



## INVITO STAMPA

La Camera di Commercio di Roma e il Comune di Roma sono lieti di invitarLa

alla presentazione del progetto

***“Experience Roma: creazione di un laboratorio  
per l’innovazione del turismo culturale”***

L’Italia e Roma possiedono straordinarie potenzialità di richiamo turistico. A fronte dei brillanti risultati registrati nella Capitale in termine di presenze e arrivi turistici, il nostro Paese ha sofferto negli anni di un progressivo arretramento nelle classifiche internazionali. Occorre riportare il turismo e la cultura al centro del dibattito economico e accreditare Roma come laboratorio di sperimentazione di un nuovo approccio culturale basato sull’utilizzo di nuove tecnologie e metodologie, creando un modello replicabile e quindi esportabile.

Intervengono

**Walter Veltroni** – Sindaco di Roma

**Andrea Mondello** – Presidente CCIAA Roma e Vicepresidente Vicario di Unioncamere

**Raffaele Ranucci** – Assessore allo Sviluppo Economico, Innovazione e Turismo Regione Lazio

**Andrea Granelli** – Presidente del Distretto dell’Audiovisivo e dell’Ict

**Gianni Celata** – Presidente Consorzio RomaWireless

**martedì 14 Marzo 2006, ore 11.00**  
**Tempio di Adriano, Piazza di Pietra, Roma**

**Ufficio Stampa CCIAA Roma**

Direttore: Massimiliano Colella

Giorgia Mirkos - Massimo Piagnani

tel. 06 6781178 - 6795941 339-6919906

# SISTEMA camerale

[Chiudi questa finestra](#)

## Experience Roma: un nuovo modello di rilancio del turismo culturale

**ROMA** - Mettere Roma al centro del processo di innovazione del turismo culturale, trasformandola in un centro di riferimento internazionale per la sperimentazione di nuove tecnologie, materiali e metodologie applicati al turismo culturale. Questo l'obiettivo di "Experience Roma", progetto messo a punto dal Comune e dalla Camera di Commercio della capitale che, insieme alla Regione Lazio, hanno ideato un nuovo modello di rilancio del turismo culturale, in grado di favorire l'elaborazione di progetti innovativi, sui quali far confluire giovani talenti e nuove tecnologie.

L'idea è quella di creare un approccio progettuale e degli strumenti facilmente riutilizzabili e pertanto "esportabili" in altre città d'arte o luoghi di elevato interesse turistico-culturale, così da costruire, sviluppare e diffondere un "approccio italiano" a questo vitale settore dell'economia italiana. Roma come laboratorio "a cielo aperto", dunque, dove sperimentare infrastrutture, servizi e modelli di business che, grazie ad un Osservatorio dedicato, potranno essere valutati ed eventualmente ricalibrati in corso di attuazione.

Experience Roma parte da alcune premesse. Grazie ad una straordinaria ricchezza in termini paesaggistici e culturali, il nostro Paese possiede altissime potenzialità di richiamo turistico. Potenzialità che, purtroppo, non sono ancora pienamente valorizzate. Ai brillanti risultati registrati dalla Capitale, in termini di presenze e arrivi turistici, fa da contraltare un progressivo arretramento dell'Italia, una volta leader mondiale, nelle classifiche internazionali, tanto che, secondo il World Tourism Organization, nel 2004 risultava al quinto posto per arrivi turistici, con una quota di mercato del 4,9%. L'incidenza del settore turistico in Italia è passata negli ultimi dieci anni dal 6,13% al 5,68% del Pil nazionale, unico caso fra i paesi avanzati.

Occorre dunque riportare il turismo al centro del dibattito economico, in quanto asset fondamentale dello sviluppo economico. Perché ciò avvenga, dobbiamo far leva sugli spazi di innovazione presenti anche in questo settore tradizionalmente ritenuto "maturo", puntando sull'immensa dotazione culturale del nostro Paese. I beni culturali, infatti, possono diventare uno straordinario attrattore del territorio cui appartengono, consentendo di veicolare al turista culturale un'offerta ampia e integrata. Questa sfida potrà essere vinta grazie ad un nuovo approccio in grado di favorire l'elaborazione di progetti innovativi, sui quali far confluire giovani talenti e nuove tecnologie. Di qui l'idea di "Experience Roma".

