



Rassegna Stampa

31 ottobre 2013

articoli su Presentazione Ricerca "Roma il turismo e la rivoluzione digitale"

Rassegna Stampa

31-10-2013

UNINDUSTRIA

SOLE 24 ORE	31/10/2013	46	I social media valutano Roma <i>Marini Andrea</i>	3
CORRIERE DELLA SERA ROMA	31/10/2013	9	L'amore per la città nei giudizi dei visitatori che usano il web = Sì a negozi, cibo e hotel, bocciati i taxi Ecco Roma vista dai viaggiatori del web <i>Ester Palam</i>	4
REPUBBLICA ROMA	31/10/2013	19	"Turismo, piazza del Popolo piace più del Colosseo" = Turismo, gli hotel di Roma al top ma per i taxi costi e attese elevate <i>Conca Liborio</i>	5
MESSAGGERO ROMA	31/10/2013	8	Ricerca La più amata sul web è piazza del Popolo <i>Redazione</i>	6

UNINDUSTRIA

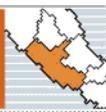
4 articoli

- I social media valutano Roma
- L'amore per la città nei giudizi dei visitatori che usano il web = Sì a negozi, cibo e hotel, bocciati i ta...
- "Turismo, piazza del Popolo piace più del Colosseo" = Turismo, gli hotel di Roma al top ma per i tax...
- Ricerca La più amata sul web è piazza del Popolo

Ricerca. Voluta da **Unindustria** per migliorare l'offerta economica turistica

I social media valutano Roma

LAZIO



ROMA.

La Basilica di San Pietro resta impressa nella mente degli stranieri più del Colosseo, sebbene quest'ultimo sia il monumento più noto della capitale. Mentre Piazza del Popolo è il luogo più amato, con 86 giudizi di eccellenza su 100. Sono alcuni dei risultati che emergono dalla ricerca «Roma, il turismo e la rivoluzione digitale», il primo esempio in assoluto in Italia, e uno dei pochi in campo internazionale, in

cui viene impiegata l'analisi semantica per studiare le valutazioni e le preferenze dei turisti. Sociometrica, su incarico di **Unindustria** - Unione degli Industriali e delle imprese di Roma, Frosinone, Rieti, Viterbo -, ha analizzato 32.120 valutazioni, tutte in lingua inglese, espresse sui social media, di persone che hanno visitato Roma e le altre località del Lazio nei mesi scorsi.

Positivo il giudizio verso i negozi, lo shopping e, in generale, il commercio (82/100) e la ristorazione (79/100). Anche gli alberghi superano, nel gradimento dei turisti, il giudizio medio per

la città nel suo complesso (75/100). Sotto la media il giudizio sui musei (73/100), mentre agli ultimi due gradini della soddisfazione ci sono l'aeroporto (67/100) e i taxi (70/100). L'economia legata al turismo è fondamentale per la crescita del paese, ha sottolineato Giampaolo Letta, vicepresidente di **Unindustria** con delega industria creativa, cultura e turismo: «È l'unica che ha visto un incremento e che prospetta un'ulteriore crescita del 50% nei prossimi dieci anni».

An.Mari.

LE OPINIONI

Promossi i negozi,
lo shopping e il commercio
Negativo invece
il giudizio sull'aeroporto
e il servizio dei taxi



Peso: 6%

Turismo

L'amore per la città
nei giudizi
dei visitatori
che usano il web

di ESTER PALMA

A PAGINA 9

Turismo Fra le visite più soddisfacenti quelle a S. Pietro, S. Paolo e le Domus di Palazzo Valentini Sì a negozi, cibo e hotel, bocciati i taxi Ecco Roma vista dai viaggiatori del web

Amano piazza del Popolo, il Campidoglio e l'Auditorium, meno il Colosseo e Fontana di Trevi. Promuovono i negozi, gli alberghi e i ristoranti, bocciano taxi e aeroporti, e sono in parte delusi anche dai musei. Ma in generale i turisti stranieri Roma la amano, continuano a amarla.

Lo rileva una ricerca svolta da Sociometrica per conto di Unindustria: per disegnare la Roma più amata e quella più detestata sono stati analizzati oltre 32 mila messaggi in inglese lasciati su Trip Advisor o altri siti legati al turismo. Ne è stato soprattutto studiato l'aspetto semantico, prendendo cioè in esame le parole usate da chi ha compilato il giudizio, quasi in una «presa diretta» del sentimento del singolo turista nei

confronti della città e dei servizi che offre. E i risultati sono almeno in parte sorprendenti. Piazza del Popolo per esempio è tanto amata dai turisti, quanto i romani protestano per la continua occupazione dello spazio per fiere più o meno commerciali. E nella classifica della qualità dell'esperienza della visita, fra i luoghi preferiti ci sono San Pietro, le Domus romane di Palazzo Valentini e San Paolo fuori le mura.

In generale il «sentiment» dei turisti per Roma raggiunge il 74/100: siccome è la prima volta che questa metodologia viene applicata al turismo, non ci sono ancora dati comparativi con le altre Capitali europee. I termini positivi che i viaggiatori hanno usato sono «good», «thanks», «great», «enjoy».

