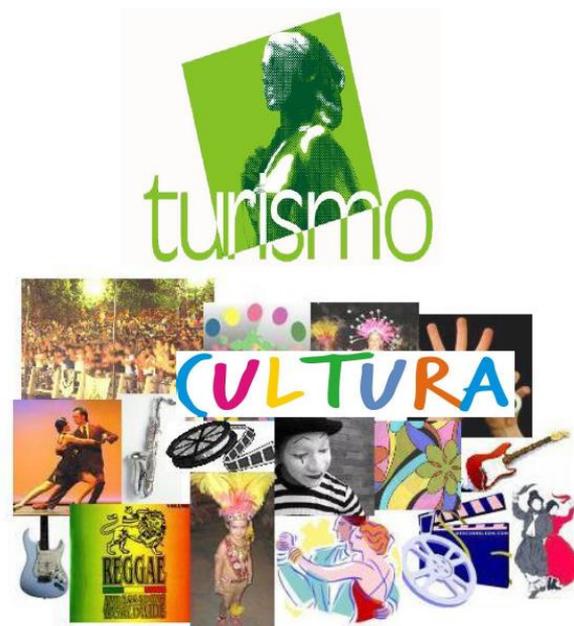


GRUPPO TECNICO **TURISMO ED INDUSTRIA CREATIVA**

GIAMPAOLO LETTA

LINEE DI INDIRIZZO

Gennaio 2017



SCENARIO

Le industrie creative, culturali e turistiche sono strategiche per l'economia italiana ed in particolare per il nostro territorio, per numero di imprese e numero di occupati.

La presenza del Ministro dei beni e attività culturali e del turismo Dario Franceschini all'ultima Assemblea di Confindustria testimonia la centralità di questi settori nell'azione del Governo per la loro valorizzazione ed il loro sviluppo.

A livello nazionale, l'aggregato di questi tre settori vale 200 miliardi di euro.

IL TURISMO NEL LAZIO

Nel Lazio operano 40.000 imprese legate al turismo, 1.800 nella filiera dei beni culturali e più di 7.000 legate alla creatività, che comprende l'audiovisivo, la moda, il design, la comunicazione e l'editoria. Gli addetti superano le 250.000 unità.

La centralità di Roma e del Lazio nel settore turistico è evidente:

- 6,9 miliardi di spesa incoming (5,8 Lombardia, 4,8 Veneto, 4,4 Toscana)
- 25,5 milioni di presenze a Roma (10,3 a Milano, 10 a Venezia, 9 a Firenze)
- Pluralità di offerta che nessun altro territorio può offrire: turismo religioso, culturale, sportivo, congressuale, d'affari, balneare, montano, crocieristico, termale, enogastronomico.

Nonostante questi dati positivi, Roma e il Lazio non sono cresciuti negli ultimi tempi al ritmo di altre città e altri territori (Milano) anche a causa di carenze, ormai croniche, infrastrutturali e nei servizi che ne compromettono fortemente la competitività a livello nazionale e internazionale.

TURISMO, 4 TEMI IN SVILUPPO

Tra le tematiche su cui si sta lavorando in collaborazione con l'Amministrazione:

Sviluppo del Turismo congressuale

- Convention Bureau
- Nuvola
- Nuova Fiera di Roma

Lotta all'abusivismo alberghiero

- Adozione di una regolamentazione (Fisco, Sicurezza, normativa)

Valorizzazione dell'offerta turistica a «5 stelle»

- Favorire l'arrivo delle grandi catene alberghiere internazionali
- Creazione di grandi eventi culturali (moda, design, arte, etc.)

Tassa di soggiorno

- Destinazione di una quota consistente della tassa di soggiorno ai servizi turistici

PERCHÈ IL TURISMO CONGRESSUALE

RECUPERARE IL RITARDO

- ❑ *Ranking mondiale per numero di eventi (2015):*
Roma è al 17° posto
dopo Berlino, Parigi, Barcellona, Vienna, Londra, Madrid, Singapore, Copenaghen

- ❑ *Crescita del numero di eventi (2006-2015)*
 - ✓ Grandi capitali Europee: + 71,30%
 - ✓ Media Europa: + 45,60%
 - ✓ **Roma: + 45,60%**

- ❑ *49.500 congressisti internazionali a Roma (2015)*
(il 40% di Vienna, il 42% di Londra, il 45% Barcellona)