Il progetto potrà essere articolato in tre componenti principali:

- La realizzazione di "infrastrutture abilitanti" quale fondamento necessario per la messa in atto di servizi e iniziative: infrastrutture di reti, infrastrutture di accesso ai percorsi, processi formativi, sistemi integrati di servizi e informazioni (carta del turista). Un'azione che potrà prevedere anche la costituzione di un Distretto produttivo dei Beni Culturali, quale sistema di infrastrutture, informazioni, servizi e leggi, volto a facilitare lo sviluppo delle aziende che operano nella filiera dei beni culturali e a rafforzare la componente industriale e tecnologica di tale settore.

- La realizzazione di grandi eventi culturali e di servizi mirati ad uno specifico contesto, come l'offerta di informazioni turistiche e culturali localizzate e personalizzate, l'utilizzo delle tecnologie di web marketing più sofisticate, la costituzione di una rete informativa dei portieri d'albergo, la vendita e consegna a domicilio dei

prodotti made in Italy.

- La messa in atto di meccanismi di governance volti a coordinare le iniziative, a identificare modalità innovative di finanziamento e a fornire una solida base progettuale all'esperienza culturale.

L'impegno delle istituzioni ha già trovato la sua prima attuazione nella costituzione di una Task-force per l'innovazione sul turismo di Roma, che sarà coordinata dal Distretto dell'Audiovisivo e dell'Ict di Roma. Un meccanismo innovativo di governance sul territorio che avrà il compito di coordinare la progettazione delle componenti più nuove e la loro sperimentazione sul territorio, quale integratore "naturale" di tutti gli interventi che hanno impatto sul settore economico del turismo. All'interno del modello proposto tre progetti stanno già trovando una prima attuazione: 1) Alta scuola per la formazione dei progettisti e gestori dell'esperienza culturale, figura fondamentale e oggi assente, che unisce competenze di marketing del territorio, design, tecnologie digitali, storia dell'arte. Caratterizzata da contenuti fortemente multidisciplinari e da un elevato grado di internazionalizzazione, la scuola sarà realizzata in accordo con la prestigiosa scuola di design Domus Academy. 2) Porta d'accesso a Roma Archeologica: creazione, presso i Mercati di Traiano, del "punto di partenza" per visitare il patrimonio archeologico di Roma. Tale luogo fungerà innanzitutto da "gestione della destinazione" per accogliere e orientare il turista nella straordinaria, ma parcellizzata, dimensione archeologica romana. 3) Viaggio in Roma: creazione di servizi e contenuti localizzati e personalizzati per il turista e installazione di una rete wi-fi nelle zone ad alto interesse turistico-culturale.

Rif. CdC Roma, Massimo Piagnani, tel. 06 6781178 - email [m.piagnani@promoroma.com](mailto:m.piagnani@promoroma.com)

[Chiudi questa finestra](#) | [Torna Su](#)

«EXPERIENCE ROMA»

## La Città eterna laboratorio del turismo culturale

Stefania Scarpa

● Fare di Roma il laboratorio di un nuovo modo di concepire il turismo culturale, anche grazie all'apporto delle nuove tecnologie. È questo l'obiettivo di «Experience Roma», il progetto di Camera di Commercio e Comune di Roma presentato ieri al tempio di Adriano dal sindaco Walter Veltroni, dal presidente della Camera di Commercio Andrea Mondello, dall'assessore regionale all'Innovazione e turismo Raffaele Ranucci, dal presidente del Distretto dell'audiovisivo e dell'Ict Andrea Granelli e dal presidente di RomaWireless Gianni Celata.

«Experience Roma» ha l'obiettivo di mettere Roma al centro dell'innovazione del turismo culturale, di sfruttare più e meglio i giacimenti culturali della Città eterna, facendo rivivere le visite anche navigando con il sistema Wireless che a Roma si sta espandendo a macchia d'olio. Così Roma potrebbe diventare l'apripista di una via italiana al turismo culturale, grazie alla creazione di «un approccio progettuale e di piattaforme tecnologiche facilmente utilizzabili in altre città d'arte e luoghi di elevato interesse turistico-culturale», come dice Granelli. Il tutto per «far diventare la Capitale - spiega Mondello - città leader del paese per la capacità di innovare trasformandosi in un laboratorio di un nuovo modo di concepire il turismo costruendo un modello da esportare anche in altri luoghi dell'Italia».

