

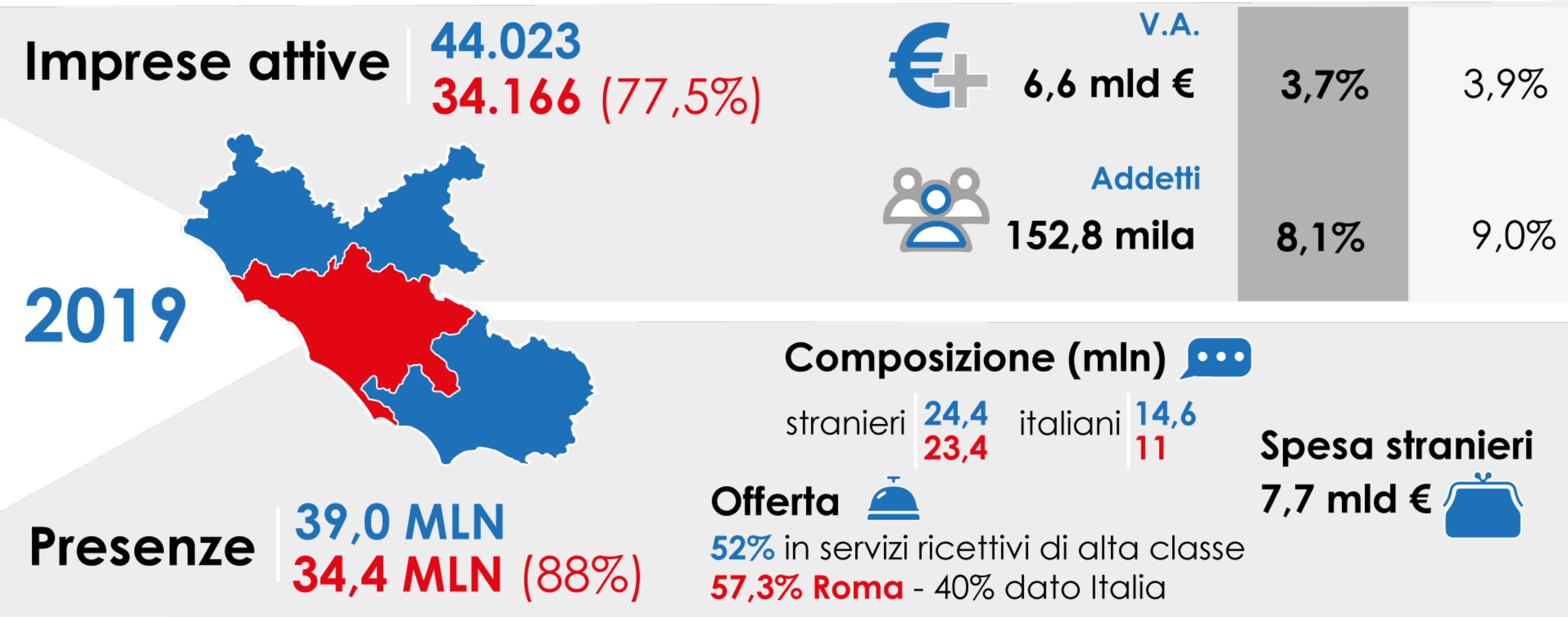


La filiera turistica a Roma e nel Lazio: da dove ripartire?

Pierluigi Monceri – Intesa Sanpaolo
Direttore Regionale Lazio Sardegna Sicilia Abruzzo e Molise

26 Febbraio 2021

Ricordiamo il «valore» del turismo per l'economia laziale, spinto dalla presenza di Roma...



Fonte: elaborazioni SRM su dati ISTAT, Movimprese e Banca d'Italia

... con uno stretto legame con l'offerta culturale, la cui forza attrattiva contiene la stagionalità

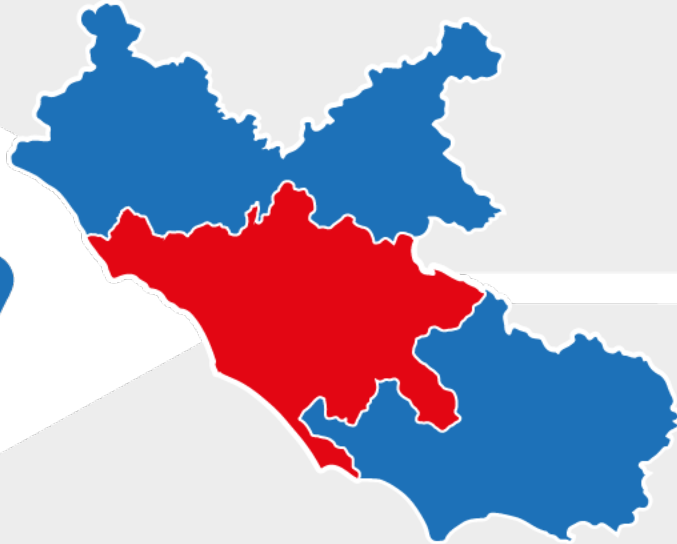
Domanda



L'**81,8%** delle presenze si dirige verso località di **interesse storico-artistico** (verso un dato medio nazionale del 26,2%).

Si affianca un ulteriore **5,2%** indirizzato al **turismo balneare**.

2019



Nei mesi **maggio-settembre** è concentrato il **51,5%** delle presenze (Italia 67%)

48,4% Roma

49,4 (mln di passeggeri)
+1,2% su 2018



Passeggeri



4,6 (mln di passeggeri)
+5% sul 2018

Civitavecchia 1° porto italiano per traffico crociere



Fonte: elaborazione SRM su dati ISTAT, Unioncamere – Fondazione Symbola "Io sono Cultura" - Rapporto 2019

Da dove ripartire per il rilancio sul territorio?



