

Comune di Roma

L'offerta turistica e le opportunità di trasformazione nel nuovo PRG di Roma

Riferimenti di ordine strategico¹

Porre il tema delle strategie turistiche e per il tempo libero all'interno delle elaborazioni del nuovo Prg di Roma non è un compito facile, sia sotto il profilo culturale che operativo. Questo tema, anche se è appare paradossale, non è mai stato affrontato a livello urbanistico con sufficiente impegno e con quel senso di responsabilità culturale che avrebbe suggerito non solo la forte tradizione turistica della città e il suo ruolo di maggior polo attrattivo del Paese, ma anche il valore economico-produttivo delle attività legate a questo settore.

Sottovalutare l'importanza del turismo nella pianificazione urbanistica ha determinato, fino a oggi, effetti negativi sulle scelte localizzative operate nel tempo: ciò rappresenta, oggi, un limite per un'adeguata definizione di molti caratteri funzionali della città, del suo valore complessivo di "luogo", espressione unica di storia ma, anche, di prospettiva per il futuro.

Per considerare il fenomeno turistico in modo opportuno, è stato dunque necessario osservare le risorse presenti con finalità di marketing, rileggendole attraverso il filtro della mutevole domanda turistica. Tale aspetto, centrale nella costruzione del quadro strategico del Piano, si è tradotto nella definizione dei molteplici profili turistici della metropoli, chiave di lettura per valutare le necessità/opportunità di sviluppo e distribuzione geografica dell'offerta. L'idea guida è quella del decentramento dell'offerta turistica e, nel contempo, di una maggiore relazione di questa con i tessuti urbani, sia consolidati sia in trasformazione. Atteggiamento, questo, motivato dalla filosofia di fondo del nuovo Prg di Roma e, più in generale, dell'Amministrazione comunale nella strutturazione di politiche urbanistiche a scala comunale tese, appunto, al decentramento.

Due appaiono, secondo questa lettura, le esigenze cruciali per realizzare una strategia di sviluppo del settore turistico da collegare alle politiche urbane del nuovo Piano regolatore:

- l'assunzione di una prospettiva multiscalare e di integrazione tra municipalità comunali e metropolitane;
- la costruzione di scenari di riferimento di medio e lungo termine sui quali sviluppare consenso e convergenze dei soggetti che, a diverso titolo, operano nel settore.

