

## CRONACA DI ROMA

Gli argomenti più richiesti: turismo, intrattenimento, arte e cultura

# Capitale anche sul web

*Aumenta in rete l'interesse degli stranieri per la Città Eterna*

Sono passati quattro anni dall'uscita nelle sale del *Gladiatore*, il film con Russel Crowe, ma l'effetto «Roma» sui navigatori del web non si è esaurito. Lo afferma «Internet cerca Roma 2004», la seconda edizione dello studio sulla visibilità della capitale in rete, a cura della fondazione Roma-Europa e di «Ad maiora». L'interesse per la città eterna di italiani e stranieri connessi alla rete non è solo cinematografico. Sono turismo, intrattenimento, storia, arte e cultura gli argomenti più richiesti dagli utenti del web.

Secondo i dati dello studio, riferiti ad aprile 2004, la parola «Roma» è stata inserita nei motori di ricerca on line ben 43 mila volte in Italia, 150 mila in Europa e 110 mila in America. Proprio da oltreoceano arriva un segnale importante: in

Europa, dopo Londra, la capitale è infatti la meta di vacanze più ricercata sul web dagli statunitensi.

Ma anche l'attenzione dei navigatori europei si concentra sul turismo capitolino.

Sono i tedeschi (94%), seguiti da inglesi (87%), francesi (85,8%) e spagnoli (70%) i più interessati alle informazioni sulla città. Con una differenza, che Mauro Lupi, presidente di «Ad maiora», spiega: «Le ricerche dei navigatori spagnoli sono più legate al binomio Roma-religione di quelle dei pragmatici nordeuropei, più interessati invece ad alberghi e ostelli».

E gli italiani? Anche loro cercano in rete soprattutto informazioni turistiche sulla capitale. Il 37% delle ricerche su Roma sono dedicate a strutture ricettive, informazioni generali sulla città, trasporti, ristorazione e cucina. Ma c'è una novità: rispetto al 2003 gli italiani usano la rete in modo più maturo e diversificato, interessati a trovare su Internet notizie su risorse

locali, intrattenimento, sport, trasporti, negozi, mercato immobiliare, commercio elettronico e istituzioni.

A soffrire un po' di più sono le ricerche su arte, storia e cultura, che rappresentano appena il 4% del totale. Gli anali-

sti, però, avvertono: «Roma è una città protagonista in rete per il suo valore storico-culturale, ma la promozione su Internet di musei, esposizioni temporanee e patrimonio artistico è ancora troppo scarsa». Un richiamo dunque a istituzioni e aziende.

Fra le curiosità della ricerca sulle abitudini dei navigatori italiani, ci sono sport e linguaggio. La quasi totalità (77%) dei contatti relativi alle attività agonistiche romane è dedicata al calcio.

Attenzione al linguaggio della rete invece per gli albergatori. Nella ricerca di strutture ricettive a Roma, il 48% degli aspiranti turisti cerca la parola «hotel». Solo il 28% dei navigatori italiani si accontenta di un più tradizionale «albergo».

M. Ad.

Roma è la meta più gettonata, dopo Londra, dai ricercatori su Internet statunitensi