1. Ampliare i target di clientela



2. Puntare sulla qualità



3. Sinergie con ristorazione e eno-gastronomia



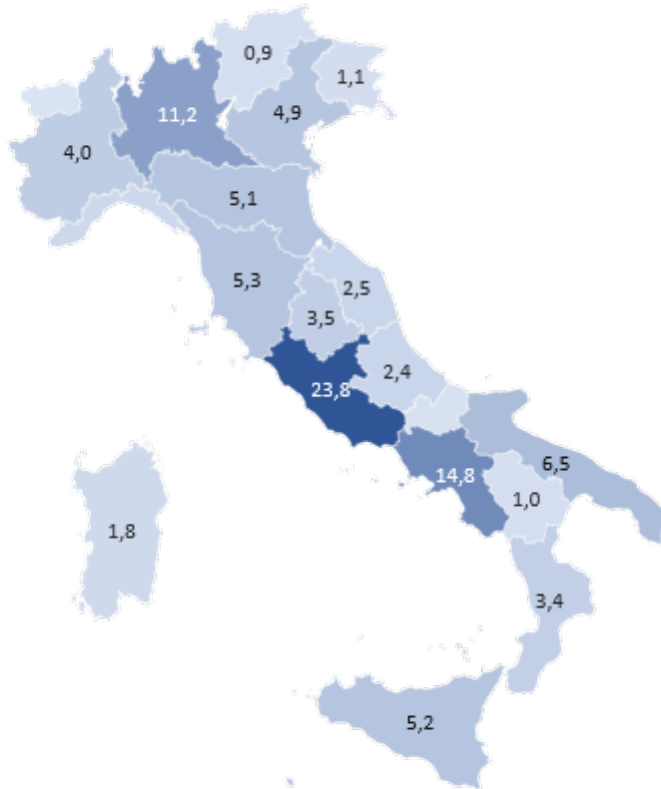
4. Energie fresche dalle nuove generazioni



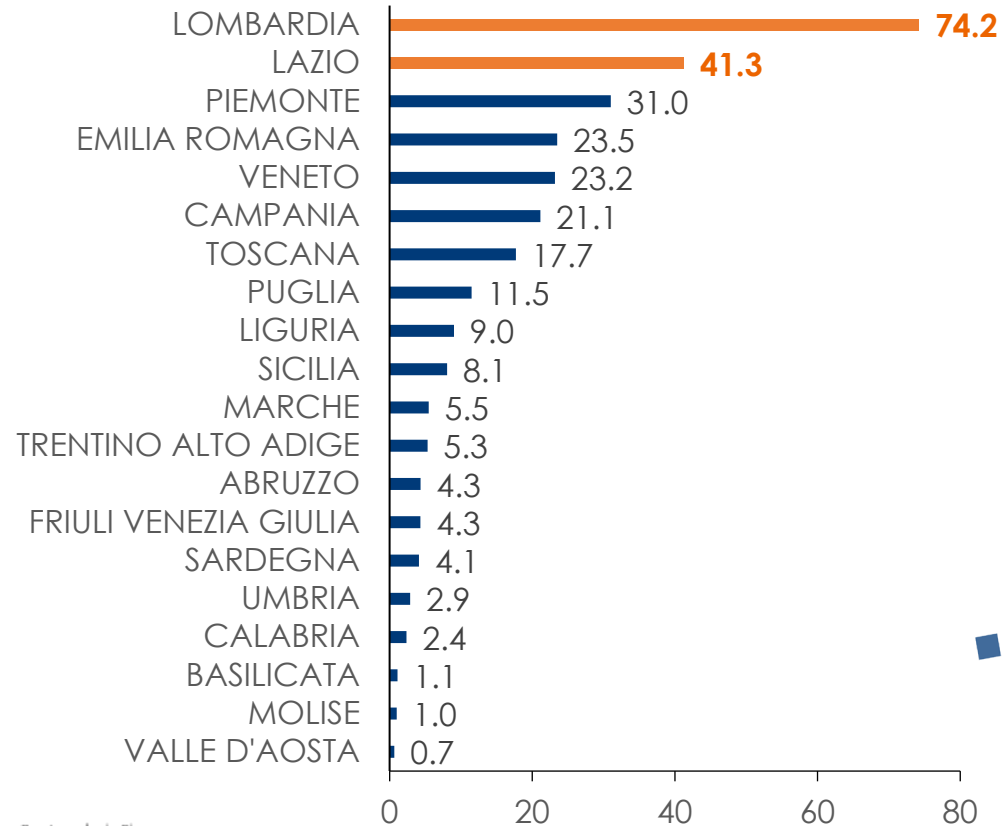
5. E-commerce e digitalizzazione

1. Ampliare i target di clientela: il turismo di prossimità

Lazio: provenienza dei turisti per regione (% su totale)



Turismo italiano all'estero: pernottamenti per regione di provenienza (2019; milioni)