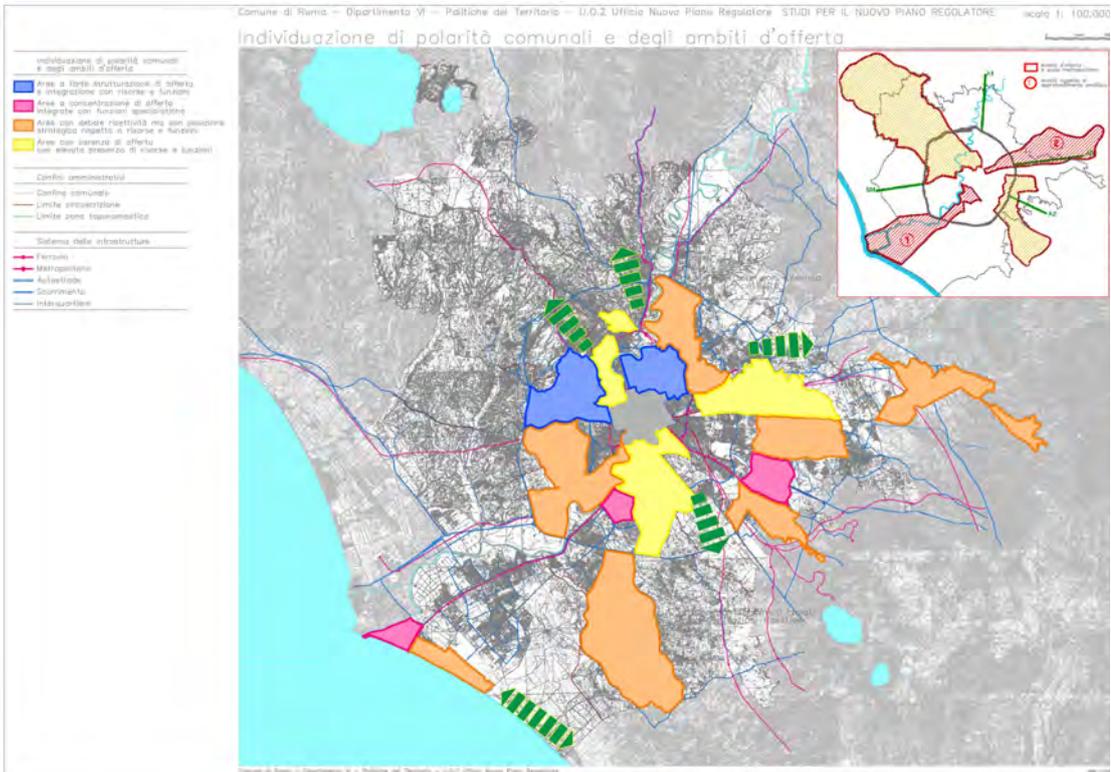
L'offerta turistica a Roma

I caratteri dell'offerta turistica romana si articolano in un ampio ventaglio di situazioni che trovano solo parziale ricomposizione all'interno della geografia dei municipi. Un dato, tuttavia, emerge sopra gli altri: la sostanziale polarizzazione della ricettività, fortemente concentrata in poche aree della città, tutte a ridosso del centro

¹ La ricerca, elaborata nel corso degli studi del nuovo Piano regolatore per conto del Comune di Roma e parte integrante della "Relazione di Piano" e delle "Norme tecniche", è stata svolta da: prof. Giuseppe Imbesi (coord. scientifico), M. Letizia Pilloton (coord. operativo), prof. Valter Fabietti, Giuliano Faggiani, Paola Imbesi, Estella Marino.

storico. La metà degli esercizi alberghieri romani (peraltro, con un ampissimo *range* d'offerta) trova collocazione entro le mura aureliane.

Il resto dell'offerta, distribuito nel territorio comunale (è questo un corollario del precedente carattere di concentrazione), presenta una sostanziale assenza di comportamenti strategici: non sembrano, in altre parole, sfruttate a pieno le numerosissime potenzialità (risorse più o meno direttamente finalizzabili ad un uso turistico), o, meglio, non sembra esista un comportamento a sistema delle diverse componenti dell'offerta turistica, con l'eccezione dei grandi alberghi lungo l'Aurelia o altrove in funzione di infrastrutture strategiche (valga per tutti il caso dell'Aeroporto di Fiumicino, la "porta" moderna della città).



Polarità comunali d'offerta turistica.

Nel complesso, se si escludono le innegabili economie di agglomerazione che caratterizzano le aree centrali, non si riconoscono comportamenti strategici nella localizzazione della ricettività, che rimane legata prevalentemente a logiche puntuali.

Le politiche di valorizzazione delle risorse turistiche scontano, d'altro canto, un analogo *empasse* dovuto alla frammentazione dei soggetti decisionali presenti nel settore turistico, ognuno dei quali segue una propria logica aziendale.

L'articolazione tipologica dell'offerta pone in evidenza le carenze relative a segmenti, pure strategici, del fenomeno turistico: dal turismo giovanile (ostelli e altre forme di case per giovani), alla domanda di *outdoor recreation*, a quella dedicata ai nuclei familiari a più basso reddito (con l'eccezione "giubilare" delle cosiddette case per ferie). Per questi tipi di domanda, è possibile oggi ipotizzare la creazione di circuiti d'offerta alternativi a quelli tradizionali (ad esempio, nelle aree più periferiche, nella città metropolitana, in poli di concentrazione funzionale esterni alla cerchia delle mura, in ambiti di offerta intercomunali), attraverso i quali dare forza a luoghi d'offerta oggi sottoutilizzati. È forse proprio a questo tipo di domanda emergente che si deve dare risposta: ad esempio, mediante l'ampliamento dell'offerta di alberghi di 1 o 2 stelle, campeggi, ostelli.

