

4.15. Le politiche per il turismo

Il mercato turistico è caratterizzato da forti cambiamenti e da fattori critici che producono effetti rilevanti sia per quanto attiene la domanda turistica interna ed internazionale sia sul prodotto turistico che a questi mutamenti deve adeguarsi.

In tale contesto è necessario delineare una strategia capace di dare risposte mirate alle nuove esigenze che scaturiscono dal mercato e che preveda una attenta e innovativa programmazione degli interventi da adottare in modo da valorizzare tutte le opportunità che Roma offre. E' necessario migliorare la qualità dei servizi turistici per affrontare la competizione globale tra destinazioni turistiche. Per questo è essenziale, innanzitutto, intraprendere un comune lavoro con le imprese del settore orientato a favorire il raggiungimento di un livello di qualità, da parte dell'intera filiera turistica, in linea con gli standard internazionali. In questo quadro l'amministrazione avvierà progetti guida relativi a:

- percorsi di formazione;

- interventi mirati per ciascun segmento turistico; quali ad es. il turismo giovanile, prevedendo strutture ricettive adeguate nei costi e nella organizzazione a questo specifico target;; il turismo del golf, il turismo solidale, il turismo dei grandi eventi; il turismo congressuale. In riferimento a quest'ultimo, è da sottolineare come il segmento congressuale rappresenti una componente di assoluto rilievo del mercato turistico, nazionale ed internazionale, grazie alle significative ricadute economiche che è in grado di produrre. Per questo è necessario dare vita ad un "Convention Bureau" capace di mettere in rete i tanti servizi del territorio necessari a garantire la migliore riuscita dell'evento congressuale.

- potenziamento dei punti di accoglienza turistica, potenziando ed adeguando il trasporto pubblico di linea e non di linea a tariffa amministrata in un'ottica di trasparenza e di qualità.

Per garantire nuovi flussi turistici è necessario investire nella comunicazione della città. In questo senso, insieme al potenziamento dei servizi di informazione e distribuzione di materiali e prodotti multimediali nelle diverse lingue di provenienza dei flussi turistici, è necessario realizzare educational e workshop. In particolare gli educational rappresentano una occasione importante per giornalisti ed opinion leader. Nell'ambito della comunicazione, particolare attenzione verrà dedicata alla realizzazione di un nuovo sito internet attraverso il quale fornire tutte le informazioni utili per scoprire cosa offre la città e organizzare di conseguenza la propria vacanza. Il web è uno strumento ormai indispensabile se si considera che, in alcuni mercati, internet viene utilizzato da quasi il 40% dei turisti per la scelta delle proprie vacanze.

L'andamento del mercato internazionale mostra in maniera chiara che per vincere la