

Dal Vuoto al Superpieno I «tormenti» e le «delizie» del turismo per cultura

Giuseppe Roma

Vice Presidente Touring Club Italiano

Presidente RUR Urban Research Institute

Viterbo 11 ottobre 2024



g.roma



Un modo di fruire la cultura viaggiando

Le definizioni UNWTO e UNESCO

- **«Turismo culturale** è l'insieme di attività svolte da un viaggiatore la cui motivazione è quella di sperimentare, scoprire, conoscere e consumare le attrazioni e i «prodotti» culturali, materiali e immateriali, di una destinazione turistica.
- **Attrazioni o prodotti** generati da una serie di caratteristiche materiali intellettuali, spirituali ed emozionali della società che ingloba **arte, architettura, patrimonio storico e culturale, letteratura, musica, patrimonio culinario, industrie creative e le culture viventi con i loro stili di vita, sistemi di valori credenze e tradizioni.**
- (...) andando oltre alle mode e alla pura curiosità, **per valorizzare aspetti identitari, visibili e invisibili, quotidiani e di occasioni speciali che danno un concreto segno di appartenenza e orgoglio alle comunità ospitanti»**

Viaggi sub specie aeternitatis

I **Pellegrinaggi** alle
origini del viaggio
Prima in Terra Santa e
dal 1300 a Roma con
il primo Giubileo
La **Via Francigena**
primo itinerario

g.roma



Le tendenze innovative del turismo premiano la relazione fra cultura e natura, e la combinazione di più motivazioni

- + Più viaggi di “curiosità”: cultura/paesaggio/food/persone
- + Più turismo open air
- + Più tecnologie digitali
- + Più organizzazione del viaggio in autonomia/risparmio
- + Più mobilità «dolce»

Convenzione di Faro ratificata nel 2020

Articolo 10 – Eredità culturale e attività economica

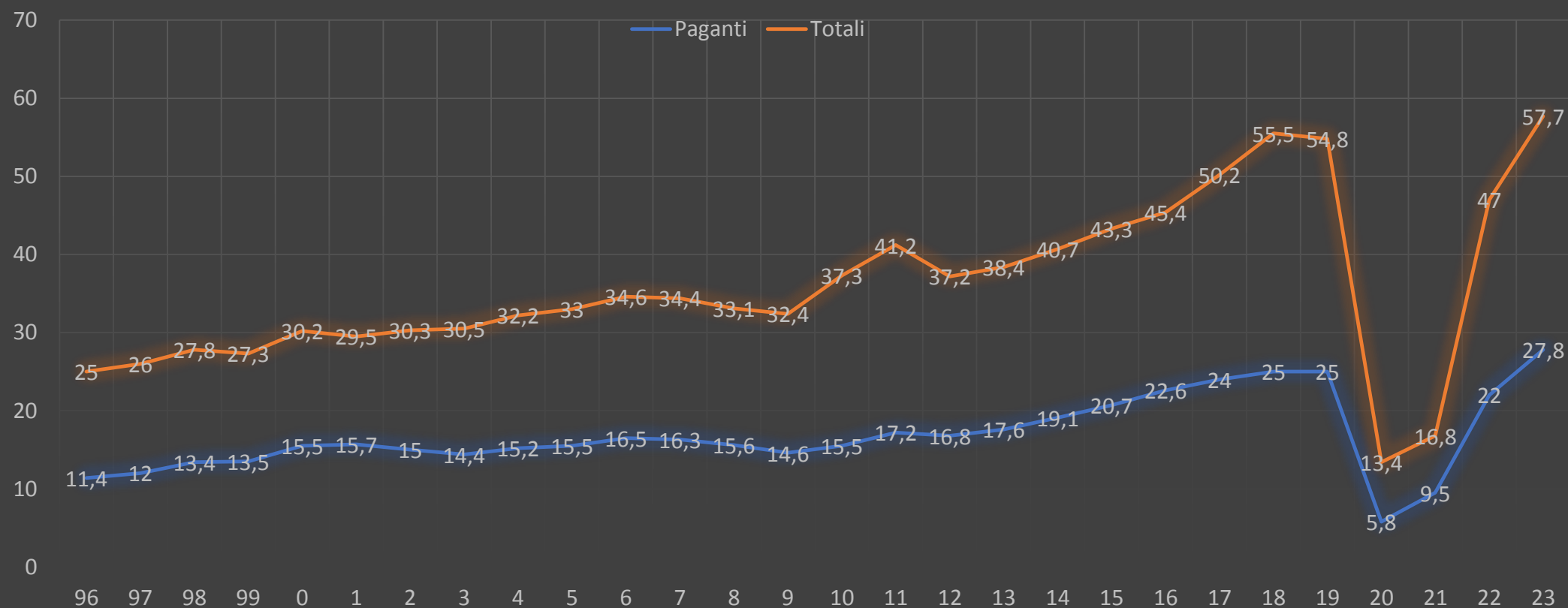
Per utilizzare pienamente il potenziale dell'eredità culturale come fattore nello sviluppo economico sostenibile, le Parti si impegnano a:

- accrescere la consapevolezza del potenziale economico dell'eredità culturale e utilizzarlo;
- considerare il carattere specifico e gli interessi dell'eredità culturale nel pianificare le politiche economiche; e
- accertarsi che queste politiche rispettino l'integrità dell'eredità culturale senza comprometterne i valori intrinseci.

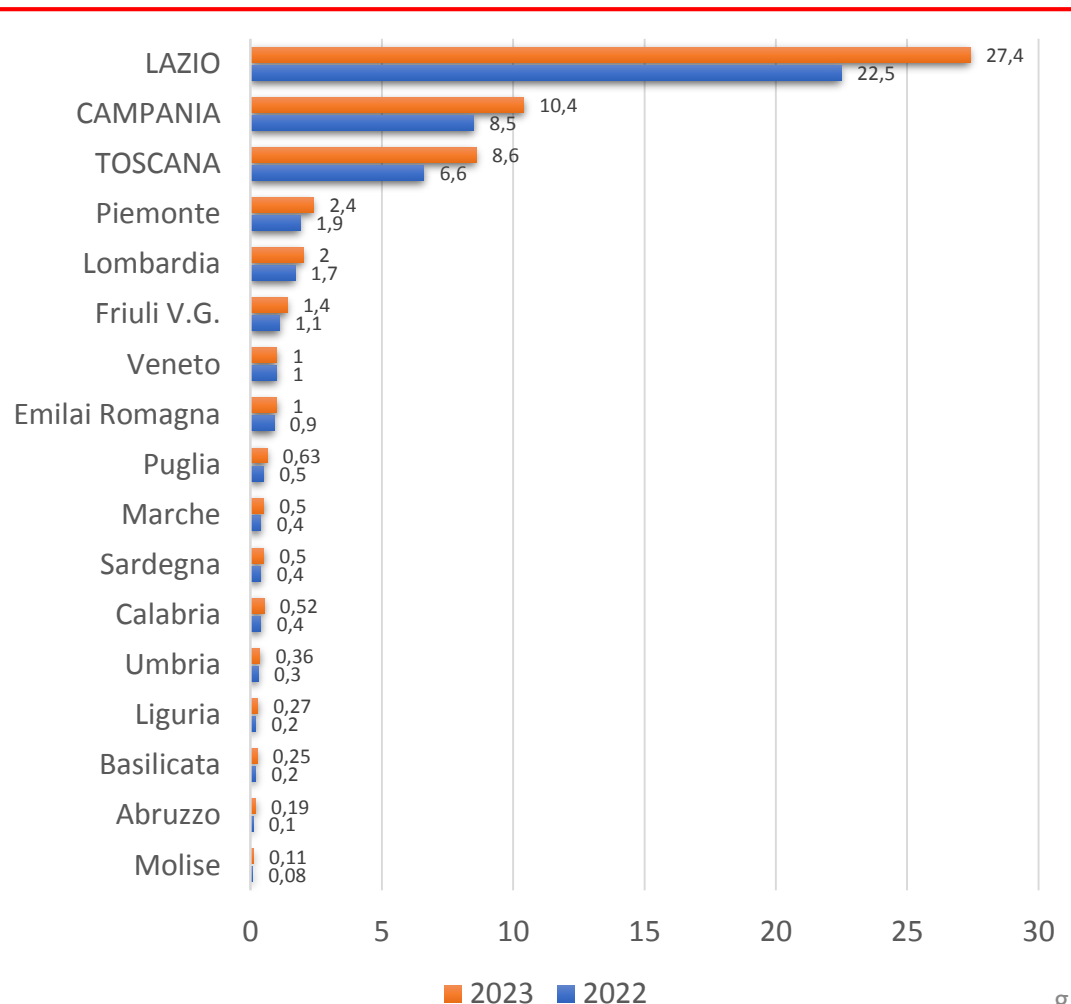


• Turismo culturale in grande crescita dopo la pandemia

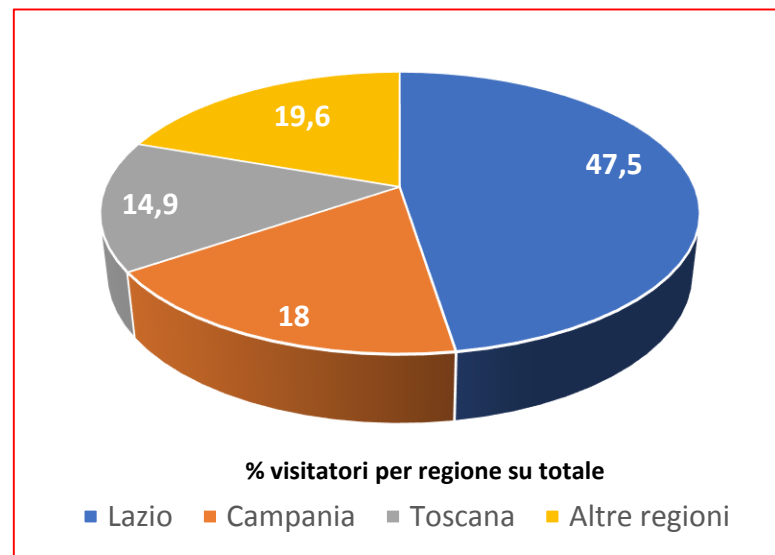
Tornano a crescere i visitatori di musei, siti archeologici e monumenti statali



