROMOZIONE DELLA RCL - INTERVENTI DI PARTE CORRENTE (L.R. N. 2/2017) § TRASFERIMENTI CORRENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	05	01
U0000G23920	ARMO - FONDO PER LA PROMOZIONE DELLA RCL - INTERVENTI DI PARTE CORRENTE (L.R. N. 2/2017) § PRESTAZIONI PROFESSIONALI E SPECIALISTICHE	05	01
U0000G24570	FONDO PER LA PROMOZIONE DELLA RCL - INTERVENTI IN CONTO CAPITALE (L.R. N. 2/2017) § CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	05	01
U0000G24577	ARMO - FONDO PER LA PROMOZIONE DELLA RCL - INTERVENTI IN CONTO CAPITALE (L.R. N. 2/2017) § SOFTWARE	05	01
U0000B44523	FONDO PER IL SOSTEGNO DEL TURISMO EQUESTRE, DEI CENTRI IPPICI E DEGLI INTERVENTI ASSISTITI CON GLI EQUIDI - PARTE IN CONTO CAPITALE (LR. N. 21/2023) § CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	07	01
U0000B44524	FONDO REGIONALE DI ATTIVITA' DI PROMOZIONE DEL GIUBILEO 2025 - PARTE IN CONTO CAPITALE (L.R. N. 23/2023, ART. 23, CC. 8-10) § CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	07	01
U0000B43917	FONDO PER IL SOSTEGNO DEL TURISMO EQUESTRE, DEI CENTRI IPPICI E DEGLI INTERVENTI ASSISTITI CON GLI EQUIDI - PARTE CORRENTE (L.R. N. 21/2023) § TRASFERIMENTI CORRENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	07	01
U0000B43918	FONDO REGIONALE PER LE ATTIVITA' FUNZIONALI AL GIUBILEO 2025 - PARTE CORRENTE (L.R. N. 23/2023, ART. 23, CC. 8-10) § TRASFERIMENTI CORRENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI	07	01

Altre risorse finanziarie saranno reperite mediante fondi messi a disposizione dallo Stato nell'ambito:

- del Fondo di Sviluppo e Coesione 2021/2027. L'Accordo per la Coesione della Regione Lazio già prevede il sostegno ad Interventi connessi al turismo e all'ospitalità;
- del Fondo unico nazionale per il turismo (art. 1, comma 366, legge 30 dicembre 2021, n. 234).

In considerazione della trasversalità del settore turistico si potranno prevedere sinergie progettuali in raccordo con gli assessorati di pertinenza con conseguente utilizzo di ulteriori risorse finanziarie.

In conclusione

Le linee programmatiche e di sviluppo che sono state esposte rappresentano il frutto di un dialogo con il territorio, con operatori e associazioni del turismo, con istituzioni ed enti pubblici e privati.
Nei mesi di Ottobre e Novembre 2024 si sono svolti cinque incontri territoriali, uno in ogni provincia della Regione. Durante questi incontri, che hanno registrato un'ampia ed attiva partecipazione, sono state ascoltate tutte le istanze rappresentate dai partecipanti.
Lo scopo era quello di giungere a una condivisione delle strategie e degli obiettivi del Piano nel rispetto di un principio partecipativo che non preveda una programmazione calata dall'alto, bensì fondata su esigenze riscontrate in concreto da tutti gli attori del comparto turismo. Nel caso specifico, dai cinque appuntamenti è emersa una positiva condivisione della bozza presentata e gli spunti proposti sono stati recepiti e inclusi per arricchire il Piano.
Questo approccio fa parte di una visione più generale che vede l'ascolto come fase fondamentale dei processi decisionali e definisce l'essenza del "Modello Lazio".

Il Primo Forum Regionale del Turismo, che si è tenuto a Roma presso il Salone delle Colonne il 5 Febbraio 2025, rappresenta il momento conclusivo di questo processo partecipativo ed è stata un'ulteriore opportunità per confrontare le visioni e le priorità degli stakeholder partendo dalle linee di sviluppo che l'Amministrazione Regionale ha presentato. In occasione del Forum si sono alternati numerosi interventi da parte di tutte le principali associazioni sindacali e di categoria, enti formativi, esponenti del Governo, della Regione, del Comune di Roma e del mondo ecclesiastico.
L'universo del turismo regionale concorda nell'immaginare politiche e iniziative di promozione turistica che non puntino solo a uno sviluppo quantitativo, ma anche qualitativo, lento, esperienziale, in grado di favorire flussi turistici che possano generare un aumento della permanenza media e dei *repeaters*, nonché un incremento della spesa, con effetti positivi sull'economia e sull'occupazione.

Roma Capitale, città eterna con oltre 2000 anni di storia, rimane il fulcro attrattivo per eccellenza, ma deve al contempo rappresentare il faro che illumina il resto del territorio regionale.
Sulla base di questa consapevolezza nasce l'idea di realizzare e promuovere il brand Lazio, includendo anche i brand delle destinazioni turistiche territoriali della Regione. La perfetta sintesi di tale visione strategica è rappresentata dal *claim* "*C'è tutto un Lazio intorno*", pietra angolare delle azioni programmatiche.

La sfida è quella di cogliere le evoluzioni e le opportunità del settore turistico, con l'ambizione di garantire uno sviluppo equilibrato e sostenibile, promuovendo un dialogo aperto e un confronto costruttivo con tutti gli attori coinvolti.
In questa direzione, la Regione Lazio, oltre ad aver previsto un tavolo interassessorile permanente, è presente per lavorare in sinergia e realizzare gli obiettivi del Piano.

REGIONE
LAZIO