



## **LA SPESA PRO CAPITE DEI TURISTI A ROMA**

**Analisi per componente di consumo, mercato di provenienza e intensità di spesa**

**Periodo di osservazione: 2023–2025**

**Analisi elaborata da Hotel Management Group**

**[www.hotelmanagementgroup.it](http://www.hotelmanagementgroup.it)**

**Su fonti aperte e fonti interne**

Roma, Aprile 2026

---

## PAGINA DEI CREDITI

### Crediti e natura del documento

La presente relazione è stata elaborata da **Hotel Management Group** come documento di analisi economica e interpretazione strategica del fenomeno turistico romano nel periodo 2023–2025.

L'analisi è stata sviluppata su:

- fonti aperte;
- fonti interne;
- materiali di lavoro conferiti;
- elaborazioni economiche, comparative e interpretative interne.

Il documento ha natura analitica, istituzionale e divulgativa ad alto contenuto professionale. Esso è finalizzato alla lettura economica del turismo urbano nella città di Roma e alla valutazione della spesa turistica per mercato di provenienza, per componente di consumo e per intensità di valore.

Il documento non costituisce pubblicazione statistica ufficiale in senso amministrativo, bensì relazione di analisi e sintesi a supporto della valutazione economica del sistema turistico romano.

---

## MESSAGGI CHIAVE

### Sette evidenze che definiscono il valore economico del turismo a Roma nel periodo 2023–2025

**1. Roma ha completato il passaggio da fase di recupero a fase di maturità espansiva.**

Nel triennio 2023–2025 la città cresce in modo continuo e consolida una scala di domanda ormai strutturale. Il turismo non va più letto come fenomeno di rimbalzo, ma come componente stabile dell'economia urbana.

**2. Il valore del turismo romano non dipende soltanto dal volume dei flussi, ma dalla qualità economica del soggiorno.**

La permanenza media resta relativamente breve; di conseguenza, il rendimento della destinazione dipende dalla capacità di concentrare spesa e valore nel tempo limitato del soggiorno urbano.

**3. L'alloggio è il principale motore economico del soggiorno.**

La struttura della spesa conferma che l'ospitalità rappresenta la prima piattaforma di monetizzazione del turismo romano, con un peso superiore a qualsiasi altra componente del paniere.

**4. La ristorazione è il secondo pilastro del valore urbano.**

Roma non monetizza soltanto il pernottamento. Monetizza anche la capacità del visitatore di trasformare la città in esperienza di consumo gastronomico, sociale e identitario.

**5. Gli Stati Uniti sono il mercato-ancora del valore.**

Nessun altro mercato combina allo stesso livello peso urbano, intensità di spesa e qualità del soggiorno. Gli USA rappresentano il riferimento più alto del portafoglio internazionale di Roma.

**6. Germania e Regno Unito sono i principali mercati europei ad alta rilevanza economica.**

La Germania apporta massa e valore complessivo; il Regno Unito combina forte presenza urbana e buona intensità di spesa. Entrambi sono centrali nel profilo economico della destinazione.

**7. Il 2025 amplia la scala del modello romano senza modificarne la grammatica economica.**

L'anno chiuso conferma la traiettoria già emersa nel 2023–2024: Roma cresce perché combina mercati di massa e mercati ad alta resa, non perché cambia radicalmente la struttura della spesa.

---

# EXECUTIVE SUMMARY

La presente relazione analizza la **spesa pro capite dei turisti a Roma** nel periodo **2023–2025**, con articolazione per **alloggio, ristorazione, shopping e altri servizi in città**, e con una lettura specifica della **capacità di spesa dei principali mercati di provenienza**.

La tesi centrale del documento è che, in una fase di maturità della destinazione, **Roma non può più essere valutata solo in termini di arrivi e presenze**. La variabile realmente decisiva è il **valore economico unitario del soggiorno**, cioè la capacità del visitatore di generare spesa, di distribuirla nel sistema urbano e di sostenere un modello economicamente denso.

Nel triennio osservato, Roma consolida il proprio posizionamento tra le principali destinazioni urbane europee. Il **2023** segna la piena ricostituzione della scala del fenomeno; il **2024** ne consolida l'espansione; il **2025**, anno chiuso, conferma un nuovo livello di stabilizzazione della domanda. La crescita non è più interpretabile come semplice recupero: il turismo romano è ormai un **sistema strutturale di produzione di valore urbano**.

La struttura della spesa è stabile e chiaramente gerarchizzata. L'**alloggio** rappresenta la prima componente economica del soggiorno; la **ristorazione** costituisce il secondo pilastro del valore; **shopping e altri servizi in città** completano il paniere di consumo. Ne emerge una destinazione **accommodation-led**, nella quale il rendimento economico dipende in misura decisiva dalla qualità dell'ospitalità, dal posizionamento della domanda e dalla capacità della città di monetizzare il soggiorno breve.

La lettura dei mercati conferma una gerarchia netta. Gli **Stati Uniti** svolgono la funzione di mercato-ancora del valore. **Germania e Regno Unito** guidano il portafoglio europeo ad alta rilevanza economica. **Francia e Spagna** sostengono la scala con diversa intensità di spesa. **Cina e Giappone** rafforzano il segmento premium. **Canada, Australia, Svizzera e Austria** si collocano nella fascia dei mercati minori per volume ma elevati per rendimento unitario. Il mercato domestico continua a garantire continuità e massa critica.

Il **2025** conferma questa architettura senza modificarla. Roma cresce ancora, ma cresce all'interno di una struttura economica ormai definita. Il valore complessivo della destinazione deriva dall'incontro fra **mercati di massa**, che garantiscono la scala, e **mercati ad alta resa**, che elevano la qualità economica media del soggiorno.

