

**Statistica** Il 96% degli stranieri che arriva nel Lazio visita solo la Città Eterna. Oggi alla Pisana il piano per valorizzare e far conoscere il nostro patrimonio

# Vedi Roma e poi parti Troppi turisti mordi e fuggi Obiettivo: portarli in provincia

**Davide Di Santo**  
d.disanto@iltempo.it

**ROMA** Vedi Roma e poi riparti. Ogni anno sono circa sette milioni i turisti stranieri che arrivano nella nostra regione per godere soprattutto delle bellezze della Città Eterna. La quasi totalità (94%) di loro non passa il Grande Raccordo Anulare. Gli italiani, invece, sono leggermente più attratti dalle coste, dalle campagne e dalle città della regione: uno su tre in visita nel Lazio sceglie una meta alternativa alla Capitale. Il dato è ancora meno entusiasmante se viene associato alla tendenza negativa del numero di presenze. Ancora prima della crisi economica i 10,650,871 di turisti del 2008 erano già in calo. Meno 2,6% per i connazionali, -0,7% per chi viene da fuori confine.

Per contrastare queste due tendenze, ovvero il calo delle presenze e il minore appeal delle province rispetto a Colosseo e Vaticano, autentiche superstar del turismo internazionale, al Consiglio regionale del Lazio arriva oggi per l'approvazione il piano triennale

mi tre anni possono crescere in maniera importante. Lo sviluppo del turismo termale nella Tuscia, nella Sabina Romana e Reatina, nella Ciociaria e nel sud del Lazio, ad esempio, rappresenta un investimento importante. Abbinato a strutture ricettive di alto profilo anche territori che ora raccolgono piccole quote selezionate di visitatori potranno fare il salto di qualità.

Ma il futuro del turismo del Lazio non è solo lusso, spa e wellness. Il piano regionale punta anche sulla creazione di attività ricettive a basso costo sulla costa e sulla valorizzazione delle spiagge libere. Interventi che vanno a migliorare l'offerta anche per i residenti nella regione. Il piano inoltre preme l'acceleratore sui settori storici per la ricettività laziale come quello enogastronomico o il turismo religioso, verso i quali l'attenzione del pubblico è sempre più alta.

Un piano di impulso non può esimersi dal fornire strumenti adeguati alle aziende. A disposizione delle piccole e medie imprese esistono già il Fondo rotativo, il Fondo straordinario



**Abbruzzese**

Il percorso legislativo del piano rappresenta per la regione uno strumento importante per rilanciare l'economia dei territori



**Zappalà**

Il turismo già porta alla nostra regione alcuni miliardi di euro l'anno. Con una politica attenta e condivisa può avere nuovo impulso