Ma perché Roma? Perché ha aumentato le presenze turistiche negli ultimi anni, a fronte di una diminuzione a livello nazionale. Un trend positivo confermato da un dato elaborato dall'Ufficio italiano cambio e diffuso proprio ieri dal sindaco Veltroni: i turisti stranieri in visita a Roma nel 2005 hanno speso il 14,2 per cento in più rispetto al 2004, passando da 3732 a 4269 milioni di euro. Nello stesso arco temporale in Italia la spesa è aumentata solo dello 0,15 per cento, un dato che diventa negativo se depurato dell'inflazione. Ma si può fare di più. Puntando ad esempio sulle emozioni. «Il turista - dice Veltroni - deve desiderare di tornare a Roma per poter rivivere le emozioni uniche che una città unica al mondo gli procura». E puntare sul turista culturale è anche un buon affare. Lo dicono le statistiche, secondo le quali nel 2003 «la

spesa media giornaliera nel 2003 è stata per il turista balneare di 74 euro, per il turista balneare tedesco di 55 euro mentre, per il turista culturale di 101 euro».

Passando dalle parole ai fatti, sono tre le prime iniziative concrete collegate al progetto «Experience Roma»: la realizzazione di un'altra scuola - la Domus Academy - per formare quelli che vengono definiti «nuovi creatori del prodotto turistico-culturale»; la creazione della «Porta di accesso a Roma archeologica»; e infine la creazione di servizi e contenuti localizzati e personalizzati per il turista chiamato «Viaggio in Roma» con wi-fi nei siti culturali. «Il mio sogno - confessa Veltroni - è quello di sapere che un turista va a vedere il Caravaggio a santa Maria del Popolo e, quando esce, si siede a piazza del Popolo e rivive quell'emozione navigando con il suo computer».

«Experience Roma» è «una perfetta sintesi di quanto anche la Regione Lazio - sottolinea Ranucci - ha scelto di fare stanziando cospicui finanziamenti per la ricerca, l'innovazione tecnologica e la promozione turistica con l'istituzione dei due fondi che mettono a disposizione quasi 80 milioni di euro nei prossimi tre anni».

*Presentato ieri  
un innovativo  
progetto  
della Camera  
di commercio  
e del Campidoglio*



I progetti: una scuola di formazione, più tecnologia e nuove strutture ai Mercati Traianei

## Turismo culturale, Roma rilancia

Presenze in aumento del 5%. Veltroni: «Siamo un punto di riferimento»

di DAMIANA VERUCCI

FEBBRAIO regala un altro record per Roma, capitale del turismo. Secondo i dati provvisori dell'Ente bilaterale del turismo infatti, il mese scorso si è chiuso registrando un 5 per cento in più di presenze turistiche nella Città eterna rispetto a febbraio 2005, quando già si era avuto un incremento dell'8 per cento sul 2004. Non solo. Ad aumentare è anche la spesa dei turisti stranieri che, cifre diffuse questa volta dall'Ufficio Italiano cambi, passa da 3.732 milioni di euro nel 2004 a 4.263 milioni nel 2005. Dunque, +14,2 per cento. Tutto questo mentre in Italia, nello stesso periodo considerato, la crescita della spesa dei turisti stranieri è stata pari allo 0,15 per cento, inferiore all'inflazione e, quindi, in decremento.

La presentazione ieri mattina del progetto «Experience Roma: creazione di un laboratorio per l'innovazione del turismo culturale», elaborato da un gruppo di lavoro composto da Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura, Comune, Regione e Distretto dell'audiovisivo e dell'ict, ha regalato un'altra bella immagine di Roma, amata dai turisti di tutto il mondo e in assoluta controtendenza, quanto alle presenze, rispetto al resto del Paese.