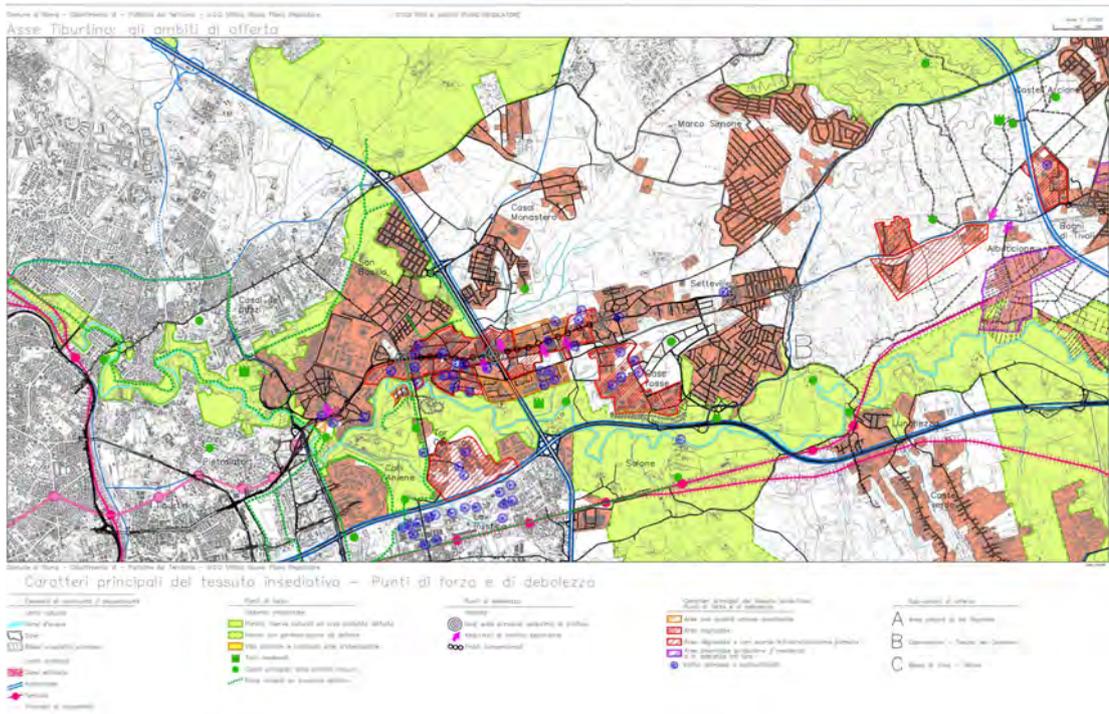
Tale estensione d'offerta va, naturalmente, sottoposta ad un'accurata valutazione delle ricadute urbanistiche (carico sui sistemi di mobilità anzitutto, ma anche impatto sociale, costi collettivi, ecc.). Anche in questo caso, quindi, si determina la necessità di valutare le opportunità localizzative sulla base dei caratteri specifici dei luoghi d'insediamento dell'offerta.

Un quadro strategico dell'offerta che nasce dalla verifica, municipio per municipio, della "capienza aggiuntiva teorica" di offerta e delle necessità di localizzazione di terziario turistico che supporti l'attuazione di tale capienza

Profili turistici di domanda e scenari d'offerta nei Municipi

Nello svolgimento del lavoro si è fatto ricorso a un composito insieme di metodi e di tecniche utilizzando il quale sono stati valutati:

- la consistenza di risorse e funzioni per Municipio²;
- la tipologia e la distribuzione della domanda e, segnatamente, della domanda potenziale, attraverso la definizione di profili turistici di riferimento³;
- l'offerta di residenzialità turistica convenzionale e non convenzionale;
- la percezione del fenomeno turistico attraverso un piano di interviste ad opinion leader nonché la rielaborazione di informazioni di fonte eterogenea.



Caratteri principali del tessuto insediativo nel V Municipio.

L'analisi ha definito, alla scala dei municipi, le potenzialità turistiche ovvero le capacità attrattive che attualmente essi manifestano per particolari profili di domanda. Capacità definite in base alla dotazione di risorse, funzioni e accessibilità. In altre parole, l'analisi ha prodotto scenari d'offerta, definendo profili dominanti per ciascun municipio e indicando possibili tipologie di accoglienza a questi connesse.

La costruzione degli scenari implica una valutazione del tipo "if...then", ovvero richiede preliminarmente la formulazione di scelte strategiche derivate da valutazioni di scala comunale e metropolitana. Nei singoli municipi, infatti, è possibile proporre diverse opzioni di intervento. Ad esempio, nel caso di un municipio fortemente connotato da un profilo di domanda "ambientale/naturalistico", nel quale tuttavia si registra anche una consistente presenza di capacità attrattive per il profilo "culturale", è possibile optare sia per il potenziamento del profilo dominante sia per l'ampliamento del range d'offerta valorizzando il profilo "sub dominante", quello culturale. Nel primo caso, la tipologia d'accoglienza da proporre riguarderà un'offerta compatibile con il profilo ambientale, mentre nel secondo caso occorrerà attivare integrazione tra due tipologie di offerta residenziale. Analoghe considerazioni possono essere svolte per il potenziamento di funzioni turistiche presenti (o da insediare) nel municipio.

