

Dossier Piepoli per Federalberghi: cosa chiedono a Roma i visitatori Turismo, un affare da sei miliardi

I turisti scelgono Roma soprattutto per divertirsi. Solo un 10% è in viaggio per motivi di lavoro confermando l'appeal dei grandi eventi, culturali e sportivi. Il giro d'affari complessivo del settore nel 2008 è stato di 5,9 miliardi di euro (di cui 1,7 per l'ospitalità). Giovane visitatore che sceglie la Capitale come meta turistica. Lo studio del settore a 360 gradi è stato condotto dall'Istituto Piepoli con Camera di Commercio, Provincia di Roma e Unicredit Banca. Il turismo sul pil di Roma e provincia incide per il 12%

A PAGINA 5
Simona De Santis

La ricerca Il 93% dei visitatori non esce dalle Mura Aureliane

«Dal turismo 6 miliardi di euro»

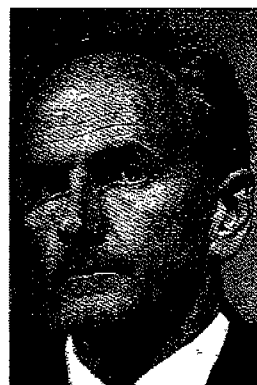
Mancini: nuovi fondi per il decoro urbano



Claudio Mancini



Patrizia Prestipino



Giuseppe Roscioli

Chi sono i turisti che scelgono Roma per le vacanze? Cosa chiedono alla Capitale? Il rapporto presentato, ieri, da Federalberghi traccia una prospettiva d'analisi sull'intero comparto turistico romano: dai risvolti occupazionali allo sviluppo economico messo in moto dal settore. Realizzato dall'Istituto Piepoli, con il sostegno della Camera di Commercio, della Provincia di Roma e di Unicredit Banca di Roma, lo studio analizza le interviste realizzate con mille visitatori (italiani e stranieri) e le risposte a 24 focus cui hanno partecipato gli albergatori: «risultati sorprendenti dal rapporto - spiega Giuseppe Roscioli, presidente di Federalberghi - che restituiscono la reale consistenza del turismo romano che a settembre darà segnali di miglioramento e che, solo nel 2008, ha prodotto sul territorio un giro d'affari complessivo di 5,9 miliardi di euro: un dato su cui l'alloggio incide per 1,7 miliardi». I restanti capitoli di spesa si riversano su altri fronti: i turisti scelgono i buoni ristoranti, fanno shopping, visitano mostre e musei. E, a Roma, si arriva soprattutto per divertirsi (64% del campione; il 10% è in viaggio per motivi di lavoro). Confermato l'appeal dei grandi eventi, culturali e sportivi: «La cultura è il maggiore attrattore turistico su cui investire - conferma Patrizia Prestipino, assessore al Turismo della Provincia di Roma -. Poi c'è lo sport: dopo il nuoto, porteremo a Nettuno la finale dei Mondiali di baseball, attesa da centinaia di tifosi americani, cubani, coreani». Non c'è più «un solo turismo - rilancia il vicesindaco Mario Cutrufo - ma più turismi da mettere a sistema: dai parchi a tema al golf, dalle crociere ai con-

vegna: bisogna comunicare ai turisti cosa è davvero Roma». Giovane ed europeo, è il profilo del visitatore individuato da Nicola Piepoli: «Se calano le presenze negli alberghi di lusso - continua Cutrufo - grazie ai grandi eventi, aumentano quelle nelle strutture ricettive alternative, come le case-vacanza». Per questo, aggiunge il presidente di Confcommercio, Cesare Pambianchi, «bisogna tenere in considerazione le esigenze del turismo giovanile». Sui 120 mila lavoratori romani del comparto, la metà è impegnata nell'ospitalità alberghiera e non. Dal rapporto di Federalberghi emerge inoltre il dato di incidenza del turismo sul Pil di Roma e provincia

Giuseppe Roscioli

«Risultati sorprendenti
E il comparto darà
già a settembre
segnali di miglioramento»

(12%): «C'è una sottovalutazione politica e anche di opinione pubblica in senso lato, sulla crescita del turismo - commenta l'assessore regionale al Turismo, Claudio Mancini -: ma ora che abbiamo il ministero, chiederemo il portafoglio». Mancini sottolinea: «Per migliorare l'accoglienza nelle strutture centrali (il 93% dei turisti non esce dalle Mura Aureliane), abbiamo stabilito fondi per 3 milioni, in budget nel Piano triennale per il turismo - annuncia l'assessore -, destinati a restituire il decoro urbano intorno agli alberghi dei municipi centrali: interventi non oltre le 30 mila euro, da selezionare con il Campidoglio».

Simona De Santis