Proprio per questo motivo, ha sottolineato il sindaco Walter Veltroni nel corso del suo intervento, «è importante fare della capitale il centro dell'innovazione del tur-

simo culturale rendendola un punto di riferimento nazionale e internazionale per la sperimentazione di nuove tecnologie da applicare a questa forma di turismo». Esattamente ciò che si propone di realizzare il progetto «Experience Roma». «Cardine del nuovo approccio al sistema-turismo - spiega il presidente del Distretto audiovisivo e Ict Andrea Granelli - sarà una task-force coordinata dal Distretto che formulerà le proposte di progetto e sarà interfaccia verso gli opinion leader per comunicare le novità che via via saranno messe sul tappeto». Tre le iniziative concrete già operative: la creazione di un'Alta scuola per la formazione dei progettisti e gestori dell'esperienza culturale; la realizzazione della «Porta d'accesso a Roma archeologica», un punto di partenza situato presso i mercati di Traiano per visitare il patrimonio della capitale; la dotazione in centro storico di 60 punti di connettività wi-fi per fornire, senza fili, una serie di informazioni e servizi innovativi. «Vogliamo utilizzare Roma come laboratorio per una concezione innovativa del turismo da esportare a livello nazionale», ha detto il presidente della Cciao Andrea Mondello.

L'assessore regionale all'Innovazione e turismo Raffaele Ranucci, ha sottolineato invece la preziosità di avere «una città in cui i beni culturali si sposano con l'innovazione», ricordando che «il Lazio è la prima regione italiana per investimenti nella ricerca».



## **TURISMO: PARTE DA ROMA LABORATORIO PER INNOVAZIONE E CULTURA PRESENTATI TRE PROGETTI PER USO NUOVE TECNOLOGIE E WIRELESS**

(ANSA) - ROMA, 14 mar - Riportare il turismo e la cultura al centro del dibattito economico e accreditare Roma quale laboratorio di sperimentazione di un nuovo approccio culturale che si basa sulle nuove tecnologie per creare un modello utile per tutto il Paese. E' questo l'obiettivo che Camera di Commercio di Roma e Comune di Roma si sono dati con il progetto 'Experience Roma: creazione di un laboratorio per l'innovazione del turismo culturale' presentato oggi dal sindaco Walter Veltroni, dal presidente della Cciao Andrea Mondello, dall'assessore regionale all'innovazione e turismo Raffaele Ranucci, dal presidente del Distretto dell'Audiovisivo e dell'Ict Andrea Granelli e dal presidente di RomaWireless Gianni Celata.

Roma, forte degli ottimi risultati di presenze turistiche, che segnano un distacco notevole anche rispetto al resto del Paese, vuole andare oltre e "far diventare la Capitale - ha spiegato Mondello - città leader del paese per la capacità di innovare trasformandosi in un laboratorio di un nuovo modo di concepire il turismo costruendo un modello da esportare anche in altri luoghi dell'Italia". Monumenti, opere d'arte, momenti culturali "devono essere messi in relazione - ha aggiunto - alle emozioni". Ed è proprio sulle "emozioni" che punta Veltroni quando spiega che "il turista deve desiderare di tornare a Roma per poter rivivere le emozioni uniche che una città unica al mondo gli procura". E per incrementare il desiderio di ritornare a vivere l'emozione Roma, ecco 'Experience Roma', una "perfetta sintesi di quanto anche la Regione Lazio - ha sottolineato Ranucci - ha scelto di fare stanziando cospicui finanziamenti per la ricerca, l'innovazione tecnologica e la promozione turistica con l'istituzione dei due fondi che mettono a disposizione quasi 80 milioni di euro nei prossimi tre anni".

Obiettivi di Experience Roma quelli di "mettere la città di Roma - ha spiegato Granelli - al centro dell'innovazione del turismo culturale e, in secondo luogo, creare un approccio progettuale e piattaforme tecnologiche facilmente utilizzabili in altre città d'arte e luoghi di elevato interesse turistico-culturale per costruire, sviluppare e diffondere, e questa è la novità, un 'approccio italiano' ". La preoccupazione è quella di fermare l'arretramento dell'Italia dalle classifiche mondiali, cosa che sta avvenendo per il Paese ma non per Roma, nonostante il suo straordinario patrimonio culturale. E la riflessione parte proprio dai dati economici che dimostrano come "la spesa media giornaliera nel 2003 è stata per il turista balneare di 74 euro, per il turista balneare tedesco di 55 euro mentre, per il turista culturale di 101 euro".

