

IL TEMPO

CRONACA di ROMA

Anno LX / numero 152

Mercoledì 4 giugno 2003

Presentata all'Unione degli Industriali una ricerca sugli argomenti on line preferiti da italiani ed europei

Su internet Roma diventa capitale del turismo

Crescono gli utenti in tutti i Paesi. Fra i temi più gettonati: la storia, lo sport e l'intrattenimento

di ALBERTO DI MAJO

LA CAPITALE vista da internet ha un sapore tutto particolare. Gli argomenti preferiti da italiani ed europei legati al nome della città eterna sono tanti ma su tutti svetta il turismo. La voce «Roma» viene legata ai viaggi nel 44 per cento dei casi e coniugata con i termini alberghi, hotel, mappa, stradario, cartina, trasporti, ristoranti. Per il 15,8 per cento gli utenti di internet ricercano invece

l'intrattenimento romano, di cui fanno parte anche i servizi per adulti, che raggiungono quota 7,2 per cento. Seguono le istituzioni, all'8,8 per cento, la storia di Roma, l'arte e la cultura, al 7,2, lo sport al 6,1 e altri argomenti sparpagliati al 10,8 per cento. «È una ricerca divertente - ha commentato Giuseppe De Rita, presidente della Fondazione Roma Europea che si è occupata dello studio - La Capitale si connota come una città in particolare turi-

stica». Grande assente dalla lista è la religione. Fatto comprensibile visto che sono state incluse nella ricerca unicamente le voci accostate alla parola Roma o all'aggettivo romano. «Più che altro - ha aggiunto De Rita - sembriamo rinchiusi in questo destino turistico».

In Italia internet diventa un mezzo di massa: «gli utenti - spiega Cesare San Mauro, vicepresidente della Fondazione - sono arrivati al 30 per cento, un

valore molto alto». Ma nella grande rete finiscono anche gli imprenditori. «Roma è una città dalle grandi opportunità e internet rappresenta il mezzo più immediato e veloce per accedere a queste opportunità - ha detto Emilia Gangemi, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori dell'Unione - 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». Insomma, il mare magnum informatico offre grandi possibilità alle imprese. «Un imprenditore ha bisogno di lavorare in un'ottica di globalizzazione dei mercati - ha aggiunto Gangemi - ed è per questo motivo che le piccole e medie imprese sono chiamate ad investire sulle risorse immateriali, di competenza e

di fiducia, e sull'economia di scala della comunicazione».

Lo studio è basato su un campione di 41 mila ricerche analizzate in Italia e 61 mila in Europa. L'unico Paese in cui l'interesse verso la Capitale è più culturale che turistico è la Spagna: la storia e l'arte romane interessano infatti il 50,7 per cento degli utenti. Infine, una curiosità: il 5 per cento dei tedeschi ha una passione viscerale per la cucina romana.