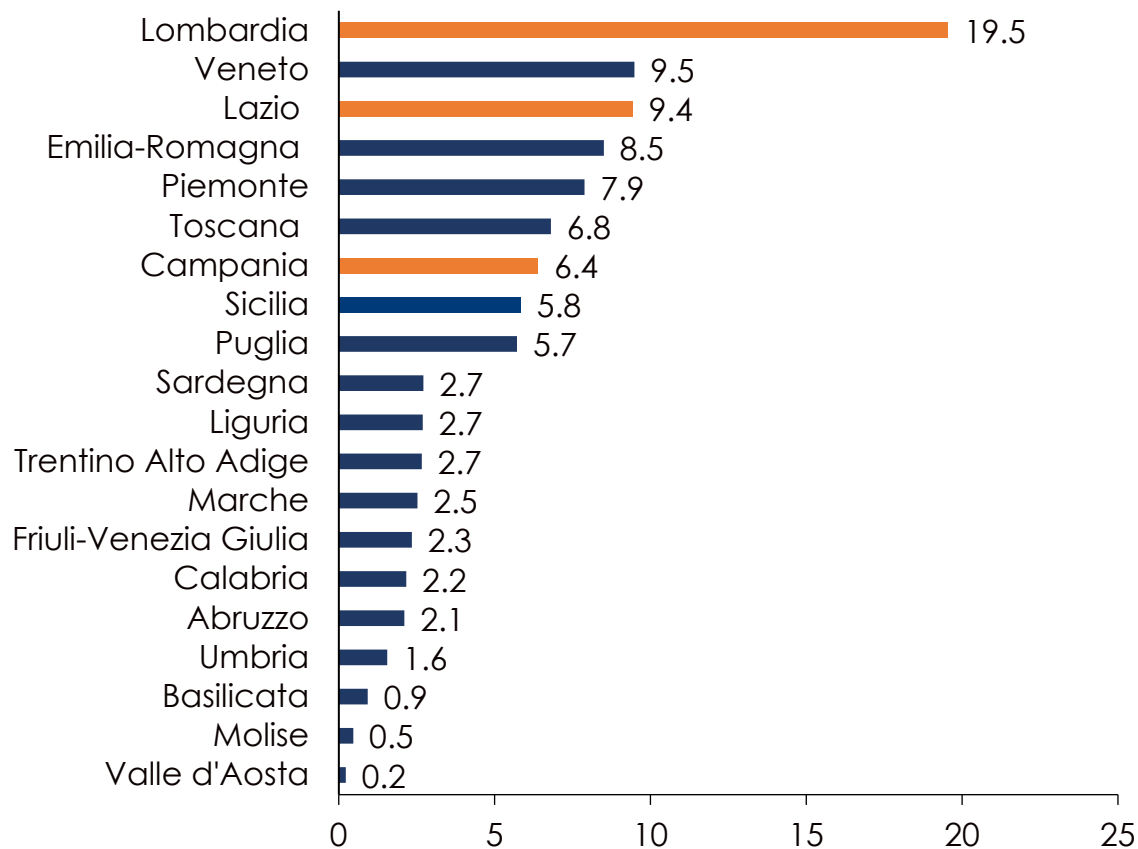
- Nel 2019 Campania e Lombardia hanno rappresentato la **seconda** e la **terza** regione di provenienza delle presenze italiane nel Lazio, dopo i **turisti laziali stessi che ne rappresentano quasi il 25%**. Nello stesso periodo, i residenti di Lombardia e Lazio hanno effettuato rispettivamente oltre 74 e 41 milioni di pernottamenti all'estero, spendendo rispettivamente oltre 8,2 e 3,3 miliardi di euro.
- Oltre il **50%** dei turisti italiani nel Lazio proviene dalla regione stessa o dalle 5 regioni confinanti

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Fonte: Banca d'Italia

Tra i nuovi trend: il turismo sportivo...

Composizione delle persone che praticano sport in modo continuativo per regione (% su totale Italia)



Fonte: Elaborazioni su dati ISTAT

- In Italia sono presenti circa **21 milioni di persone che praticano sport in modo continuativo o saltuario**, più circa 17 milioni che praticano sport solo qualche volta.
- **Le regioni dalle quali provengono più turisti italiani verso il Lazio sono tra quelle in cui si pratica più sport.**

...e il turismo sostenibile: 3 italiani su 4 disposti a spendere di più

Turisti italiani: propensione al turismo sostenibile

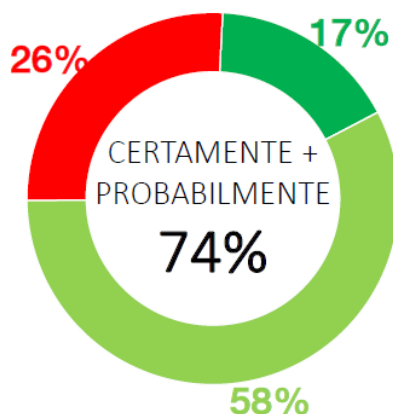
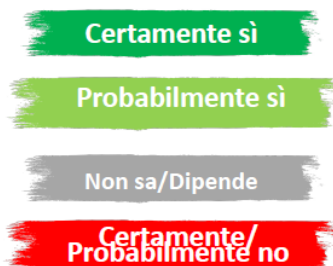


Hanno sentito parlare di turismo sostenibile

72%



PROPENSI A SPENDERE DI PIÙ PER UNA SCELTA DI TURISMO SOSTENIBILE



Base dati: totale campione (n=2.053)

HANNO FATTO VACANZE OUTDOOR NELL'ULTIMO ANNO

34%

Indice calcolato con stima Agostini, che assegna un peso del 75% ai certamente propensi, e del 25% ai probabilmente propensi.

- Secondo un'indagine Coldiretti, **nell'estate 2020 due italiani su tre (66%) hanno visitato piccoli borghi** alla scoperta di prodotti e tradizioni meno conosciuti ma anche per sfuggire al rischio del sovraffollamento nelle spiagge e nelle località turistiche più battute.
- In Italia i centri sotto i 5mila abitanti** sono, infatti, 5.498, quasi **il 70% del totale**.

Nota. Intervistati 2.053 italiani nei primi mesi del 2020.

Fonte: Osservatorio del Turismo Outdoor 2020, Human Company-Istituto Piepoli

L'offerta culturale e il "cine-turismo", potenti attivatori di spesa turistica

Spesa attivata dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo (2018)

Regioni	v.a. (milioni di euro)	Incidenze % sul tot. della spesa turistica
Lombardia	4.045,4	47,7
Lazio	3.743,6	51,2
Veneto	3.741,2	41,2
Emilia-Romagna	2.986,4	37,1
Toscana	2.750,4	38,4
Piemonte	2.131,7	48,7
Trentino-Alto Adige	1.948,6	27,3
Sicilia	1.578,4	27,1
Campania	1.287,9	30,3
Puglia	1.230,7	33,9
Calabria	1.141,4	33,6
Liguria	1.118,0	29,2
Marche	1.034,0	51,2
Friuli Venezia Giulia	886,3	51,4
Abruzzo	721,4	37,4
Sardegna	683,7	23,3
Umbria	319,7	37,3
Valle d'Aosta / Vallée d'Aoste	219,2	23,9
Basilicata	217,9	38,5
Molise	121,7	34,3
ITALIA	31.907,7	38,1

■ Nel **Lazio**, la cultura arriva ad attivare più della metà della spesa turistica. **Roma è la prima provincia in Italia per spesa turistica attivata: 3,2 miliardi.**