- ❑ *In 10 anni **Roma ha perso 2 mld di dollari** di spesa congressuale*

(Dati ICCA 2015; Celant, Celata Guido 2014; Liguori 2016)

PERCHÈ IL TURISMO CONGRESSUALE (2)

VANTAGGI

La *MICE (Meeting Incentive Convention Event) industry*

- ❑ Rappresenta una delle **componenti a maggior valore aggiunto della filiera turistica** di una destinazione, sia in termini strettamente economici che in una prospettiva più ampia di natura strategica, professionale e sociale.
- ❑ si contraddistingue per un **livello di spesa pro-capite decisamente superiore** a quello degli altri comparti del turismo:

Il profilo del congressista internazionale è quello di un big spender

Spesa media giornaliera: 711 \$

Permanenza media: 3,67 gg.

(dati ICCA -2015)

(Fonte: M. Liguori 2016 – Università degli Studi di Roma Tor Vergata)

PERCHÈ IL TURISMO CONGRESSUALE (3)

OPPORTUNITÀ

- ❑ Denota numerosi elementi di vantaggio per una destinazione turistica, tra cui:
 - **Destagionalizzazione delle presenze e delle attività turistiche;**
 - **Valorizzazione di aree urbane fuori dai circuiti turistici tradizionali;**
 - **Riqualificazione e arricchimento delle infrastrutture del territorio;**
 - **Crescita della notorietà e d'immagine del territorio;**
 - **Ritorno del congressista più volte *da turista***

IL CB: NATURA E FINALITÀ

Il Convention Bureau è un **modulo organizzativo** con la funzione fondamentale di **promuovere un dato territorio** sul mercato attraverso l'aggregazione delle differenti componenti dell'offerta in **un'ottica sistemica**.



Esso riveste un ruolo di particolare importanza nel **marketing del segmento turistico congressuale** (convegni, congressi, fiere, convention, viaggi di incentivazione, altri eventi aggregativi).



IL CB: I PROMOTORI

LE ISTITUZIONI

- Roma Capitale
- Regione Lazio

LE ASSOCIAZIONI

- Confesercenti
- Federalberghi
- Unindustria
- Federcongressi

I PLAYER DEL MERCATO

- Sedi congressuali e fieristiche
- Hotel e catene alberghiere
- PCO / DMC
- Fornitori di servizi (trasporti, vettori, ristorazione, comunicazione, creatività...)

TURISMO E TERRITORIO: UNA «LAZIO SPORT COMMISSION»

Insieme alla **Regione Lazio** e al **CONI** vogliamo istituire una **cabina di regia intelligente** in grado di ottimizzare la grande leva economica generata dal turismo da sport dilettantistico, oltre a quello legato ai grandi eventi sportivi.

L'idea è quella di effettuare una serie di accordi a matrice per ottenere un piano degli eventi sul territorio del Lazio e supervisionare le singole iniziative locali le quali, messe a sistema ed integrate in una logica di filiera, nel lungo periodo apporterebbero un consistente valore aggiunto in termini sociali ed economici.

Questa visione pone le basi su una necessaria mappatura dei luoghi dedicati all'entertainment e allo sport, delle strutture ricettive e delle infrastrutture per la mobilità, che seguita da un apposito monitoraggio possa garantire un **nuovo piano di rilancio** e stimolare la **trasformazione di alcuni luoghi chiave**, come Fiuggi o le stesse zone colpite dal sisma, in **«nodi» di un territorio ricco e fruibile**.

INDUSTRIA CREATIVA: AUDIOVISIVO ED ENTERTAINMENT

Il Lazio gioca un ruolo decisivo a livello nazionale nel settore audiovisivo: il 69% delle imprese ha sede nella nostra regione, per un totale di 1.300 aziende e 36.000 gli occupati.

La portata evocativa dei luoghi rappresentati (da “vacanze romane” a “Il gladiatore” a “La grande bellezza”) è un forte attrattore di turismo nazionale e internazionale.

Le infrastrutture (Cinecittà), le professionalità e gli strumenti di incentivazione fiscale costituiscono un elemento di attrazione di investimenti esteri (James Bond, Ben Hur, Zoolander).

