

**IL TURISMO IN CIFRE**  
**negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004**

**ANALISI DELLA DOMANDA TURISTICA NEGLI  
ESERCIZI ALBERGHIERI DI ROMA E PROVINCIA**

**Premessa**

TURISMO 2004 – UN ANNO ALL'AGRODOLCE PER ROMA E PROVINCIA

Si è concluso un altro anno che ha regalato molte difficoltà al movimento turistico nazionale ed internazionale. Non è il caso di rielencarle: le sappiamo purtroppo a menadito e ne sopporteremo ancora (speriamo non a lungo) gli effetti. L'imprenditoria del settore, tour operator, agenzie di viaggi, albergatori, si è rimboccata le maniche ed ha contribuito in maniera sostanziale a limitare i danni.

In questo panorama generale poco rassicurante possiamo tuttavia registrare alcune importanti e lodevoli eccezioni: Roma e la sua Provincia sono una di queste.

Roma città d'arte e di cultura, ma anche di eventi musicali e di divertimento popolare, con la "Notte Bianca", che la fa da padrona.

Riscoperta e rilancio del filone del "turismo classico" ma anche apertura a contaminazioni che affondano, e sempre più affonderanno, le loro radici nella multiculturalità che ormai fanno di Roma una città multietnica.

Il richiamo ai valori ed alle tradizioni di esse, la loro tutela ed il renderle attuali e vivibili potranno trasformarsi per Roma, nel prossimo futuro, in un eccellente richiamo turistico.

L'Amministrazione capitolina saprà trarne ben conto, come speriamo. Roma e Provincia in controtendenza, dunque. I dati che presentiamo si commentano da soli.

Finalmente, dopo alcuni anni, l'incremento delle presenze nella Provincia di Roma (+6,05%) è stato superiore a quello del patrimonio ricettivo (+3,35% di camere e +2,90% di letti). I tassi di occupazione sono, di conseguenza, variati in positivo, ma rimangono, comunque, ancora a livelli non soddisfacenti in quanto non garantiscono appieno la redditività aziendale.

Abbiamo recuperato complessivamente una consistente quota di mercato, ma ridistribuita in un contesto ricettivo notevolmente cresciuto negli anni. A questo recupero di quote di mercato non ha, però, corrisposto una crescita del fatturato, che è invece proporzionalmente diminuito.

Il grosso senso di responsabilità dell'imprenditoria turistico/alberghiera romana ha evitato con cura ogni possibile strumentalizzazione della crisi, sia sul piano contrattuale (si è da poco rinnovato il Contratto Integrativo Territoriale) che dell'occupazione. Infatti anch'essa è cresciuta grazie soprattutto alle nuove aperture.

Ma vanno affrontati e risolti alcuni nodi che ostacolano un corretto sviluppo del turismo romano. Il problema delle fiscalità locali: ICI e Tarsu hanno avuto negli ultimi anni aumenti abnormi e in alcuni casi assolutamente insostenibili per i soggetti interessati, tali da assorbire integralmente la già insufficiente redditività.

Un riordino legislativo che soprattutto identifichi chiaramente le diverse tipologie di ricettività e, soprattutto a tutela del cliente, ne consenta il controllo onde evitare sovrapposizioni e invasioni di campo (case per ferie che operano come alberghi, affittacamere mascherati da bed & breakfast, che, in taluni casi applicano perfino tariffe di alberghi di lusso).

Una programmazione e regolamentazione nella creazione di nuova ricettività a tutti i livelli, in funzione dell'aumento e della localizzazione della domanda, evitando la concentrazione in zone già sovraffollate e incentivando le aree di futuro sviluppo turistico e industriale (es. Fiera di Roma, Centro Congressi, Polo Tecnologico). Lo sviluppo economico della intera Regione sta creando infatti nuove opportunità per il nostro settore.

Ultimo, ma non meno importante e di non facile soluzione, visti gli sforzi improduttivi dell'ultimo biennio, un efficace strumento per un'adeguata promozione della città e della sua provincia, coordinata con quella regionale e nazionale, che consenta di valorizzare al massimo quanto di positivo si è realizzato negli ultimi anni e il molto che è già in cantiere per il prossimo futuro.

