

I dati turistici del '95 fanno registrare un confortante aumento. E sono buone le previsioni per l'anno in corso

Agenzie Usa: «Tariffe certe»

■ Quanto costerà soggiornare a Roma nell'anno Duemila? I turisti lo vogliono sapere prima di impegnarsi in prenotazioni di sorta ma trovano i tour operator impreparati. E questi girano la domanda, allegando una richiesta: oltre che definite con largo anticipo, le tariffe alberghiere dovranno essere «certe e contenute». Solo così si potranno evitare speculazioni dell'ultima ora e soprattutto i creativi dei «pacchetti-vacanze» potranno cominciare a lavorare alle proposte per il Grande Evento da promuovere in tutto il mondo. Buona organizzazione vuole infatti che i «pacchetti» si formolino almeno due anni prima e i tour operator americani non nascondono di essere preoccupati perché dagli albergatori romani e laziali non hanno ancora avuto alcuna garanzia su quanto costeranno le stanze d'albergo.

Il problema è stato posto agli assessori al turismo del Comune, Francesco Carducci, e della Regione Romolo Guasco, in un incontro promosso dal direttore dell'Ente a New York Agostino Petti con lo scopo di delineare un'intesa con le principali aziende turistiche della metropoli statunitense. Ed è stata l'occasione anche per una tiratina d'orecchie al Vaticano, «colpevole» di non avere ancora stilato il calendario liturgico, essenziale per capire quali saranno gli appuntamenti clou del Giubileo religioso a rimorchio dei quali si attiverà tutta l'industria dell'accoglienza. Questioni «tecniche» ma per niente trascurabili considerando che sono milioni i pellegrini attesi e che proprio loro sono stati resi noti i dati dei flussi turistici dell'anno scorso: rispetto al '94 le presenze a Roma sono aumentate del 6 per cento, con una maggiore durata del soggiorno medio, mentre gli arrivi hanno

avuto un incremento del 5 per cento. In totale hanno visitato la capitale cinque milioni di turisti. Una ripresa confermata a gennaio, mese che ha registrato un aumento del 9 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. E che ha creato posti di lavoro: più 638 nuovi occupati che vanno ad aggiungersi ai circa diecimila già impegnati nel settore.

Se questa è la tendenza, le improvvisazioni con i loro risvolti speculativi pare proprio debbano essere bandite. Carducci ha dunque deciso di portare gli albergatori romani a «studiare» negli States: nell'ottobre prossimo ci saranno due giornate di studio, nell'ambito del «mese italiano» a New York. «Porteremo negli Usa gli operatori romani che premono sull'amministrazione e sull'Enit perché si faccia una promozione dell'immagine a tappeto - ha detto l'assessore -. Ma non si rendono conto che se la stessa categoria non offre garanzie agli operatori internazionali si corre il rischio che il Giubileo anziché richiamare turismo funga da sfollagente, perché le agenzie orienteranno i propri clienti su altri mercati». Tariffe e capacità organizzativa della struttura alberghiera romana devono dunque essere «certe». Fermo restando che i prezzi delle stanze d'albergo «non potranno essere amministrati». Per Romolo Guasco questo «sarebbe un ritorno indietro. Anche se - ha aggiunto - questo non significa che si debba assistere ad una corsa agli aumenti». Quindi la proposta di un osservatorio per consentire il confronto tra albergatori capitolini e tour operator stranieri.

Al gioco delle parti partecipa anche il presidente dell'Ente provinciale per il turismo Bruno Piattelli: si appella alle istituzioni «perché concretizzino il lavoro e gli



Olimpiadi 2004 Gli ambientalisti dicono no «Basta scempi»

«Olimpiadi, neanche per sogno. Mentre il Sindaco Rutelli vola a New York per cercare sostenitori di prestigio alla candidatura olimpionica di Roma, nell'arcipelago ambientalista c'è chi - roma contro - ieri, quattro associazioni della capitale - Italia Nostra, Verdi ambiente e società, Coordinamento dei parchi dell'area metropolitana e Diametro - si sono espresse contro l'appuntamento sportivo del 2004. I motivi sono stati espressi in una lettera indirizzata al presidente della Repubblica, Oscar Luigi Scalfaro, e a quello del Cio, Antonio Samaranch: «Per quell'evento dovranno essere realizzati 3 milioni di nuovi metri cubi di cemento, che equivalgono a 30 alberghi Hilton. Le opere sportive da realizzarsi rappresenterebbero l'ennesimo inchino ad interessi estranei a quelli della città, e portatori di uno sviluppo economico arretrato. Contro le Olimpiadi a Roma, dunque, gli ambientalisti sostengono la candidatura di Città del Capo, in Sudafrica, anche per festeggiare l'avvento della democrazia nel paese di Nelson Mandela.»