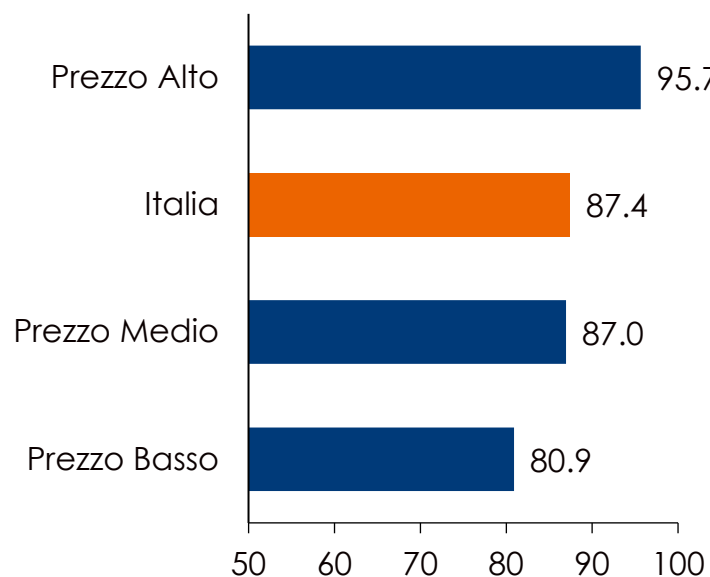
■ **Il Lazio è terra di cinema e audiovisivo:** ha il primato nel nostro Paese per imprese (33% le imprese del Lazio nel settore Cinema, radio tv sul totale Italia), addetti (45% sul totale Italia) e investimenti (77% finanziamenti alle produzioni cinematografiche del Lazio sul totale).

■ **Il "cineturismo" è un'emergente motivazione al viaggio: le location dei film, documentari o fiction** sono diventati uno strumento per trasmettere valori, tradizioni e cultura di un territorio.

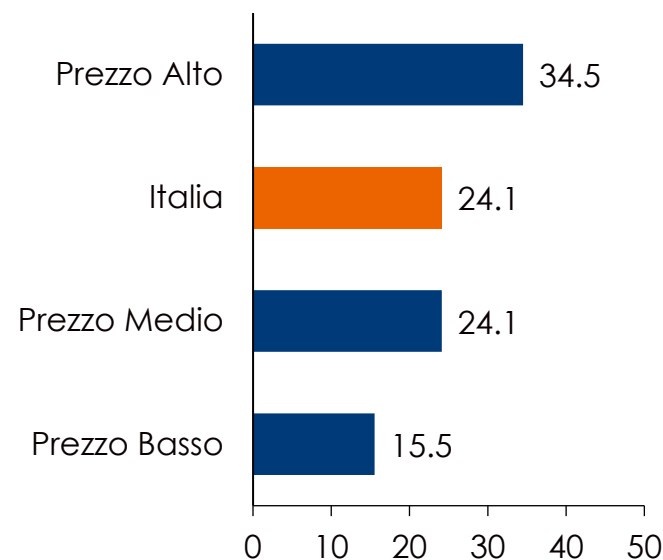
2. Puntare sulla qualità...

- Nel Lazio la qualità dell'offerta turistica è già molto elevata, con una percentuale di alberghi in categoria 4,5 stelle e lusso (52% Lazio, 57% Roma) superiore alla media italiana (40%). Mantenere standard elevati ripaga: **anche in bassa stagione gli alberghi in fascia alta di prezzo riescono ad avere un tasso di occupazione delle camere più alto**: uno su tre ha un'occupazione delle camere superiore al 60% (il doppio rispetto agli alberghi in fascia bassa).

Alberghi con tasso di occupazione superiore al 60% in ALTA stagione



Alberghi con tasso di occupazione superiore al 60% in BASSA stagione



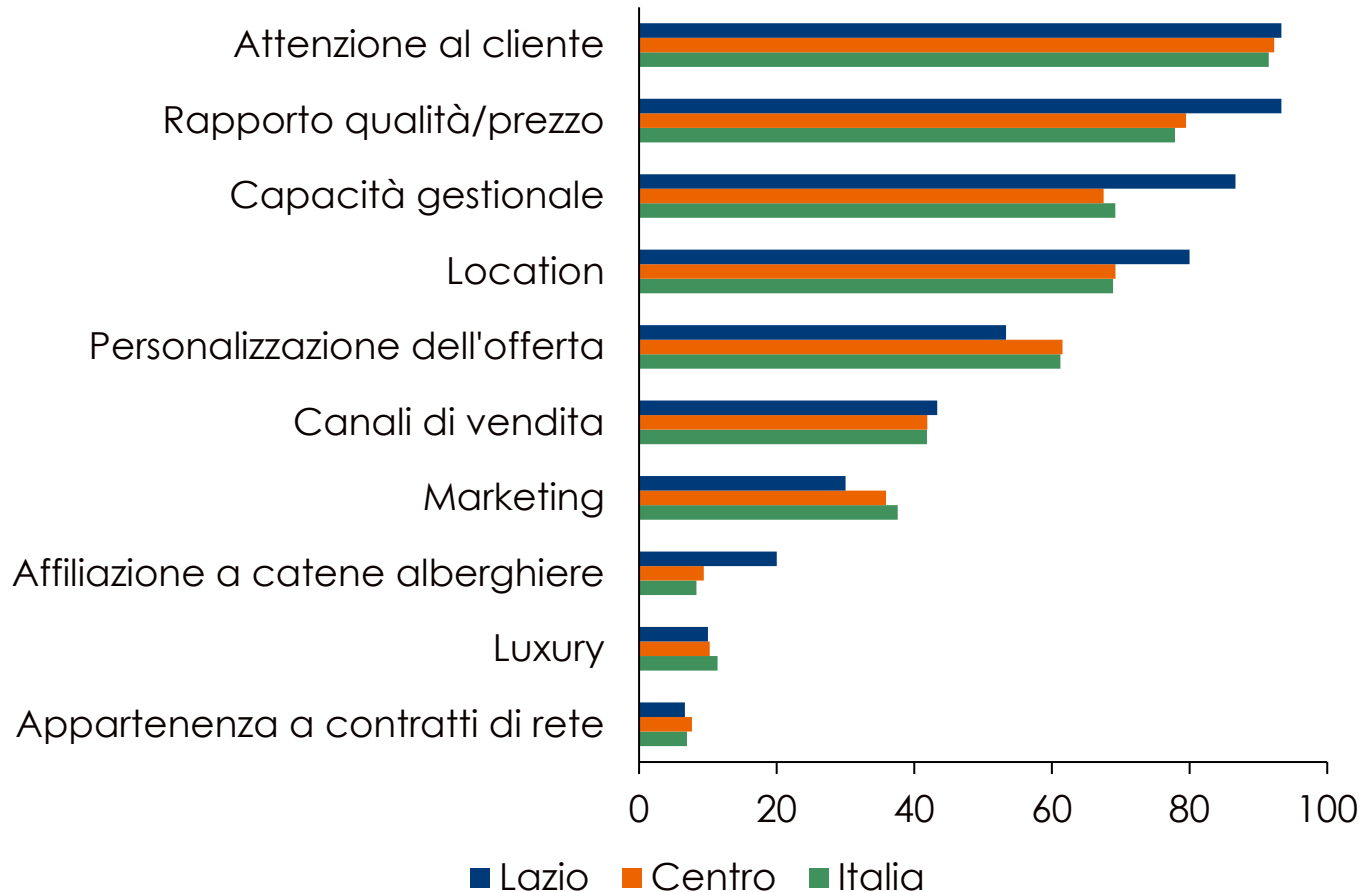
Fonte: Intesa Sanpaolo, «Le imprese alberghiere tra tecnologia e nuovi mercati» Direzione Studi e Ricerche, Settembre 2019.