**Massimo Bettoja**

**Presidente EBT**

## **IL TURISMO IN CIFRE**

### **negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004**

#### **Premessa**

**Roma modello vincente per il Turismo:** così titolava a tutta pagina Il Sole 24 Ore del 10 ottobre 2004 nel dar conto di un anno molto difficile per l'industria dei viaggi, con diffuse flessioni di presenze ed arrivi, sia di italiani che stranieri. Poche sono state le aree che sono riuscite a mettere a segno buoni risultati, a conferma che non si può più parlare semplicemente di destinazione Italia ma che, invece, è importante che ogni località caratterizzi la propria offerta.

E se Roma rappresenta una felice eccezione in un sistema Italia che non ha mai creduto nel turismo, è perché abbiamo saputo individuare e perseguire una strategia di marketing territoriale finalizzata a rendere disponibile un sistema di informazione ed accoglienza efficiente ed efficace, a migliorare l'accessibilità e la fruizione della città, a dare continuità alla programmazione di mostre ed eventi di caratura internazionale.

Tutto ciò, in sintonia con l'idea/vocazione del territorio e della comunità locale in modo da soddisfarne i bisogni e, nel contempo, fornire ulteriori elementi di valorizzazione turistica.

Per il 2005 contiamo di consolidare questo trend positivo e di conseguire importanti risultati su due mercati in particolare, Cina e Giappone.

Ciò in quanto da tempo abbiamo avviato iniziative promozionali che hanno interessato le provincie di Pechino, Shanghai e Kunming e, per quanto attiene il Giappone, abbiamo da poco concluso un articolato programma di attività che ha visto :

- in maggio: la realizzazione di due educational, il primo dedicato a rappresentanti della stampa ed il secondo a tour operators con l'obiettivo, a fronte della decisa flessione registratasi negli arrivi di turisti giapponesi, di mostrare le novità e la ricchezza dell'offerta turistica di Roma e della regione. Nei mesi successivi, tutti i giornalisti invitati hanno dato efficace riscontro del loro viaggio con articoli ampi e dettagliati su quotidiani e riviste specializzate.
- in giugno-agosto: la produzione di prodotti editoriali in lingua giapponese. Constatato il rilievo della barriera linguistica quale limite all'azione promozionale intrapresa, si è proceduto alla stampa dell'edizione giapponese della pianta di Roma, alla realizzazione di una guida appositamente studiata per il mercato nipponico dal titolo "Poketto Roma" ed alla stampa dell'opuscolo "Il Lazio che non ti aspetti".
- in settembre: la partecipazione alla Jata Congress & World Travel Fair. L'Apt ha gestito un proprio spazio all'interno del padiglione Italia/Enit dove ha ospitato gli operatori regionali e fornito assistenza, con personale specializzato, ad operatori e pubblico presente. L'azione promozionale si è rivelata particolarmente efficace vista la disponibilità di materiale in lingua e il supporto di assistenti con perfetta conoscenza della lingua giapponese.
- in settembre: la realizzazione di due seminari per operatori e stampa nelle città di Osaka e Fukuoka. Le due località sono state scelte in modo da raggiungere bacini di utenza ad alto potenziale turistico complementari a quello potenziale di Tokyo. I due seminari hanno visto la partecipazione rispettivamente di 94 e di 75 operatori e di alcuni rappresentanti della stampa locale. La presentazione è stata realizzata in lingua giapponese con l'ausilio delle più moderne tecnologie;
- in dicembre: la partecipazione al Festival Italiano realizzato dallo Yomiuri Shimbun, il maggiore quotidiano giapponese in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia. Questo Festival, che ha luogo presso il prestigioso Tokyo Dome, onora il cinquantesimo anniversario dell'Accordo Culturale fra Italia e Giappone e costituisce una delle manifestazioni di spicco della rassegna "Anno 2005 del People-to-People", che mira a gettare un ponte fra le popolazioni dell'Unione Europea e del Giappone.