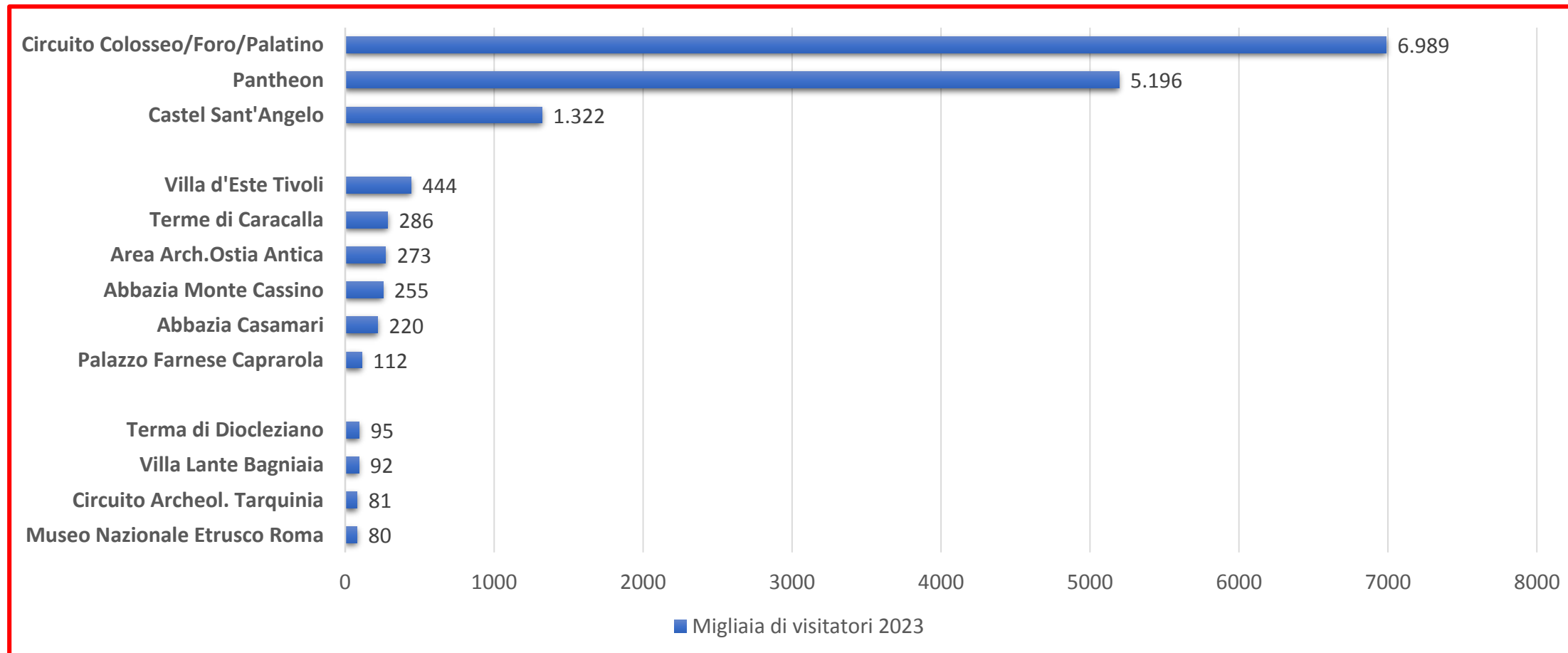
Roma e il Lazio nel 2023 assorbono quasi la metà dei visitatori di siti statali italiani



Nel 2023 ben il 47,5% **dei visitatori** di siti culturali statali era concentrato nel **Lazio**, il 18% in **Campania** e il 14,9% in **Toscana**. In particolare il Lazio passa dal 32% del 2021 al 48% nel 2023. Nelle restanti regioni italiane il 19,6% dei visitatori.

