

il Giornale ROMA

MERCOLEDÌ 4 GIUGNO 2003

La Roma dei cibernauti? Turismo, storia e cucina

STEFANIA SCARPA

Roma è una città molto visitata non solo dai turisti, ma anche dai cibernauti, quegli strani tipo che trascorrono ore davanti a un computer a girare il mondo attraverso internet. Ma cosa cercano i «navigatori» sulla Città Eterna? Dipende dalla nazionalità e dalla cultura: gli anglofoni sono interessati soprattutto a divertimento e intrattenimento, i francesi prediligono il mercato immobiliare, i tedeschi la cucina e gli spagnoli arte, cultura e storia.

Sono i risultati di un'originale indagine commissionata dalla Fondazione Roma europea all'azienda «Ad Maiora», con il patrocinio del Gruppo giovani imprenditori dell'Unione industriali della capitale. Lo studio ha esaminato 41mila ricerche su internet in Italia, eseguite con motori di ricerca, e 61mila in Europa, alla scoperta dei termini più utilizzati in abbinamento con la parola «Roma» e i suoi derivati. Per la lingua italiana le ricerche sono state divise in sette categorie, con il turismo in testa (44,8 per cento), seguito da intrattenimento (15,8), istituzioni locali (8,8), storia di Roma, arte e cultura (7,2), istruzione (6,4), sport (6,1) e altro (10,8). In particolare, il 17,3 delle ricerche si concentra sulle informazioni generali sulla città e il 14 sulle strutture ricettive.

Tre, invece, le categorie individuate per le ricerche nelle principali lingue europee. In Germania vince il turismo (79,5 per cento), con un 5 per cento per ristorazione e cucina. Nei Paesi anglofoni rilevanti le percentuali per prodotti e servizi legati al turismo (24,8) e strutture ricettive (20), con un significativo 3,2 per cento alla voce intrattenimento (musica, radio, concerti). In Francia in evidenza il 3,3 per cento di ricerche sugli immobili, mentre le richieste in lingua spagnola si concentrano per il 53,8 per cento nella

categoria Storia, arte e cultura, con il 50,7 per cento imperniato sulla Storia di Roma e dell'impero romano.

«È una ricerca molto divertente - ha commentato il direttore del Censis Giuseppe De Rita, presidente della Fondazione Roma europea - che ci dice cose un po' stravaganti. Roma si connota come una città prevalentemente turistica, mentre è molto bassa, per esempio, la richiesta di temi religiosi». Secondo il presidente dei giovani



Una ricerca svela che cosa si cerca di Roma sul web

imprenditori romani Emilia Gangemi, «Roma è una città dalle grandi opportunità e internet rappresenta il mezzo più veloce e immediato per accedere a queste opportunità. La vera sfida per ogni impresa che voglia stare sul mercato consiste nel riuscire ad adeguarsi al cambiamento con estrema flessibilità e adottare tutti gli strumenti indispensabili per sviluppare, mantenere e difendere nel tempo il proprio vantaggio competitivo».