Agli operatori che hanno condiviso il nostro impegno e alle Istituzioni che ci hanno supportato va il nostro sentito ringraziamento.

**Guido Improta**

**Apt Comune di Roma**

## **ANALISI DELLA DOMANDA TURISTICA NEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI DI ROMA E PROVINCIA**

### **RAPPORTO ANNUALE 2004**

#### **1. L'andamento del mercato alberghiero nella Provincia di Roma**

L'anno 2004 ha registrato, diversamente da quanto avvenuto nel recente passato, una buona crescita sul fronte della domanda turistica nazionale e internazionale, grazie in parte al mutato clima internazionale, ma anche alle più efficaci politiche di marketing avviate dagli operatori pubblici e privati, che hanno dovuto e devono fronteggiare situazioni ancora difficili (tra le quali il rafforzamento dell'euro che, in assenza di politiche correttive, fa scendere il livello di competitività dell'area sui mercati dell'area dollaro). In questo clima è proseguito il lavoro di adeguamento dell'offerta a standard di servizio sempre più elevati, così come è continuato – anche se a ritmi più lenti, il processo di crescita quantitativa della stessa.

Vedremo dai dati che l'andamento positivo della domanda turistica ha caratterizzato tutto l'anno 2004.

Il bilancio complessivo della domanda turistica negli alberghi della Provincia di Roma indica una forte crescita sia negli arrivi sia nelle presenze. La situazione è più articolata se

consideriamo separatamente Roma e l'hinterland oppure le singole aree di provenienza della domanda.

Vediamo ora più in dettaglio qual è stato l'andamento complessivo del mercato turistico negli alberghi.

La domanda turistica negli esercizi alberghieri della Provincia di Roma considerata nel suo insieme ha avuto nel 2004 un andamento positivo in tutte le categorie di esercizi alberghieri ed ha coinvolto i principali segmenti geografici di mercato.

La domanda complessiva negli esercizi alberghieri della Provincia di Roma è stata pari a **7.528.468** arrivi (+9,19%) e **17.715.312** presenze (+6,05%) (tabb. 1- 2).

La domanda italiana (**3.325.247** arrivi e **6.741.400** presenze) ha avuto un andamento decisamente positivo, registrando una crescita del +8,15% negli arrivi e +5,50% nelle presenze.

La domanda straniera (**4.203.221** arrivi e **10.973.912** presenze) ha registrato, dopo un biennio di flessioni, incrementi nella misura del +10,03% negli arrivi e del +6,39% nelle presenze (tabb. 1-2). Inoltre, anche nel 2004 i dati evidenziano il consolidarsi di un fenomeno positivo: la tendenza al graduale

## IL TURISMO IN CIFRE negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004

allungamento della durata media del soggiorno a Roma e nel suo hinterland.

### 2. L'analisi della domanda turistica a Roma

La domanda turistica negli esercizi alberghieri di Roma ha avuto un andamento positivo sia sul fronte della domanda interna, sia su quello della domanda estera.

Nel 2004 gli **arrivi** complessivi di italiani e stranieri negli esercizi alberghieri della città sono stati **6.299.218**, con una crescita su base annua di **+6,10%**. Le **presenze** complessive sono state **15.171.492** e hanno fatto registrare una crescita di **+4,88%** (tabb. 3 - 4).

In particolare gli **arrivi** italiani negli esercizi alberghieri di Roma sono stati **2.534.825** (**+6,04%**); le **presenze** sono state pari a **5.002.806** unità (**+4,67%**) (tabella 4 e 7).

La domanda straniera, che strutturalmente rappresenta il vero punto di forza del turismo a Roma (ne rappresenta i due terzi circa), ha registrato un buon andamento nel corso di tutto l'anno. Arrivi e presenze di stranieri nella capitale sono stati, infatti, nel 2004 rispettivamente **3.764.393** (**+6,14%**) e **10.168.686** (**4,98%**). La crescita registrata è decisamente apprezzabile e sembra il segno di una decisa inversione di tendenza.