interventi sull'accoglienza da affidare a chi è del mestiere», si dice disposto a collaborare ma lamenta un risicato budget di 392 milioni. E sottolinea la «necessità di giocare d'anticipo»: «Bisogna spingere gli operatori delle agenzie a preparare con largo anticipo i pacchetti turistici all'estero», dice. Ma le tariffe non si conoscono e il calendario liturgico neanche.



□ Fe.M.

Isola pedonale in piazza S. Pietro Boom di turisti, nuove iniziative per il Giubileo

Turismo a gonfie vele nella Capitale. L'anno scorso i visitatori sono stati 5 milioni - il 6% in più che nel '94, e soprattutto stranieri - e per il '96 si prevede un altro record. Intanto Rutelli, in tour a New York, incassa nuovi consensi. Ieri il sindaco ha presentato un nuovo progetto per il Giubileo: trasformare piazza San Pietro in un'enorme isola pedonale. Intanto, a Roma è stata presentata la prima «pagella» dei turisti.

MASSIMILIANO DI GIORGIO

■ Turismo, prove generali di Giubileo. In attesa dell'*annus mirabilis*, le quotazioni di Roma tornano a salire alla borsa delle vacanze, grazie soprattutto ai turisti americani, giapponesi e tedeschi. Nel 1995, cinque milioni di visitatori hanno invaso la Capitale, con un 6% di presenze in più rispetto all'anno precedente. Ma il boom è previsto proprio per il '96: secondo i dati raccolti dall'Osservatorio del mer-

cato turistico, nei primi due mesi di quest'anno l'aumento è stato di nove punti percentuali.

Premiata sicuramente dalla svalutazione della lira, e probabilmente anche dalla sua nuova immagine internazionale - con i restauri degli ultimi anni ma soprattutto con i grandi progetti per il Duemila e oltre - Roma è dunque tornata di moda all'estero. Ma dell'effetto-Capitale, dicono le statistiche, hanno

beneficiario anche le località dell'hinterland romano: segno questo che chi, come Monsignor Andreatta - presidente dell'Opera pellegrinaggi, l'azienda turistica vaticana - vede nella provincia l'asso economico nella manica del Giubileo, segue più che un'intuizione.

Un successo di pubblico e critica, dunque. Un successo che il Campidoglio intende capitalizzare per bene, come dimostra la visita di questi giorni di Francesco Rutelli a New York, capitale della finanza internazionale ma anche del mecenatismo culturale, in cerca di sponsor per l'Anno Santo, le Olimpiadi del 2004 e i nuovissimi Boc i buoni ordinari del Comune. E proprio ieri *the Mayor*, il sindaco, ha presentato l'ultima idea per il Giubileo: trasformare piazza San Pietro in una grande isola pedonale, allontanando il traffico anche da via della Conciliazione. Rutelli ha illustrato i punti principali del progetto in un incontro che si è tenuto

al Guggenheim Museum di Manhattan: «stap routants» che collegheranno la nuova stazione della metro C con la basilica e i musei vaticani, un grande parcheggio al Giancolense, un tunnel automobilistico sotto Castel Sant'Angelo, la ristrutturazione del polo ferroviario di San Pietro.

Grandi idee e mirabili progetti, che però interessano solo in parte ai più navigati *tour operator* americani, preoccupati soprattutto della qualità e dei costi dei servizi offerti alla loro clientela per le vacanze romane. «Garantire tariffe certe per gli alberghi», è la richiesta pressante che viene da Oltreoceano. E gli assessori al turismo di Comune e Regione, Romolo Guasco e Francesco Carducci - volati anche loro a New York - si sono sbrigati a rispondere che la soluzione migliore è fare incontrare gli esigenti «tour operator» con gli albergatori romani. Quando? Nell'ottobre di que-

st'anno, per la settimana del turismo italiano negli Usa.