Il dato conclusivo è quindi il seguente:

**Roma non cresce soltanto perché attrae più visitatori; Roma cresce perché ha consolidato un portafoglio di domanda capace di combinare massa, qualità e rendimento in un sistema urbano ormai pienamente maturo.**

---

# INDICE

**Pagina dei crediti**  
**Messaggi chiave**  
**Executive Summary**  
**Premessa**

**1. Oggetto della relazione**  
**2. Criterio di analisi e perimetro interpretativo**  
**3. Roma 2023–2025: dalla ricostituzione della domanda alla maturità del modello**  
**4. Architettura economica della spesa turistica a Roma**  
**5. Mercati di provenienza e capacità di spesa**

5.1 Stati Uniti  
5.2 Germania  
5.3 Regno Unito  
5.4 Francia  
5.5 Spagna  
5.6 Cina  
5.7 Giappone  
5.8 Paesi Bassi  
5.9 Svizzera  
5.10 Austria  
5.11 Canada  
5.12 Australia  
5.13 Argentina  
5.14 Brasile  
5.15 Messico  
5.16 Israele  
5.17 Russia  
5.18 Italia  
5.19 Altri Paesi UE  
5.20 Altri Paesi extra-UE

**5 bis. Classifica dei mercati per capacità di spesa**  
6. Lettura comparata del portafoglio mercati  
7. Il 2025 come anno chiuso: consolidamento della scala e continuità del modello  
7. bis. Lettura comparativa del triennio  
8. Considerazioni conclusive - Chiusura istituzionale

## **Appendice metodologica**

A.1 Finalità metodologica dell'elaborazione  
A.2 Oggetto della misurazione  
A.3 Periodo di osservazione  
A.4 Fonti informative e criteri di integrazione  
A.5 Logica di stima e armonizzazione  
A.6 Definizione di capacità di spesa  
A.7 Criteri di segmentazione dei mercati  
A.8 Trattamento del 2025  
A.9 Limiti dell'analisi  
A.10 Livello di affidabilità interpretativa  
A.11 Conclusione metodologica

## **Executive Exhibits**

Executive Exhibit 1. Roma 2023–2025: scala del fenomeno  
Executive Exhibit 2. Struttura della spesa turistica  
Executive Exhibit 3. Mappa dei mercati per peso e capacità di spesa  
Executive Exhibit 3 bis. Classifica dei mercati per capacità di spesa  
Executive Exhibit 4. Segmentazione del portafoglio internazionale  
Executive Exhibit 5. Mercati di massa e mercati premium  
Executive Exhibit 5 bis. Lettura comparativa 2023–2025  
Executive Exhibit 6. Sintesi del modello economico romano  
Executive Exhibit 7. Key findings finali

---

# PREMESSA

## Roma come sistema di valore, non soltanto come sistema di flussi

L'osservazione del turismo romano richiede oggi un cambio di prospettiva. I tradizionali indicatori di volume, pur essenziali, non sono più sufficienti a descrivere la reale portata economica del fenomeno. La crescita di arrivi e presenze misura la dimensione del movimento turistico, ma non esaurisce la valutazione del valore prodotto dal soggiorno, della qualità dei mercati, della struttura del consumo e della capacità della città di trasformare la presenza del visitatore in ricchezza economica diffusa.

La presente relazione nasce da questa esigenza. Il suo obiettivo non è soltanto descrivere il turismo a Roma, ma **qualificarlo economicamente**. La domanda di fondo che guida il lavoro è la seguente: **quanto vale il turista a Roma, come si distribuisce la sua spesa, quali mercati generano il maggiore rendimento e in che modo il triennio 2023–2025 ridefinisce il profilo economico della destinazione?**

L'analisi assume pertanto Roma come **piattaforma urbana di consumo turistico**, nella quale l'esperienza di viaggio è insieme soggiorno, ristorazione, fruizione della città, acquisto di beni, accesso ai servizi, uso della mobilità, consumo culturale e permanenza temporanea ad alta intensità economica.

---

## 1. OGGETTO DELLA RELAZIONE

### Una misurazione del valore economico del soggiorno

La relazione ha per oggetto la ricostruzione del profilo economico della **spesa turistica pro capite a Roma** nel periodo 2023–2025, articolata nelle quattro principali componenti di consumo urbano:

**alloggio,  
ristorazione,  
shopping,  
altri servizi in città.**

Il lavoro si concentra inoltre sulla **segmentazione dei mercati di provenienza**, al fine di individuare non solo i bacini che generano la maggiore massa di domanda, ma anche quelli che esprimono la maggiore intensità di spesa e il più elevato rendimento economico del soggiorno.

Il punto di osservazione non è quindi la sola dimensione quantitativa del turismo, ma il **valore economico unitario del visitatore**, letto nella sua composizione, nella sua qualità e nella sua capacità di contribuire al sistema urbano romano.

## 2. CRITERIO DI ANALISI E PERIMETRO INTERPRETATIVO

### Dalla statistica del turismo alla lettura economico-strategica

Il presente documento adotta un criterio di analisi fondato sull'integrazione fra lettura dei flussi, composizione della spesa e qualità economica dei mercati.

Il **2023** e il **2024** rappresentano la base strutturale dell'osservazione, poiché consentono di leggere con sufficiente stabilità il posizionamento dei mercati internazionali, il profilo del soggiorno e la struttura economica della domanda urbana. Il **2025**, in quanto anno chiuso, viene interpretato come fase di consolidamento su scala più ampia.

La nozione di **capacità di spesa** viene assunta in senso sostanziale. Essa non coincide esclusivamente con il valore monetario medio teorico del visitatore, ma comprende:  
il posizionamento del soggiorno,  
la concentrazione nelle fasce alte dell'ospitalità,  
la coerenza con un consumo urbano di qualità,  
la continuità del mercato nel tempo,  
la sua rilevanza nel mix complessivo della destinazione.

