

IL TURISMO Aperto lo stand del Lazio alla fiera del settore di Londra
Mancini: «I visitatori prenoteranno da casa gli eventi sportivi»

Non soltanto storia e arte, ora Roma punta sullo sport

Arrivano i pacchetti per il Sei nazioni e le partite dell'Olimpico

dal nostro inviato

MAURO EVANGELISTI

LONDRA - Nella più grande fiera del turismo al mondo - dove convivono il Rwanda che rinasce dall'orrore di 15 anni fa e ora vende pacchetti per vacanze e safari; la riproduzione di divani extralarge della prima classe delle compagnie aeree arabe; il mojito doc allo stand di Cuba; le ballerine mozzafiato di Trinidad e Tobago; l'area della Thailandia che dimostra sul campo ai visitatori l'efficacia del massaggio tradizionale -, ecco in questo sconfinato mappamondo edulcorato riprodotto a Londra, Roma e il Lazio cercano visibilità. E provano a dimostrare i venticinquemila e passa addetti ai lavori che ogni hanno visitano questo evento l'importanza della propria offerta turistica. Ieri l'assessore regionale al Turismo, Claudio Mancini, e la presidente dell'Agenzia regionale di promozione turistica, Federica Alatri, hanno giocato la carta della diversificazione.

Lo sport. Sì, perché non è più tanto semplice la vita per il turista inglese, giapponese o cinese che a Roma e decide di andare a vedere una partita all'Olimpico di serie A come fanno molti italiani in vacanza a New York che vanno al Madison per il basket Nba. Le nuove norme sulla sicurezza degli stadi hanno reso impossibile l'acquisto ai botteghini. Per questo ieri è stata lanciata una card, in collaborazione con Lottomatica. «Come funziona? - ha spiegato Mancini a una platea di giornalisti e operatori del turismo inglese - Nei pacchetti di viaggio il turista potrà prenotare anche questa card che darà la possibilità di assistere a eventi sportivi co-

me le partite della Roma e della Lazio, ma anche ad eventi culturali, ad esempio gli spettacoli dell'Auditorium». Il banco di prova di questo nuovo strumento potranno essere le partite del Sei Nazioni di rugby, al Flaminio, per le quali, come ha spiegato Federica

Alatri, verranno creati pacchetti ad hoc. A battezzare l'iniziativa c'era anche Dario Pallotta, azzurro nel Rugby Seven e coraggioso campione dell'Aquila rugby che durante le scosse di terremoto portò in salvo due anziani prigionieri in una casa che stava per crollare. Lo stand del Lazio, incastonato in un complesso più articolato che raccoglie tutte le regioni sotto l'insegna Italia e che ieri mattina è stato inaugurato dal ministro del Turismo, Michela Brambilla, ha messo in vetrina 21 fra tour operator, agenti di viaggio, albergatori. E si presentava con l'esposizione di alcuni disegni di Michelangelo, che rilanciavano uno degli slogan che caratterizza l'offerta romana: «Where is Michelangelo?».

Il vicesindaco Mauro Cufufo ha ricordato che nella gamma dell'offerta della Capitale c'è anche la grande mostra di Michelangelo in svolgimento fino a febbraio ai Musei Capitolini. Ha anche riproposto il filmato su Roma realizzato da Zeffirelli, ma soprattutto ha fatto una sorta di lancio ufficiale su scala internazionale del secondo polo turistico, fra l'Eur e il litorale, quello che promette («ma in buona parte sono operazioni già partite») una serie di grandi opere o di grandi eventi, dal waterfront di Ostia al completamento della Nuvola di Fuksas, dal Gran Premio di Formula 1 al parco sulla romanità. Se tutto questo piacerà agli inglesi, i turisti più

numerosi a Roma dopo gli americani, lo scopriremo solo nei prossimi anni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sopra, lo stand della Regione Lazio inaugurato alla grande fiera del turismo di Londra; sotto, il sindaco della capitale britannica, Boris Johnson, su un mezzo pubblico londinese