Stiamo lavorando in collaborazione con Anica alla stesura dei decreti attuativi relativi alla Nuova Legge sul Cinema e Audiovisivo di recente approvazione, che consolida e incentiva l'industria, gli investimenti e le infrastrutture a favore del nostro territorio.

Pur confermando il nostro giudizio positivo sulle politiche di incentivo a livello Regionale, stiamo lavorando alla predisposizione di proposte correttive tese ad ottimizzarne l'efficacia di risultato.

PROGETTI SPECIALI

Le prime attività strettamente operative del GT riguarderanno:

- Focus Amatrice/Accumoli
- Valorizzazione del Polo Turistico di Fiuggi
- Incontro di approfondimento su «Art Bonus»
- Progetto di illuminazione del Colosseo
- Progetto restauro Mausoleo Augusto
- America's Cup 2021 nel Lazio
- Club della creatività per la valorizzazione dei talenti emergenti nella moda
(*in collaborazione con il GT Start up e imprenditoria giovanile*)
- Progetto di valorizzazione della destinazione delle sale monoschermo del centro storico

OBIETTIVI

- Incentivare gli investimenti privati
- Attrarre investimenti esteri
- Esportare la nostra industria culturale: creatività, moda, enogastronomia, audiovisivo e l'offerta turistica in generale

IL RUOLO DI UNINDUSTRIA

- **Aggregare i soggetti delle filiere** per studiare e mettere in atto tutte le interconnessioni possibili per raggiungere gli obiettivi fornendo un supporto alle singole aziende nella consapevolezza e nella convinzione che fare squadra, mettere a sistema gli operatori sia un elemento di forza in ragione dei tanti punti di contatto di questi settori e le interconnessioni in grado di generare business.
- **Essere punto di riferimento nei rapporti istituzionali** con Governo, Regione, Comuni chiedendo che delle materie si occupino strutture dedicate e professionali e fornendo loro il nostro contributo proponendo idee, progetti, studi e strumenti di intervento.
- **Sensibilizzare le istituzioni e l'opinione pubblica** sulle problematiche e sui progetti di sviluppo dei settori anche attraverso convegni e presentazione di studi e ricerche delle varie aree, ad esempio attraverso **l'organizzazione del primo Forum sul Turismo da parte di Unindustria.**

INDUSTRIA CREATIVA: I GRANDI EVENTI

Il Lazio è sede di grandi eventi: Ryder Cup di golf nel 2022, Giubileo 2025, oltre agli Internazionali di Tennis, il concorso ippico di Piazza di Siena, gli incontri internazionali di Rugby, la Granfondo di ciclismo, la maratona di Roma ecc.

Persa l'occasione legata alle Olimpiadi, il Giubileo del 2025 e la Ryder Cup 2022 rappresentano opportunità fondamentali per assicurare alla città i necessari interventi.

Evidenti sono le opportunità di sviluppo ed evidente è il ruolo che Unindustria svolge nel contribuire alla crescita di questi settori.

PROGETTUALITÀ

PER I GRANDI EVENTI

- Sviluppo di iniziative ed attività specifiche in particolare lungo tre direttrici:

“Infrastrutture e Mobilità”

“Offerta culturale e Turismo”

“Innovazione e Start Up”

PER IL GIUBILEO 2025:

- Sviluppo di iniziative e progetti in grado di migliorare l'immagine del nostro territorio con l'obiettivo di rendere realmente sostenibile per i cittadini la percezione dell'evento giubilare

PER I GRANDI EVENTI

- Al Gruppo Tecnico collaborano le maggiori aziende e i player dei settori strategici, ovvero delle infrastrutture dei trasporti, dell'offerta turistica e culturale, e del sistema dell'innovazione e delle start up

PER IL GIUBILEO 2025

- Progetto di recupero eccedenze alimentari in collaborazione con Confcommercio e rete donazioni aziende secondo le segnalazioni che pervengono direttamente dall'elemosiniere del Papa
- **Sviluppo di un progetto a carattere permanente di logistica integrata e micrologistica sulle vie a più alta densità di turisti e pellegrini**
- **Accordo di Collaborazione Prefettura - Unindustria e Centri per volontariato del Lazio**, per creare e favorire sinergie operative tra il volontariato e la rete delle associazioni di volontariato e il mondo imprenditoriale per la promozione di percorsi e sperimentazioni innovative di cura e supporto delle realtà locali in cui operano le nostre aziende