Intanto, per capire meglio le esigenze dei turisti nella Capitale, l'Ente provinciale del turismo ha lanciato un'originale iniziativa: un questionario indirizzato ai visitatori stranieri in cui si chiedono pareri e suggerimenti sugli orari di negozi, uffici pubblici, musei, mezzi di trasporto. Un contributo importante, che sarà utilizzato dal Campidoglio anche per mettere a punto il nuovo piano regolatore degli orari, a cui sta lavorando da tempo l'ufficio diretto da Mariella Gramaglia. Ma, accanto al questionario, ci sarà anche una vera e propria «pagella», con la richiesta di dare un voto all'accoglienza alberghiera e al livello della ristorazione, alla pulizia della città e al rapporto servizi-prezzi, ai trasporti pubblici e alle manifestazioni culturali. Perché, si sa, il cliente ha sempre ragione.



Turisti a Roma

Alberto Pais Adriano Mordenti/Agf

Invitato a Roma il sindaco della «grande mela», Rudolph Giuliani New York, Rutelli raccoglie fondi

■ Il Guggenheim Museum, a New York, per presentare al mondo economico e alla stampa il nuovo look di Roma nel 2000. Un palco speciale e un aiuto speciale, la «realtà virtuale», per proiettare l'immagine di San Pietro 2000. Francesco Rutelli, in missione diplomatica a New York, dove ha raccolto i primi consensi per le Olimpiadi a Roma, ha voluto presentare in questo modo i progetti e le iniziative destinate a donare nuovo splendore alla città che appartiene al mondo, che è come la vecchia casa a cui tutti prima o poi fanno ritorno. La presentazione, preceduta da un incontro del sindaco con il segretario generale dell'Onu, Boutros Ghali, si è avvalsa anche di un filmato che riproduceva tutte le opere previste per il Giubileo. Un grande parcheggio al Gianicolo, nel territorio del Vaticano, e il traffico ordinario del Lungotevere incanalato in un tunnel che passerà sotto Castel Sant'Angelo con ingresso al Palazzo e uscita alla Lungara. «Vogliamo fare qualcosa di ordinario, non di straordinario», ha detto Rutelli spiegando perché ha deciso di presentare i progetti a New York. A Roma sono attesi 40 milioni di pellegrini ma, ha precisato Rutelli, «noi non lavoriamo solo per i pellegrini: con le iniziative messe a punto in vista del Giubi-

MARIA ANNUNZIATA ZEQARELLI

leo vogliamo mostrare che si può dire basta alla cultura dell'emergenza che ha dominato decenni di lavori pubblici in Italia. Abbiamo cinque anni davanti, è difficile ma ci proveremo per dotare la città di infrastrutture degne del duemila per gli anni a venire». Cinque anni davanti e un costo delle iniziative di dieci miliardi di dollari finanziati dall'offerta dei «Boc», lanciata di recente dal Comune. «La prossima volta che torni a New York lanceremo l'offerta internazionale», ha annunciato Rutelli spiegando che ancora non lo può fare perché serve l'autorizzazione del governo.

Un viaggio che ha due precisi obiettivi: recuperare sostegni finanziari e consensi per la candidatura olimpionica della capitale. Una platea attenta e curiosa, soprattutto quando Rutelli ha presentato a due grandi gruppi editoriali americani, il Wall Street Journal e il New York Times, i Boc. Interesse di giornalisti ed editori per quella che, almeno per ora, resta soltanto una presentazione visto che il governo non ha ancora dato via libera alla distribuzione di Boc internazionali. «Era comunque importante creare non solo

un'aspettativa - ha detto Rutelli - ma un consenso dei due gruppi editoriali ai quali spetterà informare il mondo economico americano». E dei Boc il sindaco ha parlato anche con il presidente della Borsa Grasso, mentre consensi sono arrivati dalla catena di librerie «Barnes e Noble» e dall'editore di Money i quali si sono dichiarati pronti a far parte del comitato di sostegno olimpico per la candidatura di Roma che verrà nominato a New York. «La candidatura olimpionica - ha detto il primo cittadino della capitale - ha bisogno di un sostegno forte anche qui negli Stati Uniti».

