



Turismo - “Roma 2025”: tutti i percorsi di accoglienza che stanno modellando la Capitale

Roma - 23 ott 2024 (Prima Notizia 24) Di Cesare: "Roma deve diventare il simbolo di una nuova era di turismo intelligente, capace di prevedere, governare e armonizzare l'afflusso di turisti, evitando il rischio dell'overtourism".

La Capitale è stata al centro di un intenso dibattito durante l'evento "Roma 2025", organizzato nell'ambito di Rome Future Week, la manifestazione che ha trasformato la città in un vivace laboratorio di innovazione con oltre 400 eventi sul futuro. L'incontro ha messo in luce la necessità di affrontare con una visione unitaria e integrata il tema dell'accoglienza turistica in vista del Giubileo, un evento che porterà Roma sotto i riflettori del mondo intero, promettendo di attirare circa 35 milioni di visitatori. “Roma deve diventare il simbolo di una nuova era di turismo intelligente, capace di prevedere, governare e armonizzare l'afflusso di turisti, evitando il rischio dell'overtourism e creando così un equilibrio virtuoso tra attrazione turistica e benessere locale - spiega in apertura Claudiana Di Cesare, giornalista di turismo e innovazione -. Per raggiungere questo obiettivo c'è la necessità di adottare una visione multidisciplinare che abbracci una prospettiva più ampia, capace di coniugare sostenibilità ambientale e sociale, innovazione tecnologica e valorizzazione del tessuto imprenditoriale”. La gestione dei flussi richiede una comunicazione efficace, che non si limiti alla logistica ma includa strategie integrate. Come evidenziato dalla professoressa Barbara Antonucci, direttrice del Master in Turismo di Roma Tre, la Capitale attualmente “non sembra disporre di una strategia chiara per informare sia i residenti che i turisti sui flussi e sugli eventi legati al Giubileo”. Una mancanza, questa, che potrebbe peggiorare il sovraffollamento in siti iconici come Colosseo e Fontana di Trevi, dimenticando che “Roma è anche altro. La comunicazione non può essere solo logistica - continua Antonucci - deve includere strategie che permettano di decongestionare i siti più visitati e di integrare i residenti in questo processo”. Overtourism e rapporto con i residenti il fenomeno dell'overtourism è una preoccupazione crescente in molte città turistiche. “Come già accaduto in destinazioni come Venezia - ricorda Barbara Antonucci, direttrice del Master in Turismo di Roma Tre -, un turismo di massa non controllato rischia di trasformare i centri storici in una sorta di parco a tema svuotato della sua autenticità”. Sull'importanza di garantire l'accesso a esperienze autentiche e immersive si è focalizzato l'intervento di Belinda Bortolan, founder di Bortolan, Carnevali & Partners: “Il turismo esperienziale sta emergendo come una soluzione per ridurre la saturazione di alcune aree del centro storico. Il nostro lavoro è quello di affiancare le imprese del territorio e le realtà dell'accoglienza - come destinazioni, hotel e ristoranti - nel comunicare efficacemente ai mercati-obiettivo le loro peculiarità e le esperienze culturali, gastronomiche, artigianali e immersive da vivere sul territorio, per scoprire la vera essenza di Roma oltre ai classici monumenti”. Le nuove tendenze dell'ospitalità “Gli studi evidenziano come il