L'andamento della domanda straniera è, ovviamente, diversificato a livello di provenienza geografica.

La domanda europea ha avuto un andamento decisamente positivo in tutte le categorie di

esercizi alberghieri (tabelle n. 3 e 4). Gli arrivi dall'Europa sono stati pari **1.790.400** unità (**+8,56%**) e le presenze a **5.070.599** unità (**+7,40%**). Particolarmente positivi gli andamenti della Spagna (**240.126** arrivi e **669.936** presenze, rispettivamente **+17,27%** e **+12,59%**), del Regno Unito (**379.726** arrivi e **1.057.577** presenze, rispettivamente **+10,38%** e **+9,95%**), della Germania (**293.180** arrivi e **884.605** presenze, rispettivamente **+7,19%** e **+9,21%**), della Francia (**202.803** arrivi e **554.778** presenze, rispettivamente **+4,63%** e **+7,04%**), e della Russia (**48.086** arrivi e **150.433** presenze, rispettivamente **+13,33%** e **+19,66%**) (tabelle 3 e 4).

Il 2004 è stato caratterizzato, inoltre, dalla tanto attesa ripresa della domanda proveniente dal Nord America. Arrivi e presenze provenienti da quest'area sono stati alla fine dell'anno rispettivamente **1.009.220** unità e **2.720.403** unità, con una crescita di **+10,24%** negli arrivi e di **+11,38%** nelle presenze.

In flessione, invece, è risultata essere anche nel 2004 la domanda proveniente dal **Centro - Sud America**, che ha fatto registrare **186.229** arrivi (**-5,71%**) e **507.180** presenze (**-5,64%**).

In ripresa la domanda proveniente dal **Sud - Est Asiatico**, che ha fatto registrare **550.716** arrivi (**+7,24%**) e **1.297.058** presenze (**+2,09%**). Nell'ambito dei flussi provenienti da quest'area prosegue il primato giapponese, ma continua a crescere il peso della Cina e della Corea del Nord.

**IL TURISMO IN CIFRE**  
**negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004**

In flessione anche l'andamento del **Medio Oriente**, con **68.827** arrivi (**-18,72%**) e **186.911** presenze (**-15,09%**).

Nell'insieme, l'analisi della distribuzione geografica della domanda turistica straniera a Roma (tabelle 3, 4, 11, 12) evidenzia il consolidamento dei seguenti processi:

- il rafforzamento delle quote di mercato dell'Europa e degli USA;
- il primato della domanda proveniente dagli USA, cui seguono il Regno Unito ed il Giappone ed alcuni paesi Europei (Germania, Francia, Spagna);
- il consolidamento dell'affacciarsi di nuovi mercati emergenti.

L'analisi a livello di singoli paesi aiuta a capire questi processi.

A livello di singole nazionalità, gli USA continuano a detenere il primato di arrivi stranieri (25,33%) e presenze straniere (25,29%) a Roma, seguiti dal Regno Unito (10,09% di arrivi e 10,40% presenze), dal Giappone (9,96% circa di arrivi 8,92% di presenze), dalla Germania (7,79% di arrivi e 8,70% di presenze), dalla Spagna (6,38% di arrivi e 6,59% di presenze) e dalla Francia (5,39% di arrivi e 5,46% di presenze) (tabelle 11, 12, 13, 14).

Da rilevare che i primi 10 paesi di provenienza dei flussi di domanda straniera costituiscono oltre il 71% degli arrivi e oltre il 72% delle presenze straniere (tabelle 11 e 12).

In quanto a scelte di consumo, la **domanda straniera** ha continuato a privilegiare gli

alberghi di 4 e 5 stelle, mentre la domanda italiana ha manifestato una maggiore propensione verso gli esercizi di medio e basso livello (tabella 8).

La domanda straniera registra, infatti, la seguente distribuzione delle presenze: 8,60% negli esercizi a 5 stelle, 44,15% negli esercizi a 4 stelle, 36,62% negli esercizi a 3 stelle, 8,10% negli alberghi a 2 stelle e 2,53% in quelli a 1 stella (tabella 8).