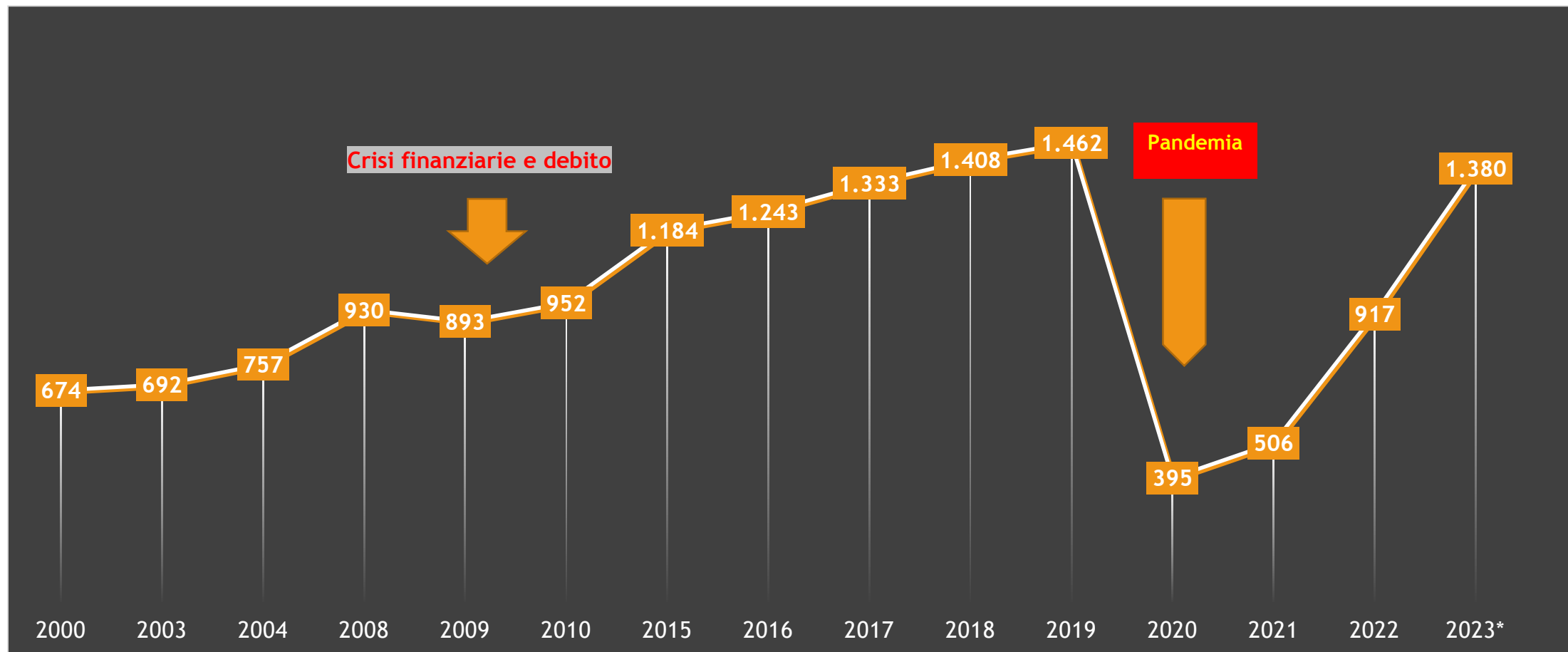


Gli squilibri nei flussi di visitatori dei siti statali a Roma e nel