La presente relazione si colloca pertanto in una prospettiva di **alta lettura economica del turismo urbano**, più che di mera registrazione statistica del fenomeno.

---

# 3. ROMA 2023–2025: DALLA RICOSTITUZIONE DELLA DOMANDA ALLA MATURITÀ DEL MODELLO

## Una crescita che cambia natura

Fra il 2023 e il 2025 Roma consolida una traiettoria di crescita continua che modifica la natura stessa dell'osservazione economica. Il **2023** può essere letto come l'anno della piena ricostituzione della scala turistica. Il **2024** segna il consolidamento del record. Il **2025** porta la città su un nuovo livello, confermando che la domanda non si sta più semplicemente riprendendo, ma si sta stabilizzando su una dimensione elevata e strutturale.

Il punto essenziale non è tuttavia soltanto la crescita assoluta. Il dato più rilevante è che tale crescita si sviluppa dentro una configurazione urbana specifica: **permanenza media relativamente breve, forte internazionalizzazione della domanda, alta concentrazione del consumo nel tempo limitato del soggiorno.**

Roma non è una destinazione di lunga permanenza. È una destinazione di **elevata intensità economica del soggiorno breve.** Questo significa che la qualità del mercato conta più della mera estensione temporale del viaggio. Conta la capacità del visitatore di concentrare spesa sull'alloggio, sulla ristorazione, sui servizi e sull'esperienza urbana in pochi giorni. È qui che si produce la vera specificità del modello romano.

La crescita del triennio va dunque interpretata come una combinazione di:

- espansione della scala dei flussi;
- stabilizzazione del posizionamento internazionale;
- maggiore rilevanza del valore unitario del visitatore come chiave di lettura della destinazione.

---

## EXECUTIVE EXHIBIT 1. ROMA 2023–2025: SCALA DEL FENOMENO

EXECUTIVE EXHIBIT 1   ROMA 2023–2025: SCALA DEL FENOMENO			
Anno	Arrivi	Presenze	Letture prevalente
2023	21,022 milioni	49,187 milioni	Ricostituzione piena
2024	22,205 milioni	51,446 milioni	Consolidamento record
2025	22,900 milioni	52,920 milioni	Maturità espansiva

---

# 4. ARCHITETTURA ECONOMICA DELLA SPESA TURISTICA A ROMA

## Una destinazione trainata dal valore del soggiorno

La composizione della spesa turistica a Roma presenta una struttura notevolmente stabile nel triennio osservato. Questa stabilità non deve essere interpretata come rigidità, bensì come prova di una **grammatica economica consolidata**.

L'**alloggio** rappresenta la prima voce di spesa. Non si tratta di un dato meramente settoriale, ma della prova che Roma monetizza in primo luogo la **presenza residenziale temporanea** del visitatore. Il soggiorno è il centro economico del viaggio.

La **ristorazione** costituisce il secondo pilastro del valore urbano. In una città ad altissima densità simbolica e culturale, il food non è un segmento ancillare, ma parte integrante della costruzione economica dell'esperienza.

Lo **shopping** conserva un ruolo importante, ma secondario rispetto al binomio soggiorno-ristorazione. La sua incidenza economica, pur significativa, non definisce il baricentro del modello romano.

Gli **altri servizi in città** – mobilità, intrattenimento, cultura, servizi vari – rappresentano la componente che meglio esprime la profondità della destinazione come ecosistema di esperienza. È qui che il turismo cessa di essere solo pernottamento e diventa consumo urbano complesso.

La conclusione è netta: Roma emerge come una destinazione **accommodation-led**, nella quale il rendimento economico del turismo dipende in misura decisiva dalla qualità della permanenza e dalla capacità della città di trasformare il soggiorno in paniere di spesa integrata.

---

## EXECUTIVE EXHIBIT 2. STRUTTURA DELLA SPESA TURISTICA

EXECUTIVE EXHIBIT 2   STRUTTURA DELLA SPESA TURISTICA A ROMA	
Componente	Quota media stimata
Alloggio	45-46%
Ristorazione	22-23%
Shopping	13-14%
Altri servizi in città	17-18%

---

# 5. MERCATI DI PROVENIENZA E CAPACITÀ DI SPESA

## Una gerarchia economica netta

La qualità del turismo romano dipende dalla struttura del suo portafoglio mercati. Non tutti i visitatori apportano lo stesso contributo economico. Alcuni mercati garantiscono massa critica; altri elevano la qualità del soggiorno; altri ancora fanno entrambe le cose.

### 5.1 Stati Uniti

Gli Stati Uniti costituiscono il **mercato-ancora del valore**. Il loro peso urbano è molto elevato, la loro intensità di spesa si colloca nella fascia alta e il profilo del soggiorno è coerente con consumi premium su alloggio, ristorazione e servizi. Il mercato USA non è solo importante; è il mercato che più di ogni altro innalza la qualità economica media del turismo romano.

### 5.2 Germania

La Germania è il principale grande mercato europeo per massa economica. Presenta una combinazione solida di volume, continuità e buona capacità di spesa. Il suo ruolo nel sistema romano è quello di un mercato di **grande scala e buon rendimento**, meno premium dei long-haul più forti ma essenziale per la qualità del portafoglio europeo.

### 5.3 Regno Unito

Il Regno Unito è uno dei mercati più rilevanti del turismo urbano di Roma. Il suo punto di forza sta nell'equilibrio tra presenza cittadina e intensità di spesa. È un mercato altamente coerente con il formato del city-break romano e con un paniere di consumo ad alta resa.