La domanda italiana ha registrato la seguente distribuzione delle presenze: 4,17% negli alberghi a 5 stelle, 34,28% negli esercizi a 4 stelle, 38,56% negli alberghi a 3 stelle, 18,94% in quelli a 2 stelle e 4,05% in quelli a 1 stella (tabella 8).

Il confronto tra *quote reali di mercato* e *quote potenziali di mercato* continua ad evidenziare una migliore performance degli esercizi di 3 e 2 stelle, rispetto agli altri esercizi (tabella 8):

<b>Categoria</b>	<b>Quota potenziale di mercato</b>	<b>Quota reale di mercato</b>
<b>5 stelle</b>	8,29	<b>7,14</b>
<b>4 stelle</b>	43,67	<b>40,89</b>
<b>3 stelle</b>	34,43	<b>37,26</b>
<b>2 stelle</b>	10,88	<b>11,67</b>
<b>1 stella</b>	2,73	<b>3,04</b>

L'occupazione annua di camere e letti è stata nel 2004 rispettivamente pari al 56,97% e al 50,82%.

**IL TURISMO IN CIFRE**  
**negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004**

Nelle singole categorie di esercizi l'occupazione di camere e letti nel 2004 è risultata essere la seguente (tabella 10):

Categoria	Totale	
	camere	letti
5 stelle	54,42	43,43
4 stelle	57,41	47,74
3 stelle	59,44	54,91
2 stelle	51,73	54,47
1 stella	47,83	56,31
<b>Totale</b>	<b>56,97</b>	<b>50,82</b>

Fonte: ROMA E PROVINCIA IN CIFRE

### 3. Distribuzione della domanda per categorie di esercizi a Roma

La distribuzione della domanda turistica secondo le categorie di esercizi alberghieri nella città di Roma, ha avuto la seguente articolazione (tabb. 7 e 8):

**Esercizi a 5 stelle** con il **6,89%** degli arrivi (**434.276** unità) e il **7,14%** delle presenze (**1.082.884** unità). Tra gli stranieri la principale componente di domanda è stata quella proveniente dagli USA con il 37,12% degli arrivi e il 39,98% delle presenze straniere, seguiti dal Regno Unito con il 13,65% degli arrivi ed il 12,83% delle presenze totali di stranieri, e dal Giappone con il 7,21% degli arrivi ed il 6,19% delle presenze (tabelle 7, 8, 13 e 14).

**Esercizi a 4 stelle** con il **42,32%** degli arrivi (**2.665.759** unità) e il **40,89%** delle presenze (**6.203.775** unità). Tra gli stranieri la principale componente di domanda è stata quella

proveniente dagli USA con il 26,80% degli arrivi ed il 25,65% delle presenze straniere, seguiti dal Giappone con il 15,57% degli arrivi ed il 14,20% delle presenze totali di stranieri, e dal Regno Unito con il 8,98% degli arrivi e il 9,85% delle presenze (tabb. 7, 8, 13 e 14).

**Esercizi a 3 stelle** con il **36,04%** degli arrivi (**2.270.034** unità) e il **37,26%** delle presenze (**5.652.398** unità). Tra gli stranieri la principale componente di domanda è stata quella proveniente dagli USA con il 22,83% degli arrivi ed il 23,25% delle presenze straniere, seguiti dal Regno Unito con il 10,67% degli arrivi e il 10,63% delle presenze totali di stranieri, e dalla Germania con l'8,30% degli arrivi e il 9,48% delle presenze (tabelle 7, 8, 13 e 14).

**Esercizi a 2 stelle** con l'**11,82%** degli arrivi (**744.453** unità) e l'**11,67%** delle presenze (**1.771.089** unità). Tra gli stranieri la principale componente di domanda è stata quella proveniente dagli USA con il 15,83% degli arrivi ed il 17,81% delle presenze straniere, seguiti dalla Germania con il 10,70% degli arrivi e l'11,00% delle presenze totali di stranieri (tabelle 7, 8, 13 e 14).