In linea di massima, volendo sintetizzare le operazioni effettuate, per ciascun Municipio (dopo aver definito i profili della domanda turistica in base alla ricettività, alle risorse e alle funzioni esistenti) sono stati ipotizzati scenari di offerta convenzionale e non convenzionale, mediati sia attraverso i criteri prestazionali propri di ciascun profilo turistico potenziale sia in relazione ai caratteri insediativi presenti nel municipio. L'attribuzione della ricettività convenzionale e non convenzionale, definita in base ai profili potenziali della domanda turistica, è stata modulata considerando i caratteri insediativi presenti nel municipio (centralità, tessuti diffusi, parchi, aree agricole), ribaditi nel Prg. Alle quattro categorie definite se ne aggiunge, inoltre, una quinta – quelle delle aree interessate dai programmi integrati – che può, in alcuni casi, comprendere le precedenti.

I caratteri, delineati nelle schede municipali, definiscono punte d'offerta rappresentate da zone che, storicamente, hanno

2. La classificazione delle funzioni e delle risorse è stata sviluppata considerando l'organizzazione spaziale dell'offerta (risorse isolate, distribuite linearmente e raggruppate in aree), l'appartenenza a percorsi turistici (in base alle modalità di accesso), l'importanza (risorse di rilevanza internazionale, nazionale o locale) verificata, ove possibile, in base al numero di utenti. La classificazione dell'accessibilità è stata svolta considerando la ridondanza d'offerta, la densità d'offerta, i flussi di traffico (dove i dati sono risultati disponibili).

3. La definizione delle tipologie di domanda turistica potenziale consente di effettuare alcune considerazioni in merito alla predisposizione di politiche attive per il turismo. È possibile definire, pur se in maniera ancora approssimativa, una sorta di corrispondenza tra i caratteri peculiari dell'offerta turistica (risorse, funzioni, accessibilità, ecc.) presente nei diversi municipi e la domanda che potenzialmente esprime ciascun profilo turistico. Si tratta, ovviamente, di una correlazione di tipo "statistico", costruita attribuendo a ciascun gruppo di utenti considerato (profilo) necessità ed aspettative turistiche.

listici, legati alla presenza di centri ospedalieri o di istituzioni per la formazione. Fanno riferimento a questo tipo di offerta più profili, spesso ma non sempre, sub dominanti nei diversi municipi: formazione scientifica, culturale, congressuale e convegnistico ma anche giovanile e sociale.

Lo scenario che si delinea nelle schede dei Municipi pone sullo sfondo della ricerca alcune questioni che, per il carattere esteso all'intera dimensione urbana, non possono essere affrontate nella presente scheda che in maniera generica. Ci si riferisce, in particolare, alla valutazione "a grana fine" delle potenzialità presenti in ciascun Municipio e alla definizione di possibili strategie di intervento per azioni di marketing territoriale turistico.

La individuazione di azioni progettuali compatibili con la dotazione presente (risorse e funzioni) nei singoli municipi richiede, infatti, una valutazione che si esplica a scale ben più ravvicinate di quella adottata nella presente ricerca, sia che si ci si riferisca alla definizione di progetti strategici a regia pubblica, sia che si desideri delineare *criteri prestazionali* per l'intervento privato.

L'attuazione del Piano fornirà la base per la costruzione di un diverso modello di assetto per lo svolgimento del turismo⁴. Tale reciprocità di situazioni favorevoli può essere però considerata positivamente solo se, superando le attuali forme di attuazione delle politiche urbane per il turismo legate all'occasionalità delle domande e delle convenienze localizzative, saranno attivate coerenti politiche di sviluppo e gestione del settore e si introdurranno strumenti in grado di determinare una sempre maggiore correlazione con le esigenze funzionali e di qualità degli ospiti della città, da una parte, e dei cittadini, dall'altra.

SOGGETTO CHE PRESENTA IL CASO IN MOSTRA

Comune di Roma
Professionisti Dip. VI UO2

IL CASO

L'offerta turistica e le opportunità di trasformazione nel nuovo PRG di Roma

CARATTERISTICHE DELL'AMBITO DI RIFERIMENTO

Intero territorio comunale

A QUALE TEMA DELLA 5 RUN SI RIFERISCE PREVALENTEMENTE

Piani urbanistici

RIFERIMENTI

<http://www.comune.roma.it>

⁴. Si ipotizza la possibilità di inserire nuova offerta di residenzialità turistica sia nei "centralità urbane" sia nei tessuti definiti dal piano. L'articolazione, nelle diverse localizzazioni possibili, deriva dai caratteri specifici dell'offerta che si intende incentivare, tenendo conto delle modalità di erogazione del servizio (convenzionale e non convenzionale) e delle sue caratteristiche derivanti dalla classe di domanda (profilo) di riferimento.