### 5.4 Francia

La Francia rappresenta un mercato strutturale, affidabile, ampio e qualitativamente solido. Il suo contributo è rilevante soprattutto per continuità e scala, pur collocandosi su una soglia di spesa media inferiore ai mercati più premium.

### 5.5 Spagna

La Spagna è un mercato forte per volume urbano, molto presente nella città e importante per la continuità dei flussi. La sua intensità di spesa è più contenuta rispetto a Germania, Regno Unito e Stati Uniti. È quindi un mercato decisivo per massa, ma meno decisivo per rendimento unitario.

### 5.6 Cina

La Cina si distingue per crescita, forte concentrazione qualitativa e compatibilità con un soggiorno premium. Pur non appartenendo al gruppo dei mercati più ampi per scala, si colloca tra quelli più interessanti in termini di qualità economica.

## **5.7 Giappone**

Il Giappone occupa una posizione rilevante nella fascia premium della domanda internazionale. Il profilo del soggiorno è elevato, ordinato e coerente con una spesa urbana di fascia medio-alta.

## **5.8 Paesi Bassi**

I Paesi Bassi appartengono alla fascia dei mercati europei secondari per volume, ma superiori alla media per rendimento. Si tratta di un mercato di buona qualità e di rilevanza economica maggiore rispetto al suo peso numerico.

## **5.9 Svizzera**

La Svizzera è un mercato piccolo per scala ma alto per intensità di spesa. Il suo contributo va letto in chiave qualitativa: pochi volumi, elevato valore unitario.

## **5.10 Austria**

L'Austria presenta caratteristiche simili: dimensione contenuta, buona qualità del soggiorno e resa individuale interessante.

## **5.11 Canada**

Il Canada appartiene alla fascia dei mercati long-haul ad alta capacità di spesa. Il suo peso quantitativo è limitato, ma la qualità economica del soggiorno è elevata.

## **5.12 Australia**

L'Australia si colloca nella stessa fascia dei mercati lontani ad alto wallet. È un mercato di nicchia, ma con rendimento unitario molto elevato.

## **5.13 Argentina**

L'Argentina si colloca in una fascia intermedia. Il suo contributo è apprezzabile per continuità e presenza urbana, con un profilo qualitativo discreto.

## **5.14 Brasile**

Il Brasile presenta una configurazione equilibrata tra qualità e scala. È un mercato stabile, intermedio, economicamente ordinato.

## **5.15 Messico**

Il Messico, pur di dimensione contenuta, mostra una buona qualità del soggiorno e una resa superiore a quanto il solo volume farebbe immaginare.

## **5.16 Israele**

Israele è un mercato selettivo, con profilo qualitativo elevato ma maggiore sensibilità a fattori esterni. Il soggiorno medio resta economicamente rilevante.

## **5.17 Russia**

La Russia è più fragile sul piano della continuità dei flussi, ma il segmento che continua a viaggiare verso Roma mantiene un profilo economico di fascia medio-alta.

## **5.18 Italia**

Il mercato italiano rappresenta la principale base strutturale della continuità del sistema. La sua funzione non è tanto elevare il rendimento medio, quanto sostenere la massa critica e la stabilità della destinazione.

## **5.19 Altri Paesi UE**

Gli altri Paesi UE costituiscono un blocco aggregato importante, utile a garantire profondità, distribuzione del flusso e qualità media del portafoglio europeo.

## **5.20 Altri Paesi extra-UE**

Gli altri Paesi extra-UE completano la profondità internazionale della domanda romana e includono mercati di nicchia anche molto interessanti in termini di valore unitario.

---

## EXECUTIVE EXHIBIT 3. MAPPA DEI MERCATI PER PESO E CAPACITÀ DI SPESA

EXECUTIVE EXHIBIT 3   MAPPA DEI MERCATI PER PESO E CAPACITÀ DI SPESA		
Mercato	Peso a Roma	Capacità di spesa
USA	Molto elevato	Molto alta
Germania	Elevato	Alta
Regno Unito	Elevato	Alta
Francia	Elevato	Medio-alta
Spagna	Elevato	Media
Cina	Medio	Alta
Giappone	Medio	Alta
Paesi Bassi	Medio-basso	Medio-alta
Svizzera	Basso	Alta
Austria	Basso	Medio-alta
Canada	Basso	Molto alta
Australia	Basso	Molto alta
Argentina	Medio-basso	Media
Brasile	Medio-basso	Media
Messico	Basso	Medio-alta
Israele	Basso	Medio-alta
Russia	Basso	Medio-alta
Italia	Molto elevato	Strutturale
Altri UE	Rilevante	Media / Medio-alta
Altri extra-UE	Rilevante	Eterogenea

# 5 BIS. CLASSIFICA DEI MERCATI PER CAPACITÀ DI SPESA

## Una gerarchia economica del portafoglio turistico romano

La lettura comparata dei mercati consente di costruire una gerarchia economica chiara. Tale gerarchia non coincide semplicemente con il volume dei flussi, ma con la capacità di ciascun mercato di contribuire al valore medio del soggiorno attraverso la combinazione di spesa, qualità e posizionamento.

### Fascia A – Mercati ad altissima capacità di spesa

In questa fascia rientrano i mercati che esprimono il più elevato valore unitario del soggiorno, o che combinano elevata intensità di spesa con forte qualità del posizionamento.

- Stati Uniti
- Canada
- Australia
- Svizzera
- Giappone
- Cina

Questi mercati rappresentano la fascia alta del portafoglio romano. Alcuni sono forti anche per peso, altri soprattutto per rendimento unitario. In tutti i casi, si tratta dei segmenti che alzano in modo più netto la qualità economica media della domanda.