Lazio: alcuni esempi



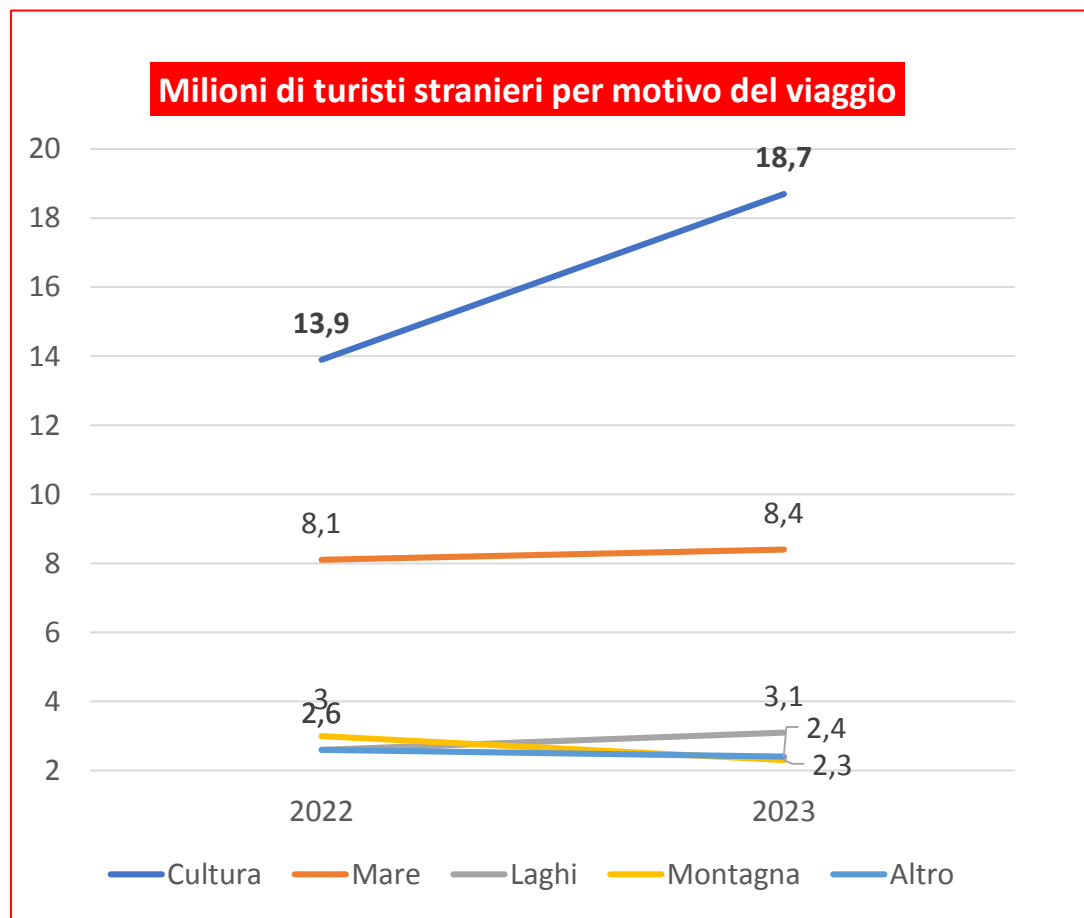
Il turismo internazionale ha ripreso la sua corsa