Nel pomeriggio Rutelli ha incontrato a City Hall il sindaco di New York, Rudolph Giuliani, con il quale ha fissato un appuntamento: a luglio probabilmente Giuliani verrà a Roma, i particolari sono stati messi a punto nel corso dell'incontro andato avanti per oltre un'ora. In coincidenza con la venuta a Roma del sindaco della «grande mela» nella capitale sarà allestita una «settimana di New York» con iniziative di carattere culturale e commerciale, mentre a ottobre sarà a volta a New York di «una settimana a Roma» in coincidenza con «il mese della cultura italiana», quest'anno alla ventesima edizione.

Ricerca della Confindustria: «Per molti esiste solo l'import-export»

«Industriali, puntate sull'estero»

■ Gli industriali romani? Sono pigri, parola di Confindustria. Hanno bisogno di «internazionalizzare» le loro produzioni per superare la crisi strutturale dell'economia nella capitale, ma al massimo preferiscono puntare sull'import-export in Europa o negli Stati Uniti.

Sono le conclusioni di un'indagine qualitativa condotta nei mesi scorsi dalla società di marketing Unicap per conto dell'Unione industriali di Roma, analizzando le risposte di un centinaio di aziende piccole e medie che operano nella città e in provincia. «Sull'internazionalizzazione, le imprese romane sono in ritardo - ha spiegato ieri in una conferenza stampa Giancarlo Abete, presidente dell'Unione - e sembrano anche poco propense a comprendere la necessità di conquistare spazi sui nuovi mercati. Eppure, questa è l'unica chance della nostra industria, che si è sempre sostenuta sulla domanda interna, quella della spesa pubblica. Il problema non è solo di numeri, ma di cultura». Eccoli, i numeri: su 100 imprese considerate dalla ricerca - che risale all'ottobre del '95 - 52 hanno già attivato rapporti commerciali con l'estero, e 19 manifestano un interesse specifico in questa direzione. Un dato apparentemente incoraggiante, soprattutto se

si guarda alle opinioni espresse dai manager intervistati: quasi tutti, tra quelli le cui aziende già lavorano con l'estero, mettono in risalto i buoni risultati economici ottenuti, e anche la facilità e la fiducia nei rapporti con i partner stranieri.

Ma ecco il rovescio della medaglia: le attività commerciali già intraprese e l'interesse per quelle da attivare si concentrano soprattutto in Europa e nel Nord America, mercati già saturi; la maggioranza delle imprese impiega un numero molto basso di addetti per la gestione dei rapporti con l'estero; ancora, la maggior parte delle attività consistono prevalentemente nell'esportazione e nell'importazione. Conclude l'Unicap: «La vocazione all'internazionalizzazione, per quanto diffusa tra le aziende intervistate, appare ristretta a forme di rapporti commerciali abbastanza tradizionali, e anche a contatti sporadici comunque non organizzati in modi strutturati e continuativi. Non appare quindi realizzata o ipotizzata alcuna delle forme di moderna internazionalizzazione che stanno facendo la fortuna di altre aziende e aree del nostro paese».

Non che la Confindustria romana non si stia organizzando per combattere la sfida del «mercato globale». Dal maggio '95,

L'Unione ha lanciato un progetto integrato per avvicinare le imprese ai mercati esteri, fornendo prima di tutto consulenze e informazioni alle aziende interessate. «Il nostro obiettivo a medio termine - ha spiegato Vincenzo Formiconi, responsabile del progetto - è quello di promuovere attività all'estero anche con agenti in loco, intensificare i rapporti con le istituzioni e con il sistema creditizio. Attraverso Internet, poi, siamo anche collegati in tempo reale con la Banca Mondiale per attingere notizie su finanziamenti e bandi di gara».

L'impulso, insomma, è quello a esplorare nuovi mercati - come quello cinese o indiano - ad esportare più processi produttivi che prodotti finiti, a entrare nel modo finanziario internazionale per attingere a nuovi vantaggi: «quotarsi alla borsa di New York - è la provocazione di Abete - ormai è più semplice che a quella di Milano o Roma, e dà molti più ritorni». Ma, oltre al «cambiamento di mentalità», il presidente degli industriali romani individua anche alcuni importanti condizioni da realizzare, tra cui un credito all'esportazione più efficiente e un nuovo sistema fieristico per la capitale, che diventi una vera vetrina internazionale.

□ M.D.G.