Post to Pdf

Effetto Papa Leone sul turismoromanoAa

L’elezione di Papa Leone XIV non ha portato uncambiamento solo all’interno della Chiesa cattolica, ma anche nel turismo romano. Dalla fine delconclave a oggi infatti sono raddoppiate le ricerchedi voli last minute per raggiungere la Città Eterna egli affitti brevi sono saliti di quasi il 10% in un mese. A rilevarlo Lybra Tech, l’azienda del gruppoZucchetti specializzata a monitorare la domandaturistica attraverso l’intelligenza artificiale.

Analisi della domanda. Nell’ultimo mese la capitaleha vissuto un’intensa concentrazione di eventi cheha generato un movimento turistico ben sopra leattese. La morte di Papa Francesco, i suoi funerali, ilconcertone del primo maggio, il conclave, l’elezionedi Papa Leone XIV e gli Internazionali di tennishanno contribuito a ingrossare gli arrivi nella capitalenel periodo tradizionalmente di maggiore affluenza.Le ricerche online di un alloggio hanno raggiunto ilpiù alto picco il 9 maggio, all’indomani dell’elezionedel nuovo pontefice, per estendersi fino all’11maggio causa la grande eco mediatica e l’attesa perla prima messa del nuovo pontefice.

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

Gli effetti sulle locazioni. Una serie di eventi che hacontribuito a incrementare l’offerta di affitti brevi nella capitale. In un mese gli alloggi a disposizionesul portale Airbnb sono saliti a 31 mila (+ 7% rispettoa marzo). Ad aprile molti host hanno scelto diattivare o riattivare il proprio appartamento, spinti dauna combinazione favorevole di fattori. Si stima chenel solo mese di aprile ad alloggiarvi siano stati oltre80 mila turisti, spinti anche dalla crescentepreferenza 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

Developer By Post to Pdf