### Fascia B – Mercati ad alta capacità di spesa

Questa fascia comprende mercati che uniscono buona intensità di spesa, qualità del soggiorno e rilievo economico significativo.

- Regno Unito
- Germania
- Austria
- Paesi Bassi
- Francia

Sono i mercati della fascia alta europea, fondamentali non solo per continuità e scala, ma anche per resa economica del soggiorno.

## **Fascia C – Mercati a capacità di spesa intermedia**

Si tratta di mercati rilevanti per continuità, peso o buona qualità del soggiorno, ma con rendimento unitario mediamente inferiore rispetto alle fasce più alte.

- Spagna
- Argentina
- Brasile
- Messico
- Israele
- Russia

Questa fascia contribuisce in modo importante all'equilibrio del portafoglio, ma non rappresenta il nucleo più elevato della resa economica media.

## **Fascia D – Mercato strutturale non confrontabile in termini omogenei**

Il mercato domestico ha un ruolo essenziale, ma non è pienamente comparabile con la metrica economica della domanda internazionale adottata in questa relazione.

- Italia

La sua funzione è strutturale: sostiene continuità, massa critica, riempimento e stabilità complessiva del sistema urbano.

## **Fascia E – Cluster aggregati**

Questi cluster hanno grande importanza per profondità e diversificazione del sistema, ma richiedono una lettura aggregata.

- Altri Paesi UE
  - Altri Paesi extra-UE
-

## EXECUTIVE EXHIBIT 3 BIS. CLASSIFICA DEI MERCATI PER CAPACITÀ DI SPESA

EXECUTIVE EXHIBIT 3 BIS   CLASSIFICA DEI MERCATI PER CAPACITÀ DI SPESA	
Fascia A   Altissima capacità di spesa	USA, Canada, Australia, Svizzera, Giappone, Cina
Fascia B   Alta capacità di spesa	Regno Unito, Germania, Austria, Paesi Bassi, Francia
Fascia C   Capacità intermedia	Spagna, Argentina, Brasile, Messico, Israele, Russia
Fascia D   Mercato strutturale	Italia
Fascia E   Cluster aggregati	Altri UE, Altri extra-UE

## 6. LETTURA COMPARATA DEL PORTAFOGLIO MERCATI

### La vera forza di Roma: l'equilibrio fra volume e rendimento

Il portafoglio mercati di Roma può essere letto attraverso tre blocchi.

Il primo è composto dai **mercati di massa**, che sostengono la scala del sistema. Qui si collocano Italia, Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Francia e Spagna.

Il secondo comprende i **mercati premium**, che alzano la qualità economica media del soggiorno e contribuiscono in modo decisivo al posizionamento alto della destinazione. Vi rientrano in particolare Stati Uniti, Giappone, Cina, Canada, Australia e Svizzera.

Il terzo blocco è costituito dai **mercati di equilibrio**, che non dominano né per massa né per valore massimo unitario, ma rafforzano stabilità, distribuzione e qualità del portafoglio.

La conclusione analitica è che Roma non cresce grazie a un solo fattore. Cresce perché combina:

- mercati che riempiono la città;
- mercati che qualificano la città;
- mercati che rendono la città più forte economicamente.

Questa pluralità è la vera leva del modello romano.

## EXECUTIVE EXHIBIT 4. SEGMENTAZIONE DEL PORTAFOGLIO INTERNAZIONALE

EXECUTIVE EXHIBIT 4   SEGMENTAZIONE DEL PORTAFOGLIO INTERNAZIONALE	
Cluster	Mercati
Mercati-ancora del valore	USA
Grandi mercati europei ad alta rilevanza economica	Germania, Regno Unito
Grandi mercati europei di scala	Francia, Spagna
Mercati premium asiatici	Cina, Giappone
Mercati secondari di buona resa	Svizzera, Austria, Paesi Bassi
Mercati long-haul premium	Canada, Australia
Mercati latinoamericani	Argentina, Brasile, Messico
Mercati selettivi e instabili	Israele, Russia
Mercato domestico strutturale	Italia
Cluster residuali	Altri UE, Altri extra-UE

## 7. IL 2025 COME ANNO CHIUSO

### Più scala, stessa architettura di valore

Il 2025 non modifica la grammatica economica del turismo romano. La amplia. I nuovi massimi di arrivi e presenze non introducono un diverso modello di spesa; confermano piuttosto la capacità della città di sostenere una dimensione superiore senza alterare la propria struttura di base.

L'alloggio resta la prima leva di monetizzazione. La ristorazione mantiene il ruolo di secondo pilastro del valore. Shopping e altri servizi conservano il loro spazio economico, ma non ne definiscono il baricentro del modello.

Anche la struttura dei mercati resta coerente. I mercati ad alta resa continuano a determinare la qualità economica della domanda, mentre i mercati di massa ne sostengono la profondità.

Il 2025 va quindi interpretato come **anno di conferma e maturazione**, non di rottura. Roma cresce ancora, ma cresce restando pienamente riconoscibile nella propria architettura economica.

## EXECUTIVE EXHIBIT 5. MERCATI DI MASSA E MERCATI PREMIUM

EXECUTIVE EXHIBIT 5   MERCATI DI MASSA E MERCATI PREMIUM	
Mercati di massa	Italia, Germania, Regno Unito, Francia, Spagna, USA
Mercati premium	USA, Giappone, Cina, Canada, Australia, Svizzera
Mercati di equilibrio	Francia, Paesi Bassi, Austria, Messico, Brasile
Mercati qualitativi ma meno stabili	Israele, Russia

## 7 BIS. LETTURA COMPARATIVA DEL TRIENNIO

### Cosa cambia realmente tra 2023, 2024 e 2025

La lettura comparata del triennio consente di distinguere con chiarezza tre fasi.

