

Effetti Papa Leone sul turismo romano

L'elezione di Papa Leone XIV non ha portato un cambiamento solo all'interno della Chiesa cattolica, ma anche nel turismo romano. Dalla fine del conclave a oggi infatti sono raddoppiate le ricerche di voli last minute per raggiungere la Città Eterna e gli affitti brevi sono saliti di quasi il 10% in un mese. A rilevarlo Lybra Tech, l'azienda del gruppo Zucchetti specializzata a monitorare la domanda turistica attraverso l'intelligenza artificiale.

Analisi della domanda. Nell'ultimo mese la capitale ha vissuto un'intensa concentrazione di eventi che ha generato un movimento turistico ben sopra le attese. La morte di Papa Francesco, i suoi funerali, il concerto del primo maggio, il conclave, l'elezione di Papa Leone XIV e gli Internazionali di tennis hanno contribuito a ingrossare gli arrivi nella capitale nel periodo tradizionalmente di maggiore affluenza. Le ricerche online di un alloggio hanno raggiunto il più alto picco il 9 maggio, all'indomani dell'elezione del nuovo pontefice, per estendersi fino all'11 maggio causa la grande eco mediatica e l'attesa per la prima messa del nuovo pontefice.

Tempistiche e composizione. Le richieste di un alloggio last minute sono più che raddoppiate (+112%) tra il 7 e il 9 maggio rispetto ai tre giorni precedenti. In media i turisti che hanno soggiornato a Roma negli ultimi dieci giorni hanno organizzato il loro viaggio circa 15 giorni prima della partenza. Gli italiani (che rappresentano il 51% della domanda) sono riusciti in 10 giorni grazie alla maggiore vicinanza con la città. Come di consueto ad arrivare sono state soprattutto coppie (65%) ma sono cresciuti in modo rilevante i viaggiatori singoli (19%), per lo più giornalisti, operatori e addetti ai lavori.



Gli effetti sulle locazioni. Una serie di eventi che ha contribuito a incrementare l'offerta di affitti brevi nella capitale. In un mese gli alloggi a disposizione sul portale Airbnb sono saliti a 31 mila (+ 7% rispetto a marzo). Ad aprile molti host hanno scelto di attivare o riattivare il proprio appartamento, spinti da una combinazione favorevole di fattori. Si stima che nel solo mese di aprile ad alloggiarvi siano stati oltre 80 mila turisti, spinti anche dalla crescente preferenza per soluzioni più flessibili rispetto all'hotel tradizionale. Nonostante l'elevata domanda, l'impatto sui prezzi è stato contenuto: il prezzo medio per notte è stato di 186 euro, 13 euro in più rispetto a marzo.

Il commento. «Eventi come il decesso di un pontefice sono difficilmente prevedibili, per tutto il resto ci sono i big data – ragiona Michela Ciccarelli, Destination Data Specialist di Lybra Tech -. Avvenimenti straordinari, o comunque non programmabili, rendono palese quanto sia difficile lavorare nel turismo senza avere a disposizione informazioni chiare e dettagliate sulla domanda. Un approccio basato sui dati invece consente a comuni, province, regioni, alberghi, ristoranti e negozi di avere l'identikit del visitatore medio in arrivo sul territorio. In questo modo istituzioni e aziende possono ottimizzare meglio gli ordini ai fornitori e impostare campagne marketing più in target».

[Read More](#)