coinvolgimento della comunità locale sia essenziale per creare un turismo che possa essere sostenibile e rispettoso della vita cittadina - interviene Antonucci -. Roma deve prendere coscienza del fatto che la sostenibilità non è solo una questione ambientale: senza il coinvolgimento attivo della popolazione locale, rischiamo di perdere l'identità della città e la sua anima."L'interazione virtuosa tra turisti, tessuto imprenditoriale e residenti è uno dei pilastri della nuova ospitalità ibrida, al centro degli interventi di Elham Firmani, co-founder dotcampus, ed Enzo Carella, presidente di Federterziario Turismo e founder di Life Hotels & Resorts: "L'ospitalità ibrida è la chiave per attrarre nuovi mercati e rispondere alle aspettative dei viaggiatori contemporanei, sempre più alla ricerca di soluzioni che combinino spazi multifunzionali e servizi flessibili. Roma può abbracciare questo modello di ospitalità, creando una connessione tra lavoro, studio, tempo libero ed eventi culturali che coinvolgano anche la cittadinanza, favorendo così una permanenza più lunga e piacevole". Al centro dell'evoluzione dell'ospitalità alberghiera ci sono anche i concetti di innovazione e sostenibilità. Sul primo è intervenuto Edoardo Colombo, presidente di Turismi.ai, l'associazione italiana per l'intelligenza artificiale nel turismo: "L'intelligenza artificiale sta rivoluzionando anche questo settore, offrendo strumenti avanzati per personalizzare le esperienze turistiche e migliorare l'efficienza delle operazioni aziendali. L'AI permette di analizzare i dati, prevedere i comportamenti dei turisti e ottimizzare le strategie di marketing, rendendo così il soggiorno più gratificante per ogni viaggiatore". Anche la sostenibilità è diventata un valore cruciale nel mondo dell'ospitalità, come spiegato da Gabriele Gneri, managing director di Hotels Doctors: "La sostenibilità non è solo un dovere etico, ma un vero valore competitivo. Le strutture ricettive che adottano pratiche sostenibili sono più attrattive per una fascia crescente di viaggiatori consapevoli. Affianchiamo le imprese in questo percorso perché investire in sostenibilità significa non solo ridurre l'impatto ambientale, ma anche migliorare l'efficienza operativa e la reputazione del brand." La meeting industry e il destination managementUn segmento di business particolarmente interessante per contrastare l'overtourism è quello rappresentato dalla meeting industry, "una risorsa fondamentale per il futuro del turismo a Roma", come ribadisce Marco Mischia, consigliere del Convention Bureau Roma e Lazio. "Oltre a offrire un efficace strumento per diversificare i flussi e distribuirli nell'intero territorio regionale, è un potente stimolo per l'economia del territorio. Il segmento congressuale può contribuire in modo significativo alla creazione di un turismo sostenibile - aggiunge Mischia -, capace di tutelare il patrimonio storico e artistico, promuovendo innovazione e crescita economica". Il problema della governance nel turismo è invece stato affrontato da Claudio Dell'Accio, presidente di Assidema, associazione italiana destination manager, che ha sottolineato l'importanza del ruolo di questa figura: "Il destination manager deve integrare le risorse del territorio e creare una sinergia tra pubblico e privato, perché solo attraverso una governance coordinata è possibile valorizzare il territorio, gestire i flussi turistici in modo sostenibile e garantire un'esperienza di qualità per i visitatori". Tra le case history presentate, il Phygital Sustainability Expo®, l'evento di due giorni che coniuga moda e sostenibilità a Roma e la cui sesta edizione sarà ospitata a giugno 2025 nei Mercati di Traiano: "Si tratta di un momento di grande rilievo per il settore - spiega Valeria Mangani, presidente della Sustainable Fashion Innovation Society -, perché riunisce istituzioni, imprese e territorio in modo da valorizzare il sistema

produttivo, creativo e manifatturiero del Made in Italy, accelerando la transizione ecosostenibile nella moda e nel design". Conclusioni Roma si trova quindi di fronte a una sfida cruciale: cogliere l'opportunità del Giubileo per trasformare il proprio modello turistico, rendendolo più inclusivo, sostenibile e capace di valorizzare l'intero territorio, coinvolgendo in modo strategico tutti gli attori della filiera. La collaborazione tra le diverse realtà, unita all'uso delle tecnologie digitali e alla presenza di una gamma di esperienze autentiche e immersive da vivere sul territorio, potranno migliorare non solo il sentiment dei visitatori ma anche la gestione del flusso turistico, riducendo l'impatto sul tessuto urbano. Un'attenzione particolare dovrà essere rivolta anche alla partecipazione attiva della comunità locale, elemento essenziale per creare un equilibrio virtuoso tra residenti e turisti, realizzabile solo attraverso una governance efficace e una comunicazione capillare e trasparente.

(Prima Notizia 24) Mercoledì 23 Ottobre 2024