

COMUNICATO STAMPA

Turismo: Campidoglio insieme ad associazioni categoria lancia bollino #RomeSafeTourism

Raggi: “Supporto a filiera obiettivo condiviso. Lavoriamo insieme per sicurezza, qualità e sostenibilità del turismo”

Roma, 2 ottobre 2020 – La Sindaca di Roma **Virginia Raggi** ha presentato insieme alle Associazioni di categoria del comparto turistico il bollino **#RomeSafeTourism**, pensato per le strutture ricettive e per gli esercizi commerciali cittadini, unitamente alle strategie di rilancio della destinazione capitolina sul mercato dei viaggi nazionale ed estero.

“Roma è sicura perché rispetta le norme anti-contagio. Questo il messaggio che vogliamo lanciare, da un lato ai turisti, dall’altro al tessuto produttivo. Con le categorie del turismo condividiamo l’obiettivo prioritario di supportare la filiera: lavoriamo gomito a gomito per rispondere all’impatto del Covid in termini di sicurezza, sostenibilità e qualità”, dichiara la Sindaca **Virginia Raggi**.

Alla conferenza hanno partecipato l’Assessore allo Sviluppo economico, Turismo e Lavoro **Carlo Cafarotti**, il Presidente Federalberghi Roma **Giuseppe Roscioli** e il Presidente Unindustria Turismo **Fausto Palombelli**.

Con l’istituzione dell’Albo delle Società di Certificazione selezionate tramite avviso pubblico, parte ufficialmente la campagna per il rilascio del bollino Rome Safe Tourism. Il marchio identifica gli esercizi turistici e ricettivi conformi ai protocolli sanitari nazionali e alle disposizioni regionali COVID-19. Lo scopo è quello di rassicurare i visitatori sull’attuazione delle misure anti-contagio in città, con ricadute significative sul tessuto del territorio. Potranno richiedere il bollino alberghi, b&b, affittacamere, ma anche pizzerie, ristoranti, bar e caffetterie, negozi, parrucchieri ed estetisti, alimentari, palestre e musei: tutti gli esercizi frequentati da turisti e cittadini che intendono comunicare l’implementazione delle misure di sicurezza al loro interno. Simbolica la grafica scelta per il logo: una valigia aperta su due lati, indicativa di un turismo aperto e accogliente, con l’etichetta safe.

Per strutturare l’azione di supporto della filiera turistica cittadina, come nelle linee del Piano strategico FUTOUROMA, Roma Capitale ha istituito una **nuova Business Unit** con funzioni di **Destination Management**

Organization (DMO) all'interno della società Zetema Progetto Cultura. La struttura, al pari di quelle operative nelle altre capitali europee, ha il compito di delineare le strategie correlate di promozione e commercializzazione del brand Roma.

“Roma deve ripartire innanzitutto restituendo a turisti e cittadini quella percezione di sicurezza irrinunciabile quando si sceglie una destinazione di viaggio. Lo farà anche promuovendo la sua immagine in maniera mirata con campagne di marketing dirette a vari target, tra cui i Millennials italiani ed europei. Questo nell’ottica di un turismo che, per il momento, si focalizza sulla prossimità, in attesa della normalizzazione dei flussi. Il nostro impegno e la nostra vicinanza alla filiera turistica e produttiva cittadina è costante”, afferma l’Assessore allo Sviluppo economico, Turismo e Lavoro **Carlo Cafarotti**.

In quest’ottica, fondamentale l’ideazione e il lancio di un piano di comunicazione integrato. Tra le iniziative intraprese, la diffusione di un **video promozionale della città, in 5 diverse lingue**, finalizzato a restituire un’immagine di Roma più giovane, dinamica e soprattutto sicura, contraddistinta dall’hashtag **#unicamenteroma**. La clip, veicolata sui profili social istituzionali di www.turismoroma.it, è stata diffusa nel periodo estivo in Italia, nel Regno Unito, in Francia e in Germania, raggiungendo una copertura di 5,6 milioni di utenti unici con più di 8 milioni di visualizzazioni.

Leitmotiv della strategia promozionale – che si svilupperà anche tramite un **posting plan rivolto ai millennials** – la valorizzazione degli aspetti noti e meno conosciuti della città tutti da esplorare con tranquillità.

Si sta lavorando, inoltre, a un Piano di Marketing Mix diretto alla promozione della fascia lusso, in sinergia con Unindustria e con ENIT.

“L’iniziativa di Roma Capitale è lungimirante e va nella giusta direzione. In questa fase di lenta ripresa è fondamentale incoraggiare i turisti a tornare, dando ampia visibilità ad una condizione generale di sicurezza garantita dall’impegno di tutti gli operatori. A partire dall’aeroporto di Fiumicino, che ha già ricevuto due importanti certificazioni a livello internazionale per le misure applicate contro la diffusione del virus. La creazione della nuova DMO rappresenta un’opportunità senza precedenti per rilanciare l’immagine di Roma facendo leva sul concetto di qualità, che dovrebbe diventare l’aspetto cardine della promozione delle nostre eccellenze. In tale prospettiva, il bollino Safe Tourism può essere un ottimo punto di partenza”, dichiara il Presidente della Sezione Industria del Turismo e del Tempo libero di Unindustria **Fausto Palombelli**.

“Mai come in questo momento la sinergia tra Roma Capitale e associazioni di categoria assume un valore fondamentale. L’auspicio è che iniziative come il bollino Rome Safe Tourism, la nascita di una DMO ed il varo di un piano comunicazione e marketing contribuiscano a velocizzare la ripartenza del turismo di Roma: non ne ha un disperato bisogno la sola economia alberghiera, ormai allo stremo, ma quella dell’intera città”, afferma il presidente di Federalberghi **Giuseppe Roscioli**.

Sul fronte dei servizi al turista disponibili in città, da domani, sabato 3 ottobre, tornerà operativa al cento per cento la rete dei 6 Tourist Info Point di Roma Capitale: riaprirà al pubblico il corner di Stazione Termini.