Nota: indagine su 588 imprese alberghiere

... valorizzando i punti di forza

Domanda: quali sono i vostri punti di forza?

(quota % di imprese alberghiere ; possibile più di una risposta)



■ **Gli albergatori romani e laziali sono consapevoli dei propri punti di forza: oltre l'80%** degli intervistati delle strutture turistiche del Lazio ha dichiarato che **l'attenzione al cliente, il rapporto qualità/prezzo e la location sono punti di forza per l'offerta turistica della regione**, in maniera superiore rispetto alla media delle imprese italiane.

Nel Lazio sono presenti:

- **7 siti Unesco**
- **9 spiagge bandiere blu**
- **20 Borghi** tra i più Belli d'Italia
- **3 Parchi nazionali e 12 Parchi regionali** per una superficie complessiva di oltre 205.000 ettari (il 12% della superficie regionale)
- **67 prodotti DOP/IGP** (di cui 36 vini) e **11 Presidi Slow Food per la Biodiversità**

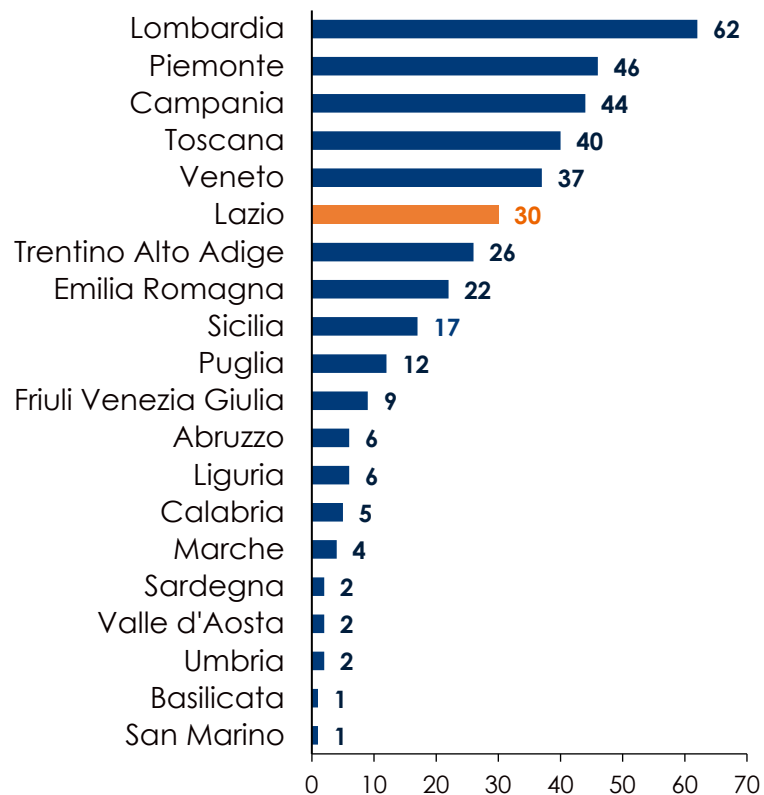
Fonte: Intesa Sanpaolo, «Le imprese alberghiere tra tecnologia e nuovi mercati» Direzione Studi e Ricerche, Settembre 2019.

Nota: indagine su 588 imprese alberghiere

3. Lavorare in sinergia con ristorazione e vitivinicolo

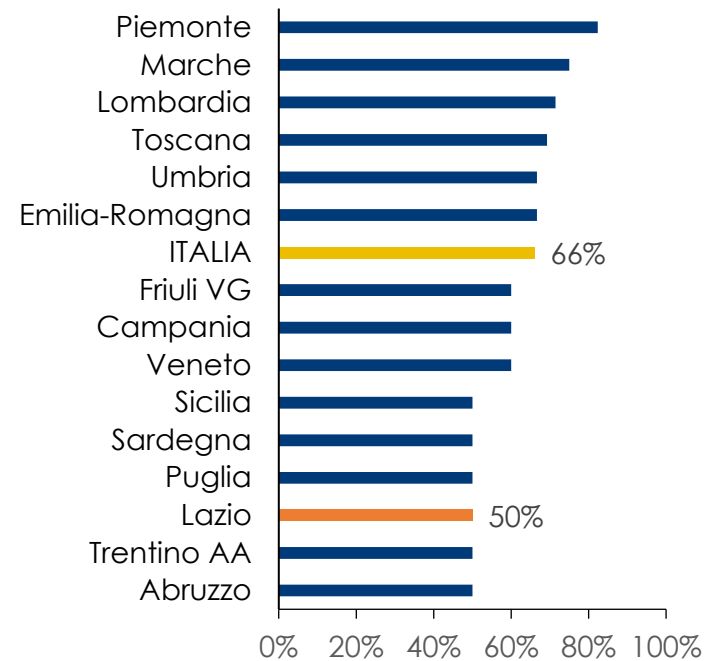
■ Nel Lazio la ristorazione di eccellenza è ben rappresentata con 30 ristoranti stellati. La presenza di servizi di accoglienza nelle aziende vitivinicole è inferiore alla media italiana.