Il **2023** rappresenta l'anno della piena ricostituzione della scala turistica della città. Il dato centrale è il ritorno della domanda su livelli tali da consentire una lettura nuovamente strutturale del sistema.

Il **2024** è l'anno in cui Roma consolida il record e mostra che il turismo non sta semplicemente recuperando terreno, ma sta entrando in una fase di stabilizzazione ad alto livello. È l'anno nel quale la struttura economica del soggiorno appare più chiaramente leggibile.

Il **2025** conferma la crescita della scala, ma soprattutto certifica la continuità del modello. L'architettura della spesa non cambia nel suo baricentro: resta centrale il soggiorno, resta forte la ristorazione, resta determinante la qualità del portafoglio mercati.

La conclusione è quindi che il triennio non racconta tre anni separati, ma un **processo unico di consolidamento**:

- ricostituzione nel 2023;
- consolidamento nel 2024;
- maturazione nel 2025.

# EXECUTIVE EXHIBIT 5 BIS. LETTURA COMPARATIVA 2023–2025

EXECUTIVE EXHIBIT 5 BIS   LETTURA COMPARATIVA 2023–2025		
Anno	Funzione nel ciclo	Significato economico
2023	Ricostituzione	Ritorno della scala della domanda
2024	Consolidamento	Stabilizzazione del modello
2025	Maturazione	Crescita su architettura invariata

## 8. CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

### Roma come destinazione urbana a valore differenziale

Il triennio 2023–2025 consente di formulare una conclusione netta: **Roma è oggi una destinazione urbana matura, gerarchizzata e ad alta intensità economica.**

La città non cresce solo perché aumenta il numero dei visitatori. Cresce perché dispone di un portafoglio di domanda che combina:

- mercati di massa, necessari alla scala;
- mercati premium, necessari alla qualità;
- mercati di equilibrio, necessari alla stabilità e alla distribuzione del valore.

La struttura della spesa conferma il primato economico dell'alloggio, seguito dalla ristorazione. Questo significa che il soggiorno resta il centro del modello romano, e che la qualità dell'ospitalità continua a esercitare l'influenza più forte sul rendimento complessivo della destinazione.

La geografia dei mercati conferma, a sua volta, una chiara gerarchia di valore. Gli Stati Uniti si collocano al vertice. Germania e Regno Unito guidano il portafoglio europeo ad alta rilevanza economica. Francia e Spagna sostengono la scala con intensità diversa. I mercati premium asiatici e i long-haul di nicchia rafforzano il segmento alto del valore unitario. Il mercato italiano assicura continuità e struttura.

Il **2025** non rompe questo equilibrio: lo amplia. La città cresce ancora, ma cresce rimanendo coerente con la propria grammatica economica.

Il punto decisivo della relazione è quindi il seguente:

**il turismo romano non va più interpretato soltanto come fenomeno di volume. Va interpretato come sistema di produzione di valore urbano differenziale, nel quale il peso dei flussi conta, ma conta ancora di più la qualità economica dei mercati che quei flussi compongono.**

La presente relazione identifica nel triennio 2023–2025 una soglia di maturità del turismo romano. La Capitale non è più soltanto una delle principali destinazioni europee per notorietà e volume, ma una destinazione che ha consolidato una struttura economica leggibile, gerarchica e stabile.

La vera forza del sistema romano risiede nella capacità di combinare **scala, qualità e rendimento**. È questa combinazione a definire il valore del turismo a Roma. Ed è questa combinazione a costituire la chiave di lettura più corretta del periodo osservato.

---

## APPENDICE METODOLOGICA

### A.1 Finalità metodologica dell'elaborazione

La presente appendice ha lo scopo di chiarire il perimetro tecnico del lavoro, la logica di costruzione dell'analisi e i principali criteri interpretativi adottati nella lettura della spesa turistica a Roma nel periodo 2023–2025.

L'elaborato non si configura come una rilevazione statistica amministrativa diretta della spesa turistica nella città di Roma, bensì come una **ricostruzione economico-interpretativa ad alta coerenza**, sviluppata a partire da basi informative aperte, materiali di lavoro interni e procedure di armonizzazione finalizzate a produrre una lettura unitaria del fenomeno.

L'obiettivo non è quindi la produzione di una matrice contabile puntuale in senso censuario, ma la definizione di un quadro robusto, comparabile e leggibile del **valore economico medio del soggiorno turistico a Roma**, della sua composizione e della diversa intensità di spesa espressa dai principali mercati di provenienza.

### A.2 Oggetto della misurazione

L'analisi assume come unità di riferimento il **turista pernottante**, inteso come visitatore che soggiorna in città e genera una spesa articolata lungo un paniere tipico di consumo urbano.

La spesa viene ricondotta a quattro componenti principali.

#### **Alloggio**

Comprende la spesa per il pernottamento in strutture alberghiere ed extra-alberghiere, nonché in altre forme di ospitalità temporanea.

#### **Ristorazione**

Comprende la spesa per consumi food & beverage fruiti durante il soggiorno, inclusi ristoranti, bar, caffetterie e servizi assimilabili.

#### **Shopping**

Comprende gli acquisti di beni effettuati nel corso del soggiorno, nei limiti del perimetro di consumo turistico considerato.

#### **Altri servizi in città**

Comprende trasporti, cultura, attrazioni, intrattenimento, servizi vari e altre spese sostenute dal visitatore nel territorio urbano.

Questa classificazione è stata adottata per garantire leggibilità istituzionale, confrontabilità economica e aderenza alla logica della domanda urbana.

### A.3 Periodo di osservazione

L'analisi copre il triennio **2023–2025**.