**Esercizi a 1 stella** con il **2,93%** degli arrivi (**184.696** unità) e il **3,04%** delle presenze (**461.346** unità). Tra gli stranieri la principale componente di domanda è stata quella proveniente dagli USA con il 22,36% degli arrivi ed il 22,81% delle

**IL TURISMO IN CIFRE**  
**negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004**

presenze straniere, seguiti dalla Germania con il 19,46% degli arrivi e il 20,83% delle presenze straniere (tabb. 7, 8, 13 e 14).

**4. L'analisi della domanda turistica nell'hinterland**

Nel resto del territorio della Provincia di Roma gli arrivi complessivi negli esercizi alberghieri sono stati **1.229.250** (+**28,39%**) e le presenze **2.543.820** (+**13,60%**), di cui il 68,35% circa sono presenze italiane e il 31,65% circa presenze straniere (tabelle 5, 6, 19). Anche nel corso del 2004 è proseguito il processo di forte internazionalizzazione della domanda turistica l'hinterland di Roma, che ha portato ad una crescita della quota di mercato di circa tre punti: gli arrivi stranieri sono stati **438.828** unità con una crescita del **60,61%**; le presenze sono ammontate a **805.226** con un incremento del **28,04%**.

Anche la domanda italiana è cresciuta, ma in misura inferiore a quella estera, sia negli arrivi con **+15,52%** (**790.422** unità) sia nelle presenze con **+7,96%** (**1.738.594** unità) (tabelle 5 e 6).

L'occupazione delle camere negli esercizi alberghieri del resto della Provincia è stata del **39,65** %, quella dei letti è stata del **36,77%** (tab. 17). L'articolazione per categorie di esercizi registra i seguenti tassi di occupazione:

a	Totale	
	camere	letti
5 stelle	18,94	14,28
4 stelle	46,52	36,90
3 stelle	37,66	33,91
2 stelle	37,04	44,57
1 stella	29,95	40,59
<b>Totale</b>	<b>39,65</b>	<b>36,77</b>

Nell'hinterland romano i turisti provenienti dall'Europa costituiscono, con il 45,58% degli arrivi e il 52,85% delle presenze straniere nell'area, la principale componente di domanda straniera. La quota di mercato europea è, però, diminuita rispetto all'anno precedente, nonostante la crescita in valore assoluto

A livello di singoli paesi esteri, il principale bacino di domanda straniera è stato quello USA con il 19,92% degli arrivi stranieri (tab. 18) e il 16,40% delle presenze straniere (tab. 19). Seguono la Francia (10,15% degli arrivi e 10,31% delle presenze), la Germania (7,43% degli arrivi e 9,96% delle presenze) e il Regno Unito (5,45% degli arrivi e 6,03% delle presenze) (tabelle 18 e 19).

**5. Il turismo incoming e outgoing secondo le agenzie di viaggi**

L'Osservatorio delle agenzie di viaggi opera lungo due direttrici:

- l'analisi del trend della domanda turistica verso Roma;

**Categori**

**IL TURISMO IN CIFRE**  
**negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004**

- l'analisi del trend del turismo romano (outgoing).

Asia	0,67%	-5,99%
Altri paesi	0,63%	-7,80%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	

**5.1 Il trend delle prenotazioni verso Roma**

L'analisi del **trend delle prenotazioni** che passano per il sistema delle agenzie, evidenzia, per il 2005, un trend positivo ma non ancora quantificabile con sufficiente attendibilità. I segmenti geografici che avranno, con ogni probabilità, i maggiori incrementi sono costituiti dai principali paesi europei, dagli USA e dalla Cina.