Numero di ristoranti stellati Michelin



Fonte: Guida Michelin 2020

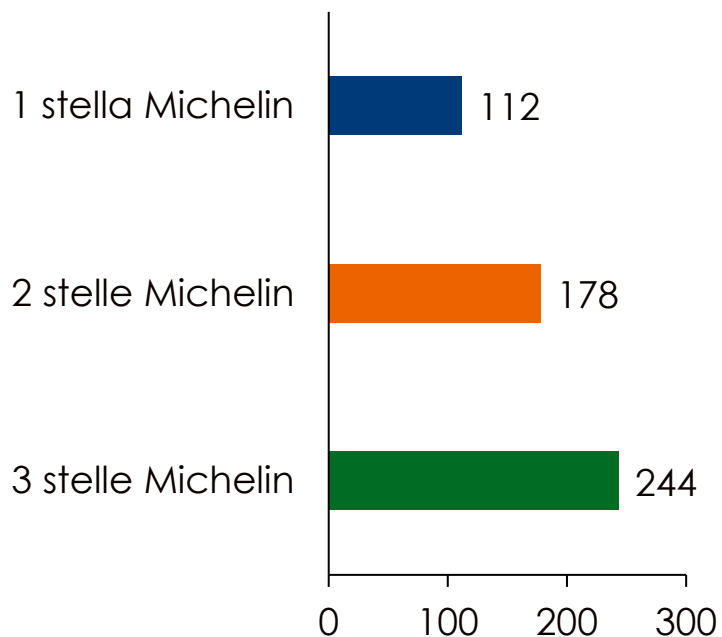
Presenza di servizi di accoglienza turistica in un campione aziende vitivinicole della Guida Oro Veronelli (incidenza per regione)



Fonte: Elaborazioni su Rapporto Turismo enogastronomico World FoodTravel Association UNIBG. Nota: campione di 2.050 aziende guida Veronelli

La ristorazione stellata apporta benefici sul territorio

Spesa media per cliente presso un ristorante stellato (euro)



■ Ogni chef stellato ha in media **oltre 6.300 clienti l'anno** (di cui **il 52,6% italiani**, il 47,4% stranieri). Mediamente, il 33,9% dei clienti stranieri e **il 26,2% dei clienti italiani effettua almeno un pernottamento sul territorio** dopo essere stato cliente di un ristorante stellato. Il pernottamento medio di un cliente italiano è di 1,2 notti, di uno straniero 1,7 notti: **ogni ristorante stellato genera pertanto sul territorio circa 2.770 pernottamenti annui.**

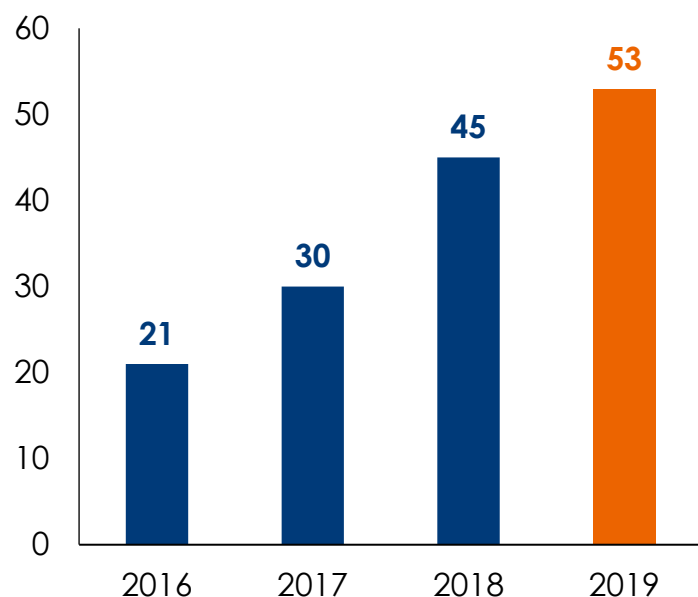
■ L'ottenimento della prima stella è un vero e proprio upgrade nel fatturato del ristorante, con un **incremento pari al 53,2%**. Il passaggio alla seconda stella determina un incremento medio del **+18,7%**, da due a tre stelle **+25,6%**. Il **value brand di una località che ospita un ristorante stellato** (valore che si genera grazie alla presenza di uno chef) varia:

- da **3 a 12 milioni di euro** per uno chef **con una stella Michelin**
- da **7 a 32 milioni di euro** per uno chef **con 2 stelle Michelin**
- dai **76 ai 214 milioni di euro** per uno **con 3 stelle Michelin**

Lazio e Roma tra le destinazioni più desiderate per il turismo enogastronomico

■ **In crescita i turisti enogastronomici:** nel 2019 salgono al 53% i turisti che dichiarano di voler abbinare al viaggio anche una degustazione enogastronomica. **Lazio è la sesta regione più desiderata dai turisti italiani per il turismo enogastronomico.** Fra le città italiane, Roma si classifica in seconda posizione fra le aspirazioni dei turisti italiani con oltre il 10% delle preferenze.

Motivazione Enogastronomia
(% di turisti italiani, 2019)



