

# Turismo: Roma prima meta per gli stranieri



ROMA- Roma è la meta estiva preferita, soprattutto dai turisti statunitensi. Questo è quanto emerge dall'ultimo rapporto Fipe Roma (Federazione Italiana Pubblici Esercizi di Roma), realizzato in collaborazione con Lybra Tech, azienda del gruppo Zucchetti che grazie ai big data analizza i profili dei visitatori per ottimizzare l'offerta turistica anche in chiave gastronomica.

Da quanto risulta dal report realizzato per il Progetto Ristorante Tipico Romanesco 2.0 con il contributo della Camera di Commercio di Roma, tra le città d'arte la Capitale mantiene il primo posto come destinazione preferita estiva dai turisti stranieri davanti a Venezia, Firenze e Milano. Nonostante la domanda per i mesi di luglio, agosto e settembre sia inferiore rispetto ai numeri della primavera, si notano dei picchi nei primi weekend di luglio e nelle prime due settimane di agosto, con una permanenza media di 3,8 notti. I dati affermano che a dominare la scena estiva romana sono gli statunitensi con il 31,6%, seguiti dagli italiani con il 14,9% e dai tedeschi con il 5%. Se solitamente sono le coppie a formare il segmento maggiore di visitatori, in questo specifico periodo dell'anno

ad essere protagoniste e a mettersi in viaggio sono le famiglie.

«Il ricorso ai dati consente di connettere i risultati conseguiti dal singolo imprenditore con il contesto economico in cui si muovono i suoi clienti – sottolinea Fulvio Giannetti, CEO di Lybra Tech –. Analizzarne periodo di arrivo, provenienza e durata della permanenza consente ad alberghi, ristoranti e negozi di massimizzare i guadagni lavorando più volte al giorno sul prezzo e di gestire in maniera più intelligente manodopera e magazzino. Senza contare che conoscere in anticipo la qualità dei flussi turistici consente al commerciante di ideare campagne marketing più accurate sia dal punto di vista della scontistica che dal punto di vista del messaggio promozionale».

Inoltre, dal report emerge l'importanza del cosiddetto turismo gastronomico. La valorizzazione dei prodotti locali e la digitalizzazione dei ristoranti sono la chiave centrale per attirare i viaggiatori. Il progetto "Ristorante tipico romano 2.0" ha infatti l'obiettivo di supportare le realtà locali offrendo la capacità di intercettare flussi turistici interessati a percorsi esperienziali e tipici culinari.

Infine, un tema caldo è quello delle false recensioni che popolano il web. Numerose agenzie chiedono grandi somme di denaro in cambio di feedback positivi online e di followers fake, obbligando i ristoratori – bombardati di messaggi e ricatti – ad accettare le condizioni. Per chi rifiuta scatta la ritorsione: commenti negativi e danni all'immagine, che penalizza il lavoratore onesto e avvantaggia l'imprenditore scorretto. Fipe porta avanti la campagna contro questo sistema che danneggia il mercato del food e disorienta i turisti nella ricerca dei locali.

Conclude il Presidente Fipe Roma Sergio Paolantoni: "L'importanza della qualità delle recensioni on line e soprattutto la possibilità di identificare chi scrive le recensioni acquista ancora più valore nei mercati turistici

sui quali il comparto della ristorazione si confronta quotidianamente in una città come Roma, che quest'anno ha superato 40 milioni di presenze. Il viaggiatore orienta le proprie scelte utilizzando Google e Trip Advisor nei suoi giorni di permanenza a Roma, per cui è di fondamentale importanza contrastare questo fenomeno sensibilizzando e tutelando l'immagine del settore.