



SERVIZI Mentre Roma finalmente si ripopola di stranieri, tornando ai livelli pre pandemia, il vertice europeo tenuto nella Città Eterna sul settore traccia la mappa per un business a prova di Covid e inflazione

Turismo alla riscossa

di **Gianluca Zapponini**

Proprio quando la grande pandemia sembra ormai alle spalle e i turisti hanno ricominciato a popolare le strade di Roma, la Città Eterna si fa portavoce del rilancio di un settore che, solo in Italia, vale oltre 13 miliardi di euro all'anno. Si è infatti tenuto nei giorni scorsi a Palazzo Montemartini, un incontro tra i massimi esponenti dell'European Travel Commission (Etc), responsabile della promozione dell'Europa come destinazione turistica, riuniti con il ministro del Turismo Massimo Garavaglia, la vicepresidente di European Travel Commission Magda Antonioli e l'ad di Enit Roberta Garibaldi per rafforzare il ruolo dell'Italia in Europa. La Penisola, non è certo un mistero, gioca un ruolo cardine nel Continente per tracciare le linee guida sul futuro del turismo sostenibile e accessibile, con i suoi 58 siti del patrimonio

mondiale dell'Unesco, 4.908 siti culturali tra musei, siti archeologici, monumenti ed ecomusei aperti al pubblico, 357 dei quali si trovano nel Lazio, mentre Roma è la città che ne ospita di più (121 siti culturali). L'obiettivo è creare una rete sempre più strutturata per un'industria del set-

tore integrata con obiettivi comuni. E pensare che, secondo i dati di Global Blue, società leader nel settore del Tax Free Shopping, a Roma si è registrato per il trimestre giugno-agosto 2022 un tasso di recovery della spesa tax free, rispetto allo stesso periodo del 2019, del 95%. Un dato mi-

gliore in confronto a quello nazionale, in un'evoluzione crescente nell'arco temporale considerato che porta agosto ad una performance addirittura superiore al pre-pandemia. Segno che i turisti sono tornati. Tornando al vertice, «Enit, l'Agenzia Nazionale del Turismo italiana punta a fornire una corretta distribuzione delle risorse europee destinate al turismo e ad indirizzare la promozione verso performance della filiera ancora più mirate», ha spiegato l'ad di Enit, Roberta Garibaldi. «L'European Travel Commission considera la ricerca uno strumento fondamentale per sviluppare strategie e servizi di marketing. Ministero e Enit con Etc potenziano l'im-

agine dell'Italia turistica sui mercati extraeuropei», ha invece chiarito Magda Antonioli, vice presidente Etc. Fondata nel 1948, la European Travel Commission è un'associazione unica nel settore dei viaggi, che rappresen-





ta le Organizzazioni Nazionali del Turismo dei Paesi europei. «Elaborare una visione unitaria delle nuove strategie del turismo apporterà benefici di lunga durata al settore con una pianificazione che potrà giovare di un'interoperabilità più smart e rapida anche a livello decisionale» ha infine spiegato Maria Elena Rossi vice presidente del Marketing Group Etc e direttrice marketing Enit. (riproduzione riservata)