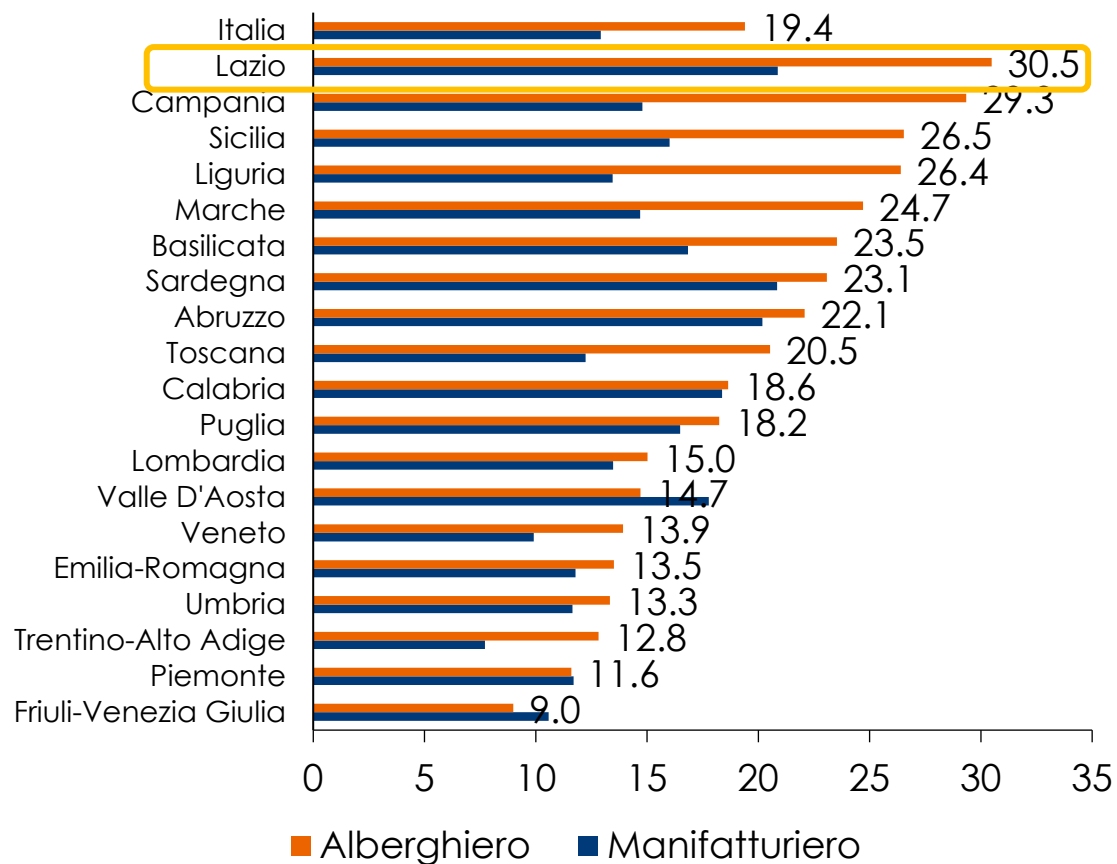
Le regioni e le città italiane più desiderate per il turismo enogastronomico (2019)



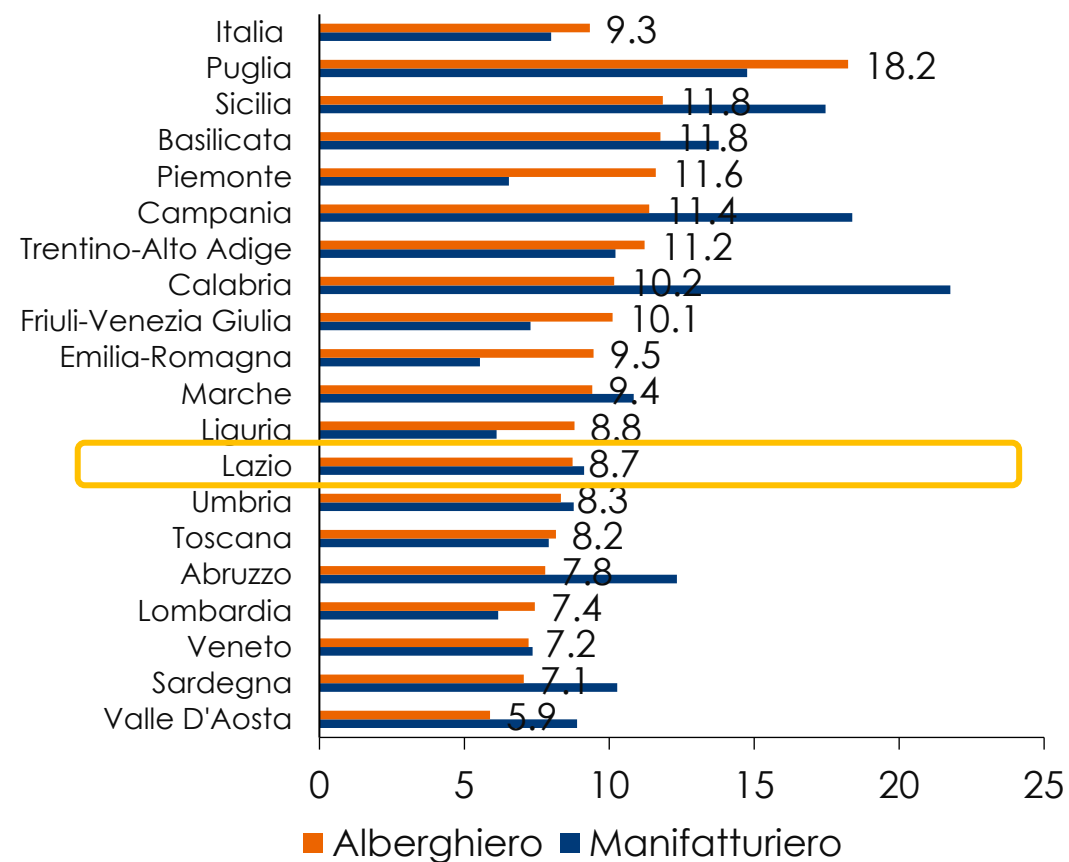
4. Favorire l'ingresso di nuove energie nei board...

- In Italia, nel settore alberghiero, quasi un'azienda su 5 ha un board composto interamente da over 65 (sono il 13% nel manifatturiero). Nel Lazio, **la percentuale di alberghi con board composto tutto da soggetti di età maggiore di 65 anni è ancora più elevata (30%)**. In linea con la media italiana la percentuale di alberghi con capo under 40 (comunque bassa): **circa il 9%**.

