

La nuova attrazione aprirà alle porte della capitale nella primavera del 2011. Investimento: 300 milioni di euro

**3,7 milioni**

I visitatori presunti di MagicLand

**27%**

Coloro che pernoveranno nella destinazione

**2 mila**

I posti di lavoro presunti

**187,6 milioni**

I visitatori globali nel 2008

# La rimonta dei parchi a tema Roma si arrende alla forza dei numeri e di MagicLand

di MONICA LISI

ROMA - Parchi a tema. Un fenomeno che tardivamente si è imposto sul mercato europeo e che arranca in quello italiano. Pionieri di questo mercato, gli americani che hanno fatto di Las Vegas il più noto polo d'attrazione del gioco e del divertimento. Giusto qualche numero: Magic Kingdom in Florida attrae 17 milioni di visitatori l'anno, Disneyland in California 14,8 milioni. In Europa, dove arte e cultura sono pilastri del turismo, il parco divertimenti incassa la metà delle presenze rispetto ai parchi del nord America; in Italia il volume delle presenze equivale ad 1/24 di quello mondiale e solo due parchi su 158, Gardaland e Mirabilandia, possono generare veri impatti economico-turistici. Il fenomeno "parco a tema" è così controverso, che Ispo ha cercato di analizzarlo attraverso i dati della ricerca condotta da Turisma Hospitality Consulting, con il supporto dell'opinione di dieci esperti del mondo accademico, del giornalismo (tra cui il direttore responsabile di Travel Quotidiano, Giuseppe Aloe), dell'imprenditoria italiana e del turismo. Contestuale alla ricerca, l'esempio pratico di "Rainbow MagicLand" iniziativa del gruppo Alfa Park e Rainbow, nuovo parco tematico che aprirà le porte nella

primavera del 2011 all'interno del "Polo Turistico Integrato di Roma - Valmontone". Cosa stimola l'apertura di un parco a tema in un territorio già ricco d'attrattive? Quali effetti comporta? Tanti gli stimoli, tante le perplessità: un parco può essere un valore aggiunto per destinazioni turistiche



“Una risorsa per il rilancio economico della zona anche a livello di infrastrutture”

Giuseppe Taini

mature, rientrare pienamente nella tendenza marcata allo short break, rappresentare la motivazione di viaggio per località di scarso appeal, contribuire al rilancio di un territorio dalla forza attrattiva sopita, essere un'ulteriore opportunità di business, un motore di sviluppo in termini occupazionali, di indotto economico ed infrastrutturale. Di contro, nel Belpaese è spesso difficile pensare alla costruzione di parchi tematici senza fare i conti con il territorio circostante, con l'affollamento di ricchezze storiche. Di fatto però contano i numeri: i primi 25 parchi tematici del

mondo nel 2008 hanno attirato 187,6 milioni di visitatori, numero cresciuto annualmente dello 0,5%. A sostenere la proliferazione dei parchi il ministro del turismo Michela Vittoria Brambilla secondo cui «Il parco a tema può rappresentare un appeal ulteriore per un territorio, un'ottima soluzione per il turismo di massa e per la fami-



“*Questa soluzione rappresenta un appeal ulteriore per il territorio*”

Michela Vittoria Brambilla

glia in vacanza. Un volano per il turismo italiano che deve recuperare rapidamente competitività a livello internazionale». Condizioni sine qua non per il successo di un nuovo parco, dicono gli esperti, la scelta di un tema innovativo e di facile lettura, un'offerta di qualità, una buona accessibilità, prezzi contenuti e una buona integrazione con il territorio. Nello specifico caso italiano, Rainbow MagicLand, con un investimento di 300 milioni di euro, sarà il primo parco a tema di Roma a cogliere questa sfida: garantirà 2 mila posti di lavoro ed un'affluenza di circa 3 milioni di visitatori l'anno, con l'aspettativa di fatturare annualmente 100 milioni di euro. È quanto prospetta l'amministratore delegato di Alfa Park, Giuseppe Taini, che vede il progetto come «Una vera risorsa per il rilancio economico del territorio, che comporterà un indotto di tipo occupazionale, economico, infrastrutturale e turistico. Saranno infatti realizzate infrastrutture stradali e ferroviarie per migliorarne l'accessibilità. Intercetterà fino a 3,7 milioni di presenze nel 2020 (1,57 milioni di residenti e 2,13 milioni di turisti. L'85% visitatori leisure, il 15% business), di cui il 20% pernoverà nella destinazione: calcoliamo 557 mila visitatori nel corso del primo anno, 632 mila nel quinto, 741 mila nel decimo».