Dunque il progetto è quello di puntare sul turismo culturale, sfruttare al meglio il valore dei giacimenti culturali non sempre fruibili appieno, far rivivere le visite anche navigando con il sistema Wireless che a Roma si sta espandendo a macchia d'olio. E per farlo "utilizzare l'innovazione tecnologica che - ha spiegato Granelli - valorizza il turismo e crea un nuovo settore produttivo perché sviluppa un'industria di tecnologie e materiali".

Tre le prime iniziative concrete collegate al progetto Experience Roma, la realizzazione di un'alta scuola - la Domus Academy - per formare quelli che vengono definiti "nuovi creatori del prodotto turistico-culturale"; la creazione nel cuore di Roma archeologica di quello che viene indicato come il 'punto di partenza' per visitare il patrimonio archeologico di Roma chiamato la "Porta di accesso a Roma archeologica" e, infine, la creazione di servizi e contenuti localizzati e personalizzati per il turista chiamato "Viaggio in Roma" con wi-fi nei siti culturali.

"Il mio sogno - ha confessato Veltroni evidentemente entusiasta dei progetti che vedono anche una Roma concentrata in una sorta di play-station per turista - è quello di sapere che un turista va a vedere il Caravaggio a Santa Maria del Popolo e, quando esce, si siede a piazza del Popolo e rivive quell'emozione navigando con il suo computer".

Tra poco più di qualche mese grazie a questo progetto sarà possibile.(ANSA).

FG

## Morano con Condé Nast

Sarà Noris Morano, signora milanese delle pubbliche relazioni, a occuparsi della comunicazione corporate di Condé Nast. È la prima volta che la casa editrice guidata da Giampaolo Grandi decide di comunicare all'esterno in modo organico le attività legate alla gestione istituzionale e finanziaria e la scelta è caduta su una delle professioniste più note ed esperte nel settore economico finanziario e molto ben introdotta nell'ambiente dei media.

Nell'ambito della comunicazione di Condé Nast, Emanuela Schmeidler segue gli eventi speciali legati a *Vogue Italia* e all'*Uomo Vogue*, mentre Mara Vitali si occupa settimanalmente del lancio di *Vanity Fair*.

## Olivares a Berlino

Infaticabile Olivares. Le sue edizioni hanno appena pubblicato il catalogo della 'Mostra del ritratto romano', allestita all'Altes Museum di Berlino e inaugurata dal presidente Ciampi e dal presidente federale Köhler. Il so-



FEDERICA OLIVARES

fisticato catalogo in lingua tedesca dà conto dell'esposizione incentrata sulla testa dell'Imperatore Costantino, riportata alla luce nel Foro Traiano il luglio scorso.

## Bari ricorda Franco Sorrentino

L'associazione dei consiglieri provinciali di Bari sta preparando la seconda edizione del premio giornalistico Franco Sorrentino, intitolato allo scrittore e giornali-

sta, nonché ex consigliere nazionale dell'Ordine e presidente della Provincia barese, scomparso nel giugno 2001. Il premio è patrocinato da Comune, Provincia, Regione Puglia, Ordine dei giornali-

sti, università e Politecnico di Bari. I riconoscimenti economici sono forniti dalla vedova di Sorrentino, Ida: 2mila euro per il miglior lavoro su carta stampata o servizio radiotelevisivo su Bari e la

sua provincia e altri mille euro per tesi di laurea sulla storia del capoluogo pugliese. I premi saranno consegnati in giugno, in occasione del quinto anniversario della scomparsa di Sorrentino.