Alberghi con board composto interamente da over 65 (%)



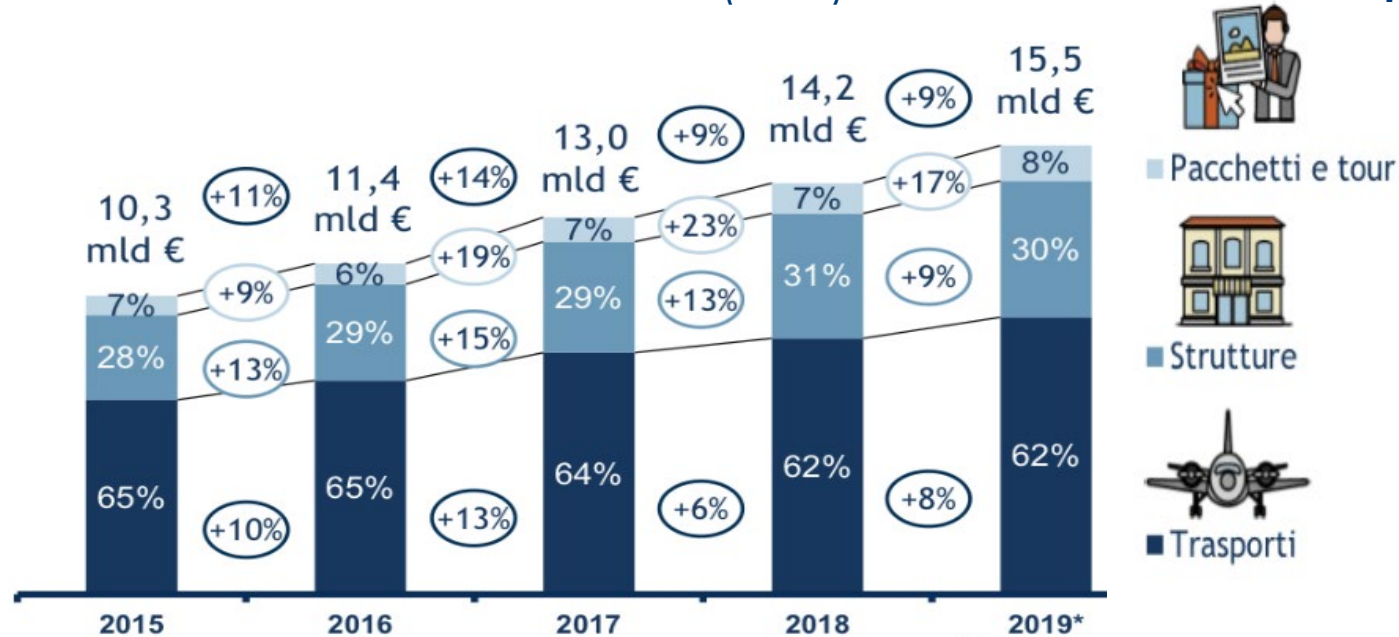
Alberghi con capo under 40 (%)



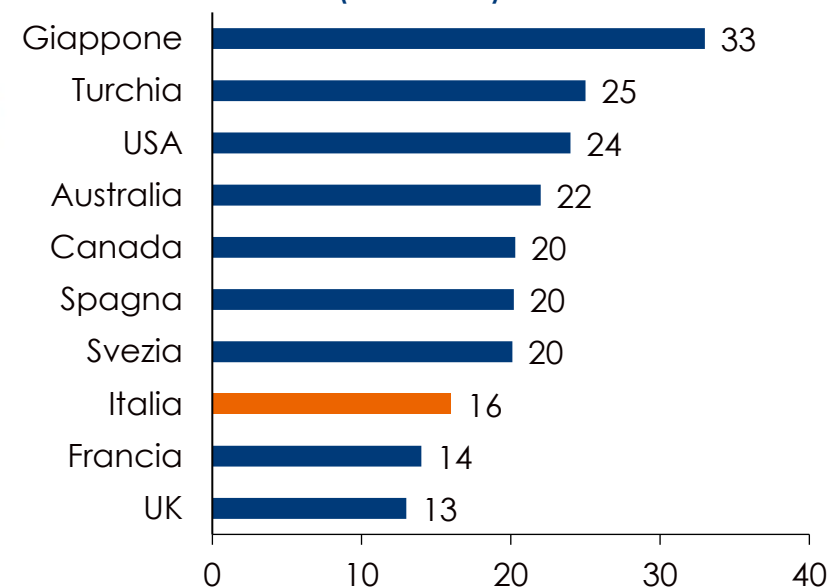
5 ...per vincere la sfida del digitale

- Nel 2019 l'e-commerce di viaggi degli italiani è cresciuto del 9%, con un **boom dello smartphone (33% lo utilizza per acquistare prima di partire e il 23% durante il viaggio)**. Nel 2020, nonostante il forte calo, è aumentata la "penetrazione on-line": il 40% degli italiani ha utilizzato il canale e-commerce per acquistare servizi turistici (erano il 36% nel 2019)
- **Non solo e-commerce**, ma anche **ispirazione e ricerca** del viaggio: il **97% utilizza Internet** per cercare informazioni (75% utilizza motori di ricerca; 35% legge le recensioni, 31% guarda il sito dell' hotel; 25% cerca informazioni sulla località).

Acquisti digitali per tipo di servizio turistico in Italia (2019)



Primi 10 paesi per quota di prenotazioni di un prodotto turistico effettuate via smartphone (2019,%)



Lazio tra le regioni «più social»

Indice di reputazione turistica per regione (2020)

1	TRENTINO ALTO ADIGE	113,6	=
2	SICILIA	110,9	+
3	TOSCANA	109,2	+
04	EMILIA ROMAGNA	104,2	-
05	MARCHE	102,1	=
06	LAZIO	101,8	+
07	VENETO	101,6	-
08	PUGLIA	100,9	+
09	SARDEGNA	100,8	+
10	BASILICATA	100,7	+

■ Secondo un'indagine Demoskopica sulla reputazione turistica delle regioni italiane (ricerche web, like e follower sulle reti...) **il Lazio è la sesta regione italiana più «social»**, e guadagna una posizione rispetto allo scorso anno.

■ Con 6,4 milioni di recensioni e circa 15mila strutture valutate più che positivamente, è **tra le regioni con il sistema ricettivo più apprezzato**.

Le possibili risposte di adattamento dell'offerta per mantenere l'attrattività nel breve periodo

- **Clientela fidelizzata** da curare e mantenere per copertura dei costi
- **Certificazione** degli standard di sicurezza e dei protocolli sanitari
- **Digitalizzazione** dei servizi di check-in, chiavi elettroniche
- **Flessibilità** nelle cancellazioni, sulle date e variazioni
- **Integrazione verticale con la filiera turistica** (ad esempio convenzione aereo/hotel, transfer privato, biglietti per l'evento già nel pacchetto, evitando file, e garantendo la sicurezza sanitaria lungo tutta la catena del servizio)
- Incremento dei **servizi di transfer privati**
- **Ampliamento delle aree ristorazione**, con una veloce conversione di altri spazi interni
- Incremento della possibilità del **servizio in camera**