Il **2023** è stato trattato come anno di piena ricostituzione della scala della domanda turistica.

Il **2024** è stato assunto come anno di consolidamento della struttura del fenomeno, utile per leggere con maggiore stabilità la composizione della spesa, la gerarchia dei mercati e il posizionamento del soggiorno.

Il **2025** è stato considerato come **anno chiuso**, quindi non come scenario o proiezione, ma come estensione consuntiva del modello osservato, utile a verificare la continuità della struttura economica della destinazione su scala più ampia.

### A.4 Fonti informative e criteri di integrazione

La relazione è stata costruita su una base informativa plurima, composta da:

- fonti aperte relative ai flussi turistici, alla struttura della domanda e alla spesa turistica;
- fonti interne e materiali di lavoro conferiti;
- elaborazioni interne finalizzate all'armonizzazione e alla lettura comparativa del fenomeno.

L'impostazione seguita è quella della **data integration**, ossia della combinazione di fonti omogenee per finalità ma non perfettamente coincidenti per livello territoriale, granularità o classificazione.

La procedura metodologica ha quindi previsto:

1. la ricostruzione della **scala dei flussi di Roma**;
2. la lettura della **struttura della spesa turistica** secondo una griglia coerente con il contesto urbano;
3. la segmentazione dei **mercati di provenienza** in funzione del loro peso, della loro intensità economica e del loro posizionamento qualitativo;
4. l'interpretazione del **2025** come anno di conferma e ampliamento della struttura emersa nel biennio precedente.

### A.5 Logica di stima e armonizzazione

Il principale vincolo metodologico dell'analisi consiste nel fatto che, allo stato delle informazioni considerate, non risulta disponibile una matrice pubblica perfettamente completa e lineare del tipo:

**Roma × mercato di provenienza × mese × categoria di spesa × valore procapite diretto**

Per superare questo limite senza rinunciare alla solidità dell'analisi, è stata adottata una logica di **armonizzazione economico-statistica**, fondata su tre passaggi.

#### **Primo passaggio: identificazione della scala urbana reale**

La scala del fenomeno turistico romano è stata ricostruita attraverso la lettura dei flussi della città in termini di arrivi, presenze, composizione tra italiani e stranieri e struttura dei principali mercati.

#### **Secondo passaggio: lettura del valore economico per mercato**

La capacità di spesa dei mercati è stata interpretata attraverso indicatori di spesa media, intensità del soggiorno e posizionamento qualitativo, nonché attraverso la concentrazione dei mercati nelle fasce superiori dell'ospitalità.

#### **Terzo passaggio: ricomposizione del paniere di spesa**

La spesa è stata articolata nelle quattro macro-componenti adottate nel rapporto, così da rendere leggibile il modo in cui il valore del soggiorno si distribuisce all'interno dell'economia urbana.

Questa impostazione consente di costruire una lettura coerente e istituzionalmente utilizzabile del valore turistico di Roma, pur in assenza di una base amministrativa puntuale per ogni singola combinazione territoriale e di mercato.

## A.6 Definizione di capacità di spesa

Nel presente documento, la **capacità di spesa** di un mercato non coincide esclusivamente con un singolo valore monetario medio. Essa è interpretata come una misura sintetica che incorpora più elementi:

- il livello di spesa individuale attesa;
- il posizionamento del soggiorno;
- la concentrazione nelle categorie ricettive medio-alte e alte;
- la compatibilità del mercato con un paniere di consumo urbano ad elevato valore;
- la continuità del suo contributo alla destinazione.

In altri termini, la capacità di spesa non è stata letta come variabile puramente contabile, ma come **indicatore composito di qualità economica della domanda**.

Questa scelta metodologica è particolarmente rilevante in un contesto urbano come Roma, nel quale il valore del turista non dipende solo da quanto spende, ma anche da **come** spende, **dove** si colloca il soggiorno e **quale intensità economic** genera nel tempo breve della permanenza.

## A.7 Criteri di segmentazione dei mercati

I mercati di provenienza sono stati classificati lungo tre assi principali.

### 1. Peso sulla destinazione

Misura la rilevanza del mercato in termini di presenza urbana e contributo alla scala complessiva del sistema.

### 2. Qualità del soggiorno

Misura il posizionamento medio del mercato, con particolare attenzione alla concentrazione nelle fasce superiori dell'ospitalità e alla compatibilità con un consumo urbano ad alta intensità.

### 3. Resa economica attesa

Misura la capacità del mercato di contribuire al valore medio del soggiorno, integrando spesa, qualità e ruolo nel portafoglio complessivo della destinazione.

Su questa base, i mercati sono stati letti come:

- mercati di massa;
- mercati premium;
- mercati di equilibrio;
- mercati selettivi o qualitativi ma meno stabili;
- cluster residuali o aggregati.

La segmentazione non ha quindi finalità meramente descrittive, ma risponde alla necessità di rappresentare la **gerarchia economica del portafoglio turistico di Roma**.

## A.8 Trattamento del 2025

Il 2025 è stato considerato come anno consuntivo. Tuttavia, la profondità informativa disponibile per il 2025 non risulta sempre perfettamente omogenea, in particolare nella scomposizione integrale della spesa per mercato e componente sul solo perimetro urbano di Roma.

Per questa ragione, il trattamento metodologico del 2025 è avvenuto secondo un criterio di **continuità strutturale**:

- la scala del fenomeno è stata letta come anno chiuso;
- la struttura economica è stata interpretata come prosecuzione e ampliamento del modello osservato nel 2023–2024;
- le relazioni tra mercati, qualità del soggiorno e composizione della spesa sono state considerate stabili salvo evidenze contrarie di rottura strutturale.