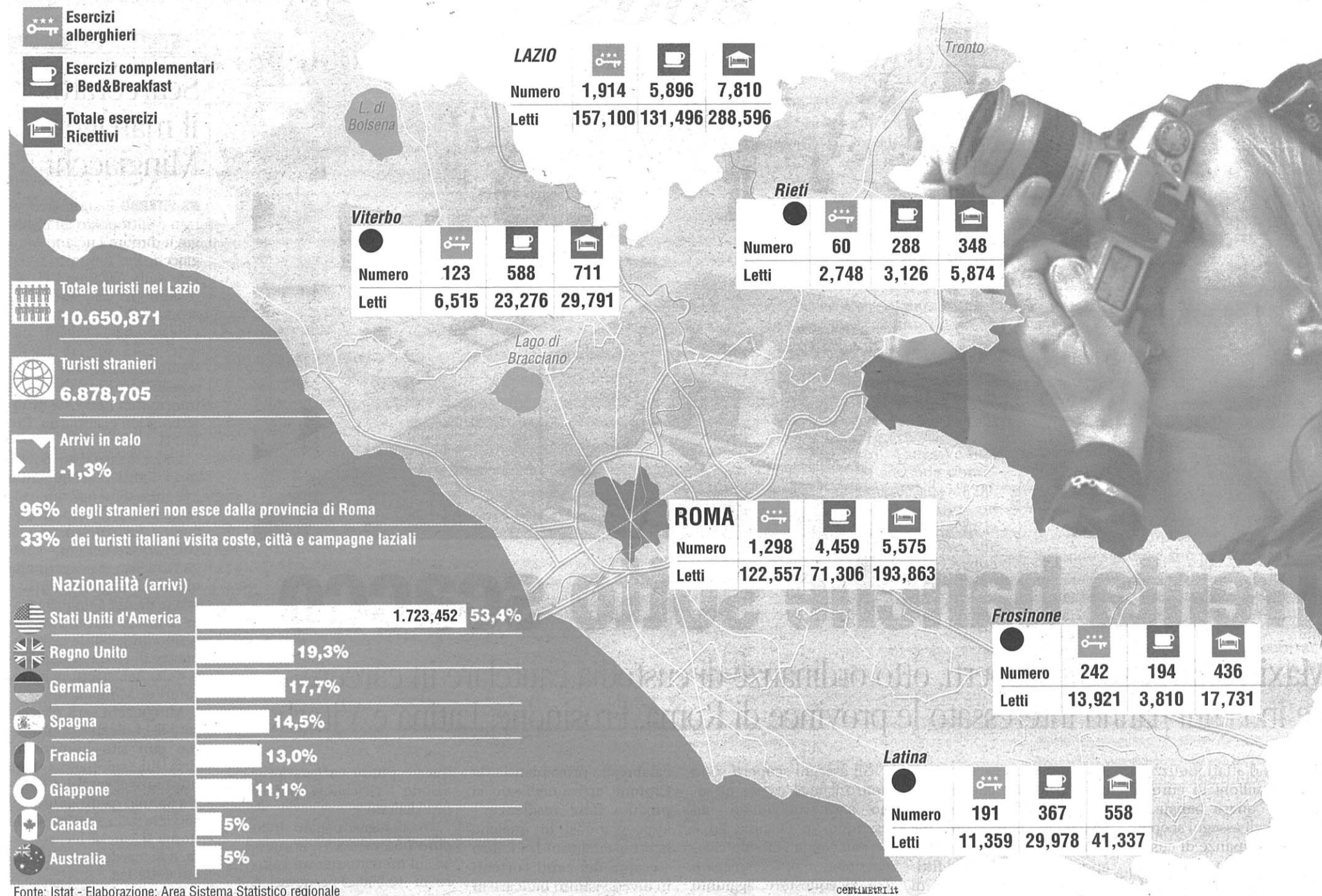
**Protagonisti**

A sinistra il presidente del Consiglio regionale del Lazio Mario Abbruzzese. Accanto l'assessore del Turismo e Marketing del Made in Lazio Stefano Zappalà



## La fotografia del Lazio

Capacità ricettiva per tipologia e per Provincia



Fonte: Istat - Elaborazione: Area Sistema Statistico regionale

**Regione**

**Nel documento**

**le linee guida**

**e strumenti finanziari**

per lo sviluppo economico del litorale laziale e il Fondo unico per il turismo. La Regione dopo l'approvazione del piano, renderà più facile l'accesso al credito per i finanziamenti già disponibili e nuove forme di sostegno per i progetti delle piccole e medie imprese garantendo l'accesso al credito per interventi di durata non superiore ai 18 mesi che prevedano la riqualificazione dell'offerta ricettiva, l'adeguamento energetico e la rimozione delle barriere architettoniche, oltre alla valorizzazione del territorio e dei centri storici e interventi ad hoc sui settori turistici individuati dal piano.

La redazione di una carta dei servizi per il pubblico, i privati e le amministrazioni, inoltre, favorirà la comunicazione sul patrimonio regionale e le sinergie imprenditoriali tra pubblico e privato.

del turismo passato all'unanimità in Commissione Sviluppo Economico, Ricerca e Innovazione presentato dall'assessore del Turismo e Marketing del Made in Lazio Stefano Zappalà. Oltre a fornire le linee guida organiche su tutto il territorio, il piano intende sottolineare la vocazione turistica delle città, delle coste e delle montagne laziali. E per rilanciare il settore soffocato dalla crisi verrà presentato un vero e proprio marchio Lazio, un brand che sarà l'effetto visibile di un percorso di sviluppo del settore fatto di formazione, diversificazione dell'offerta, promozione e attenzione alla qualità.

Il piano regionale intende dare impulso a quei settori in cui il Lazio ha un'identità specifica. Per questo è previsto lo sviluppo di forme di turismo «di nicchia» ma che nei prossimi