Mentre quelli negativi sono «wait», riferito alle lunghe code davanti ai musei e ai monumenti, «expensive», ovvero costosa, «problems» e «crowded», affollata. Però solo il 5,5% degli alberghi romani riporta giudizi negativi, contro il 16,1% di quelli londinesi e l'11,6% dei parigini. «Una ricerca importante - commenta il vicepresidente di Unindustria Giampaolo Letta - perché mette in luce come oggi sia diventato importante lavorare nel turismo nell'era digitale. L'economia legata al turismo è l'unica che ha visto un incremento e che prospetta un'ulteriore crescita del 50% nei prossimi 10 anni. Una delle mancanze è una strategia di sistema ma considero positivo che il ministro Bray abbia più volte sottolinea-

to quanto sia fondamentale per la crescita del Paese». E aggiunge l'assessore capitolino alla Roma produttiva Marta Leonori: «Dobbiamo dare all'estero l'immagine di una città che non vive solo sulla storia passata, ma anche sul futuro, investendo sulla cultura e sul turismo, e non fermanoci solo a San Pietro, ai Musei Vaticani e a piazza del Campidoglio».

Ester Palma**Le parole chiave**

Fra quelle positive «enjoy» e «great», quelle negative: «wait» e «problems»

Dove batte il cuore degli stranieri

PIAZZA DI ROMA - risposta del 4° BIMB.

Si a negozi, cibo e hotel, bocciati i taxi
Ecco Roma vista dai viaggiatori del web

MOCASA
Arredare Design in bella Maniera

dal 26 ottobre
al 3 novembre

Peso: 1-2%,9-33%

La ricerca

“Turismo, piazza del Popolo
piace più del Colosseo”

LIBORIO CONCA

IL COLOSSEO resta la meta più nota di Roma. Ma se chiedete ai turisti stranieri quali sono i monumenti della Capitale che apprezzano maggiormente, non mancheranno le sorprese: piazza del Popolo, il Campidoglio e l'Auditorium Parco della Musica guidano la clas-

sifica delle attrazioni con l'impatto emotivo più elevato.

SEGUE A PAGINA XIX

Turismo, gli hotel di Roma al top ma per i taxi costi e attese elevate

(segue dalla prima di cronaca)

LIBORIO CONCA

SAN Pietro, le domus romane di Palazzo Valentini e San Paolo fuori le mura sono i luoghi che soddisfano di più i visitatori. È quanto emerge dalla prima ricerca semantica condotta da Sociometrica per conto di Unindustria. L'indagine ha analizzato oltre 32mila valutazioni espresse sui social media, tutte in lingua inglese. «L'economia legata al turismo è l'unica che continua a crescere — ha spiegato Giampaolo Letta, vicepresidente di Unindustria — e questa ricerca indica co-

me l'incontro con le tecnologie digitali possa sostenere il settore».

Diversi gli spunti offerti dallo studio presentato in Campidoglio. Il “sentiment” (l'indicatore dell'impatto emotivo, ottenuto attraverso l'analisi qualitativa delle parole rilasciate nelle valutazioni dei turisti) complessivo di Roma si attesta sul 74%: la città è definita “stupenda”, “incantevole”, “bellissima”. A fare da zavorra, invece, disagi come le attese, le lentezze, l'inadeguatezza dei servizi: taxi e aeroporto chiudono la classifica della ricerca, mentre all'offerta dei musei viene preferita quella della ristorazione e dello shopping. Ot-

time le recensioni degli alberghi: Roma è sugli stessi livelli di Berlino e stacca sia Parigi che Londra.

Marta Leonori, assessore comunale alle Attività produttive sottolinea l'ottimo risultato del Parco della Musica, «segnale di come sia fondamentale offrire qualcosa che vada oltre il patrimonio monumentale della città».



LA PIÙ AMATA
Piazza del Popolo è
in testa alle mete romane
preferite dai turisti



Peso: 1-3%, 19-21%

Ricerca

La più amata sul web è piazza del Popolo

Sono piazza del Popolo, piazza del Campidoglio e l'Auditorium le mete che figurano ai primissimi posti nel podio della classifica basata sulle valutazioni e sulle preferenze espresse dai turisti sui social media, sondate con un'analisi semantica. E' quanto emerge dalla ricerca presentata da Giampaolo Letta, vicepresidente **Unindustria**, da Simonetta Giordani, Sottosegretario di Stato al Ministero per i Beni e Attività Culturali e dall'assessore Roma Produttiva, Marta Leonori.

Tallone debole della Capitale, a quanto emerge dai dati raccolti sempre in merito ai giudizi dei turisti, sono le infrastrutture e i trasporti come musei, taxi e il nodo aeroportuale. Per quanto riguarda il ranking delle attrazioni culturali cittadine, ai primi tre posti si attestano Colosseo (13.397), Pantheon (9.459), Fontana di Trevi (8.286).



Peso: 5%