## Roma, l'esperienza è un affare

**P**artire da Roma per conquistare il mondo. Idea vecchia? Forse, ma con le tecnologie diventa nuova. Il progetto è quello di usare l'immenso patrimonio artistico e culturale della capitale, confezionarlo in un sistema integrato di design, logistica, economia, tecnologia digitale e wireless, e trasformarlo in pura esperienza emotiva per il turista. Sfruttando così appieno le potenzialità economiche delle ricchezze paesaggistiche e culturali, vero 'oro nero' dell'Italia. Il progetto si chiama *Experience Roma*, e sperimenterà nella Città Eterna già dalla prossima estate un modello da applicare poi su scala nazionale.

Il 14 marzo scorso l'hanno presentato insieme il sindaco di Roma, Walter Veltroni, il presidente della Camera di commercio di Roma, Andrea Mondello, l'assessore all'Innovazione e turismo della Regione Lazio, Raffaele Ranucci, il presidente di RomaWireless, Gianni Celata, e Andrea Granelli, presidente del Distretto dell'audiovisivo e dell'ict e fervente sostenitore della convergenza tra cultura, business e tecnologia. Dall'esperienza di Roma, Granelli vuole ricavare "un approccio progettuale e piattaforme tecnologiche facilmente utilizzabili in altre città d'arte e luoghi di elevato interesse turistico e culturale". Con un'idea precisa di business Granelli ricorda che: "Il turista culturale spende in media 101 euro al giorno, contro i 55 del turista balneare tedesco". A Roma, del resto, il flusso turistico aumenta costantemente: più 5% nel 2005, dopo il più 8% del 2004. E con una spesa aumentata, sempre nel 2005, del 14,2% (contro lo 0,5% nazionale), raggiungendo i 4.263 milioni di euro.

Ma si può fare di più, spiega ancora Granelli: "Utilizzare l'innovazione tecnologica, che valorizza il turismo e crea un nuovo settore produttivo, perché sviluppa un'industria di tecnologie e materiali". Approccio condiviso dalla Regione Lazio, che ha stanziato 80 milioni di euro nei prossimi tre anni per ricerca, innovazione tecnologica e promozione turisti-

ca, e dal Comune di Roma. "Il turista deve desiderare di tornare a Roma per poter rivivere le emozioni uniche che una città unica al mondo gli procura", sintetizza Veltroni.

Dal punto di vista operativo, il progetto ruota attorno a una task force per l'innovazione sul turismo a Roma, coordinata dal Distretto dell'audiovisivo e dell'ict, e che cura la progettazione e l'integrazione dei vari interventi. Tre progetti principali sono già in fase di realizzazione. Il primo è la nuova porta d'accesso a Roma archeologica: realizzata presso i mercati di Traiano, darà al turista un punto di partenza e d'orientamento per fruire appieno l'immensa ricchezza archeologica romana, superando

anche grazie alle tecnologie multimediali gli ostacoli dovuti alla sua dispersione su un'area vastissima. Granelli azzarda un parallelo: "C'è un'analogia di senso con la piramide del Louvre. A Roma come a Parigi vediamo non un museo, ma un universo. Che ha un suo punto d'accesso".

Il secondo progetto, *Viaggio in Roma*, sfrutta la già avviata realizzazione di una rete wi-fi (senza fili) nelle zone di grande interesse culturale per creare servizi e contenuti localizzati e personalizzati, che il turista potrà 'navigare' in piena mobilità.

Il terzo progetto è forse quello concettualmente più innovativo: l'Alta scuola per la formazione dei progettisti e gestori dell'esperienza culturale. "Sarà un luogo d'eccellenza che formerà una figura altamente multidisciplinare e oggi inesistente", spiega Granelli. "Un creativo e un designer che però conosce anche marketing ed economia, e naturalmente tecnologie digitali e storia dell'arte. Sarà una scuola fortemente internazionale", si entusiasma, "un fiore all'occhiello italiano dove verranno a imparare da ogni parte del mondo". Per assicurare la massima qualità, la scuola viene realizzata in accordo con la Domus Academy, forse la più prestigiosa scuola di design italiana.

Jean-Luc Giorda



Andrea Granelli, a sinistra, presidente del Distretto dell'audiovisivo e dell'ict di Roma, e Andrea Mondello, presidente della Camera di commercio di Roma (foto Olycom, StudioFranceschin).

