

L'economia

Unindustria “Il turismo di fascia luxury cresce ancora”

» a pagina 3



Le rilevazioni di Unindustria

E nel turismo luxury Roma scala le classifiche “Nuovi hotel e tanti fondi”

Roma è la quarta città in Europa per gli investimenti previsti nei prossimi mesi nel settore alberghiero, dopo Londra, Madrid e Parigi. Ma è la seconda nel settore luxury. È la settima città nel mondo per eventi e congressi e la dodicesima per attrattiva turistica. «Per questo ora bisogna posizionarla sempre di più in quel circuito delle grandi città dove si va non solo per l'offerta culturale, ma anche per il livello dell'accoglienza, come Parigi, Londra e Dubai». Ne è convinto Giuseppe De Martino, presidente della sezione Unindustria Turismo e Tempo libero e direttore dell'hotel St. Regis, che dal suo osservatorio ha voluto fotografare l'eccezionale momento vissuto dalla Capitale. Chiedendo, però, ancora di più: dalla necessità di far crescere il numero dei grandi eventi alla valorizzazione,

anche in chiave ricettiva, di altri quartieri della città.

I dati forniti dal centro studi di Unindustria lo dimostrano: Roma, dopo anni di crisi, è tornata al livello delle grandi città mondiali. «La spesa dei turisti stranieri nel Lazio evidenzia un trend positivo – ha spiegato De Martino – dai 6.2 miliardi dei primi 9 mesi del 2023 siamo passati ai 6.5 del 2024». Secondo i dati dell'Hotel Investment Market, poi, nel terzo trimestre di quest'anno gli investimenti nel settore alberghiero a Roma ammontano a 310 milioni di euro, superando di tre volte Milano e Venezia.

«Negli ultimi anni Roma sta vivendo un buon momento – ha aggiunto De Martino – Dal decoro al verde, fino alla raccolta dei rifiuti. Aspetti per cui la città era finita sui magazine internazionali per le vecchie criticità. E poi ci sono tanti in-

terventi infrastrutturali, da piazza dei Cinquecento al restyling di via Veneto fino a via Ottaviano e a piazza Pia». C'è tanta curiosità per la città nel settore alberghiero. E lo dimostra la dinamicità delle prossime aperture. Oltre ai nomi già noti, Orient express, Corinthia, Romeo, Nobu, Mandarin, Rosewood, Four Seasons ecco nuovi brand come Baccarat in via Veneto, Sperimental in via Ludovisi, Art Hotel,



Peso: 1-3%, 3-34%

Jo&Joe e Park Hyatt.

«Sono molto importanti i dati sulla spesa media – ha aggiunto il presidente della sezione Turismo di **Unindustria** – che ci raccontano di come i visitatori sono disposti a venire a Roma, nonostante le alte tariffe di soggiorno per poi spendere in città». Cosa si potrebbe fare per migliorare ancora? «Roma deve ottenere i poteri speciali – ha concluso De Martino – valorizzare quartieri come l'Eur, Testaccio, Ostiense, Ponte Milvio, che non sono visti come luoghi dove poter trascorrere una vacanza, e portare in città eventi sopra i 5000 partecipanti. «Su questo – ha concluso – stiamo

lavorando con l'assessorato al Turismo e con il Convention bureau». E già per il 2025 ci saranno novità interessanti, perché a Roma arriveranno molti eventi di grandissimi brand della moda che presenteranno le loro collezioni, anche con sfilate: Dior, Dolce e Gabbana, Cartier e Fendi. – **emiliano pretto**

***Il vicepresidente
De Martino
"Valorizzare anche
aree non centrali
come Ostiense"***



▲ **A cinque stelle** L'ingresso del St. Regis



Peso: 1-3%, 3-34%