Questa scelta consente di includere pienamente il 2025 nell'analisi senza ricorrere a costruzioni previsionali o a forzature interpretative.

## A.9 Limiti dell'analisi

Come ogni elaborazione di natura economico-interpretativa, anche la presente relazione presenta limiti che è opportuno esplicitare.

### **Primo limite: assenza di matrice perfettamente diretta**

Non è disponibile, nel perimetro informativo considerato, una base unitaria completa che misuri in modo diretto e simultaneo Roma, nazionalità, componente di spesa e valore procapite per ciascun periodo.

### **Secondo limite: necessità di armonizzazione**

La relazione integra fonti diverse per livello territoriale e profondità descrittiva. Ciò richiede un lavoro di armonizzazione interpretativa che, pur essendo coerente, non elimina del tutto la presenza di margini di approssimazione.

### **Terzo limite: natura economica e non amministrativa del documento**

Il rapporto è concepito come strumento di lettura strategica e istituzionale, non come certificazione statistica ufficiale in senso amministrativo.

### **Quarto limite: lettura composita della capacità di spesa**

La capacità di spesa viene interpretata come nozione ampia, che combina elementi monetari, qualitativi e di posizionamento. Questa scelta accresce la robustezza strategica del lavoro, ma ne fa uno strumento di analisi economica più che una semplice tavola contabile.

Tali limiti non riducono l'utilità del documento. Al contrario, ne definiscono con precisione il campo di validità: **una relazione ad alta coerenza, utile a leggere il valore economico del turismo romano e la gerarchia dei mercati che lo sostengono.**

## A.10 Livello di affidabilità interpretativa

L'affidabilità dell'elaborazione può essere distinta per livelli.

### **Elevata affidabilità**

- ricostruzione della scala complessiva del fenomeno turistico romano;
- identificazione della gerarchia dei principali mercati;
- lettura della centralità dell'alloggio nella struttura della spesa;
- distinzione fra mercati di massa e mercati ad alta resa.

## **Buona affidabilità**

- interpretazione del posizionamento qualitativo dei mercati;
- lettura comparata della capacità di spesa;
- definizione del profilo economico della domanda internazionale.

## **Affidabilità interpretativa**

- attribuzione analitica di intensità di spesa per cluster di mercati;
- ricomposizione economica completa del paniere di spesa sul solo perimetro urbano di Roma in assenza di matrice diretta integrale.

Questa graduazione consente di utilizzare il documento in modo corretto: come **strumento di alta lettura economica e istituzionale**, pienamente idoneo alla valutazione strategica del fenomeno.

## **A.11 Conclusione metodologica**

Dal punto di vista metodologico, il presente lavoro si fonda su un principio chiaro: **misurare il turismo romano non soltanto come somma di presenze, ma come sistema di produzione di valore urbano**.

La relazione adotta quindi una logica di integrazione fra flussi, spesa e qualità dei mercati, finalizzata a costruire un quadro coerente del profilo economico della domanda turistica nella Capitale.

La validità del documento non risiede nella pretesa di sostituire una base amministrativa censuaria, bensì nella sua capacità di:

- ordinare il fenomeno;
- renderlo leggibile;
- distinguere la massa dal valore;
- identificare la gerarchia economica dei mercati;
- qualificare la struttura della spesa turistica romana nel triennio 2023–2025.

In questa prospettiva, la relazione si presenta come uno strumento analitico avanzato, adatto a supportare una lettura istituzionale, economica e strategica del turismo a Roma.

---

# EXECUTIVE EXHIBITS

## EXECUTIVE EXHIBIT 6. SINTESI DEL MODELLO ECONOMICO ROMANO

EXECUTIVE EXHIBIT 6 | SINTESI DEL MODELLO ECONOMICO ROMANO

1. Roma cresce in modo continuo nel periodo 2023-2025
2. Il turismo straniero è il principale motore qualitativo del sistema
3. L'alloggio è la prima componente della spesa
4. La ristorazione è il secondo pilastro del valore urbano
5. Il modello romano è accommodation-led
6. Gli USA costituiscono il mercato-ancora del valore
7. Germania e Regno Unito guidano il portafoglio europeo di qualità
8. Francia e Spagna sostengono la scala con diversa intensità economica
9. Cina e Giappone rafforzano il segmento premium
10. Il 2025 amplia la scala del modello senza alterarne la struttura

## EXECUTIVE EXHIBIT 7. KEY FINDINGS FINALI

EXECUTIVE EXHIBIT 7 | KEY FINDINGS FINALI

1. Roma ha raggiunto una fase di maturità espansiva
2. Il valore del turismo dipende dalla qualità economica della domanda
3. L'alloggio è la prima piattaforma di monetizzazione del soggiorno
4. La ristorazione è il secondo pilastro del valore urbano
5. Gli USA guidano il portafoglio della massima resa
6. Germania e Regno Unito guidano la fascia alta europea
7. Francia e Spagna sostengono la scala con rendimento differenziato
8. I mercati premium asiatici e long-haul qualificano la fascia alta
9. Il 2025 amplia la scala senza modificare la struttura economica
10. Roma è una destinazione di massa e valore, non di solo volume

**Analisi elaborata da Hotel Management Group**

[www.hotelmanagementgroup.it](http://www.hotelmanagementgroup.it)

**Su fonti aperte e fonti interne**

*“Il presente documento costituisce proprietà intellettuale di Hotel Management Group. Ogni riproduzione, diffusione, pubblicazione o utilizzo, anche parziale, è consentito esclusivamente citando la fonte [www.hotelmanagementgroup.it](http://www.hotelmanagementgroup.it) e previa autorizzazione scritta da richiedere all'indirizzo [info@hotelmanagementgroup.it](mailto:info@hotelmanagementgroup.it).”*