(Milioni di viaggiatori internazionali per turismo)



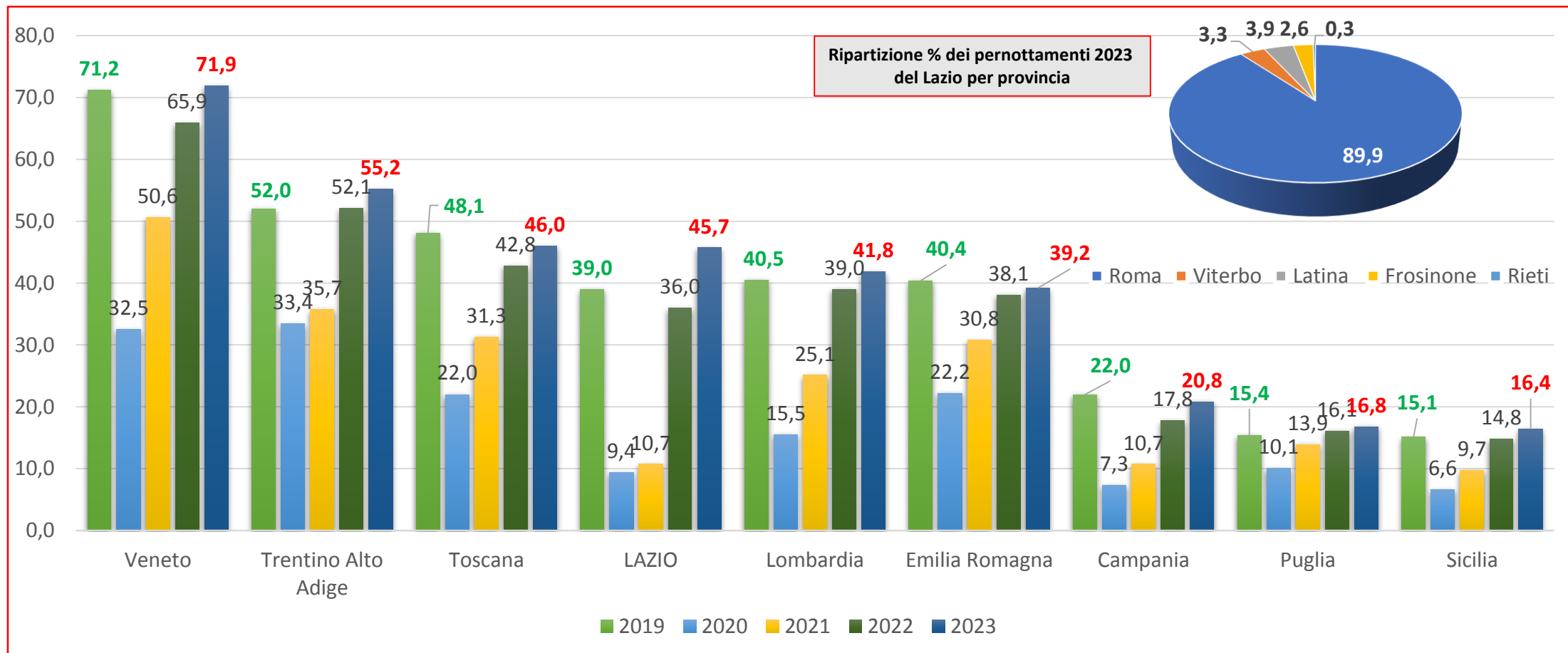
Più della metà dei turisti stranieri viene in Italia per visitare città e siti culturali