**5.2 L'outgoing da Roma**

Sul versante dell'outgoing i romani hanno scelto nel corso del 2004 come mete turistiche il Mare Italia (16,39% delle preferenze, +1,19%), le località termali (7,07% delle preferenze, +1,53%) la Montagna (28,34% delle preferenze, +0,14%), le Città d'Arte (20,32% delle preferenze +0,14%), l'Europa Continentale (16,71% delle preferenze, -0,35%), il Mare estero (9,88% delle preferenze, -2,11%), l'Asia (0,67% delle preferenze, -5,99%), Altri Paesi (0,63% delle preferenze, -7,8%).

<b>Destinazione</b>	<b>Preferenze</b>	<b>Variazioni %</b>
Mare Italia	16,39%	1,19%
Località termali	7,07%	1,53%
Montagna	28,34%	0,14%
Città d'arte	20,32%	0,14%
Europa continentale	16,71%	-0,35%
Mare estero	9,88%	-2,11%

**11. Le attività di ristorazione**

Le attività di ristorazione sono un elemento fondamentale del servizio offerto da un'area turistica. Nell'area di Roma e del suo hinterland sicuramente tante imprese di ristorazione hanno scarso rapporto con l'attività turistica intesa in senso stretto, ma tante altre servono prevalentemente clientela turistica che trova in esse non solo occasione di ristoro, ma anche motivo d'attrazione. Le nostre ricerche sul livello di soddisfazione dei turisti a Roma hanno sempre evidenziato il contributo della ristorazione nel rendere più gradevole il soggiorno ai visitatori della città. Le attività di ristorazione rappresentano pertanto un importante fattore di servizio alla collettività cittadina e turistica. L'apporto del settore al PIL dell'area romana è senza dubbio notevole, ma al momento non quantificabile in maniera attendibile. Ma non è questo l'unico aspetto non conosciuto del settore. Le lacune cognitive sono molto più ampie. Per colmarle, l'EBT di Roma e Provincia ha deciso di monitorare periodicamente il settore, in modo da fornire nel tempo agli operatori un quadro il più preciso possibile della situazione di mercato e del suo evolversi. Lo studio del settore si pone, perciò, tra gli altri, i seguenti obiettivi:



**IL TURISMO IN CIFRE**  
**negli esercizi alberghieri di Roma e Provincia – Rapporto annuale 2004**

- definire periodicamente le dimensioni del settore in quanto a numero di imprese;
- individuare le tipologie di attività prevalente;
- determinare periodicamente il numero di occupati fissi ed extra;
- stimare periodicamente l'apporto del mondo della ristorazione al sistema economico romano;
- tracciare un profilo dinamico dell'evoluzione delle preferenze dei consumatori e dell'evoluzione del settore.

Si tratta di un compito certamente non facile, data la frammentarietà del settore, costituito prevalentemente da una miriade di micro imprese.

In questa prima fase è stata avviata la rilevazione finalizzata a definire un primo quadro quantitativo del settore. I dati sono ancora in fase di raccolta e di contestuale prima elaborazione. Vi sono indubbe difficoltà operative dovute alla forte capillarizzazione del settore. Non è pertanto possibile fornire ancora dati precisi. Siamo però in grado di fornire un primo dato attendibile sulla dimensione della ristorazione commerciale nella città di Roma. La voce *tipologia dichiarata* si riferisce alla tipologia prevalente. La

classificazione proposta non è definitiva, ma vuole essere al momento una traccia di lavoro e di riflessione.

L'attività di monitoraggio prosegue per censire le altre tipologie di ristorazione: fast food, self service, ristorazione collettiva.

<b>Numero di esercizi di ristorazione commerciale nella provincia di Roma (2004)</b>		
<b>Codice</b>	<b>Tipologia dichiarata</b>	<b>Numero esercizi</b>
1	Ristorante	712
2	Risto-pizzeria	239
3	Regionale	152
4	Pizzeria	166
5	Romana	118
6	classica	77
7	etnica	160
8	pesce	84
9	varia	102
	<b>Totale Roma</b>	<b>1.810</b>
	Hinterland di Roma	1.162
	<b>Totale provincia di Roma</b>	<b>2.972</b>
<b>Fonte: ROMA E PROVINCIA IN CIFRE</b>		
<b>Dati provvisori</b>		