Elab. RUR su dati Bankitalia



- Il **53,7%** dei viaggiatori stranieri che ha visitato l'Italia nel 2023 è motivato dalla **cultura**
- Rispetto al 2022 i flussi motivati dalla cultura sono **aumentati del 43%**, stabile il mare, -23% la montagna.
- La **spesa turistica** degli stranieri è motivata dalla **cultura** per un volume pari al **55,7%**, il mare per il 23,8% laghi 9,7%, montagna 6,5%, altro 4,3%
- Il **turismo culturale** per i soli stranieri ha fatturato **nel 2023 circa 18 miliardi di euro** rispetto a poco più di 12 dell'anno precedente con un **incremento del 44%**, aumento doppio rispetto alla variazione totale della spesa degli stranieri pari al 21%.

Lazio quarta per presenze turistiche complessive: già nel 2023 superati i livelli pre-Covid (milioni di pernottamenti)



ACCETTARE LA COMPLESSITA' DEL «PRODOTTO TURISTICO» PER VIAGGIATORI CONSAPEVOLI

RISORSE DEL TERRITORIO

Ambiente/ Paesaggio/ Natura
Archeologia
Arte/ Architettura/ Storia
Cultura Materiale/Comunità/ Memoria
Food/ Enogastronomia
Sport/ Detox/ Attività open air
Cammini/Bici Tour
Fiere/ Congressi/ Incentive
Crociere
Artigianato/ Made in Italy/Shopping
Festival/Eventi

COMPONENTI PRESTAZIONALI IN LOCO

Ricettività strutturata
Affitti brevi/B&B/Agriturismi
Camping/Ostelli
Decoro Urbano/Igiene Urbana
Trasporti locali/Parcheggi
Mobilità elettrica sharing
Servizi sanitari
Controlli anti crimine/antifrode
Attrezzature e servizi sportivi
Servizi informativi/Segnaletica
Applicazioni digitali/Realtà aumentata
Capitale umano/Formazione addetti
Associazionismo/Volontariato

ACCESSIBILITA' E CAPITALE RELAZIONALE

Reti fisiche di collegamento
Collegamenti alle «Porte del Territorio»
Mobilità dolce/Ciclovie
Ferrovie regionali/Treni storici
Reti Digitali /Larga banda
Piattaforme prenotazioni pagamenti
Promozione/Comunicazione/Info
Operatori professionali
Social media



IL RUOLO DELL'ASSOCIAZIONISMO E VOLONTARIATO CULTURALE

1894 - 2024

130 anni di Touring Club Italiano



Sfilata dei soci a Roma dopo la gita Milano – Roma del 1895



IL TOURING CLUB GRANDE RISORSA PER L'ITALIA

