

ROMA Y EL IMPACTO TURÍSTICO DE LOS HISTÓRICOS ACONTECIMIENTOS EN EL VATICANO

A pesar de que el Papa Francisco pidió a los fieles que no se trasladaran a Roma y donaran ese importe a los más necesitados, la ciudad eterna por la numerosa llegada de peregrinos italianos y de todas las nacionalidades se reveló una nueva Caput Mundi

La ola turística en la capital italiana empezó a raíz de la sorprendente renuncia de Benedicto XVI, actualmente Papa emérito, y siguió con la sede vacante en espera del cónclave, que al fin humeó el esperado color blanco, anunciando el nuevo pontífice Francisco, el Jesuíta argentino Jorge Mario Bergoglio, en honor al patrón del país, San Francisco de Asís.

Refiriéndose a la elección del Obispo de Roma, según el Alcalde de la capital, Gianni Alemanno; "... es importante en este momento de crisis de la



globalización, dar una señal de respeto al sur del mundo".

Más allá del feliz nombramiento ¿cuál es el impacto económico en Roma del nuevo Pontificado?

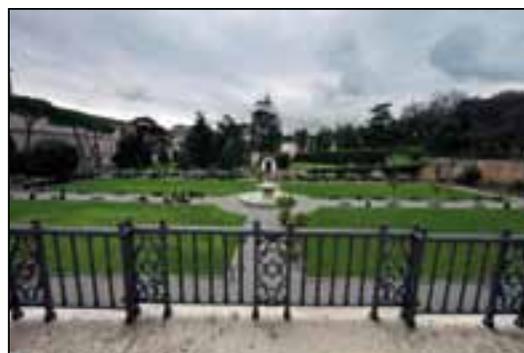
-"La última 'movida' vaticana ha aportado cincuenta y cinco millones de euros al mes para hoteles y restaurantes" declara Giuseppe Roscioli, presidente de Federalberghi (Hostelería italiana), que añade: "además del maratón y el partido de rugby Italia-Irlanda, lo que más ha atraído a los visitantes ha sido el primer Ángelus de Francisco".

Sin contar su entronización que ha convocado a los grandes de la Tierra entre casas reales, 80 líderes políticos con 150 delegaciones oficiales, presentes en ese histórico acto; sólo de España acudieron los Príncipes de Asturias, el Presidente Rajoy y el

Ministro de Justicia además de otras personalidades.

Y cabe indicar que Roma ha sabido estar a la altura de la situación en lo que a organización y seguridad se refiere, preparando un plan extraordinario igual que el de la beatificación del papa Juan Pablo II.

"Quien quiera venir a la misa de entronización será bienvenido. No se necesitan entradas o invitaciones. Pondremos orden por motivos de seguridad" Aseguraba el Padre Lombardi, director de la sala de prensa del Vaticano... y así fue, contando con un despliegue de 800 guardias urbanos y 900 voluntarios de la Protección civil, 300 operarios de la recogida de basura, además de un camper médico y 12 autobuses dedicados a los minusválidos para permitir el flujo de unas 200 mil personas.



Tras estas citas puntuales, ¿se prevé una disminución de reservas en las estructuras hoteleras?

-"Si nos referimos a los datos del Jubileo de 2000, la ola se alargó y garantizó un maravilloso 18 por ciento en el año sucesivo. Creo que también esta vez pasará lo mismo, considerando que Roma ha protagonizado y sigue centrándose en los telediaros de todo el mundo. Actualmente, si el turismo constituye 7 mil millones de euros del Pib, 500 millones al mes, el 10% equivale a 50 millones" puntualiza Roscioli afirmando: "Francisco vale 50 millones al mes".

¿De donde llegarán los potenciales 'romeros'?

-"No sólo argentinos. Al principio serán ellos los principales peregrinos. Pero después se pondrán en marcha hacia Roma de toda Latinoamérica: pienso en Brasil y en México"

¿Cuánto tiempo durará este feliz periodo?

-"Cinco meses, quizás seis... Y los precios no subirán, aquí fijamos los precios año por año"

Lo que significa que la ola turística se presenta imparable... tan necesaria en estos tiempos de crisis.

Mientras los datos del turismo en Roma relativos a 2012, recientemente difundidos arrojan estas cifras: en el pasado año, la entrada de turistas en la capital ha ascendido a 9.720.505 unidades, de las cuales 3.609.250 eran italianas mientras 6.111.255 de procedencia extranjera, que con una estancia media de 2-3 días gastaron más de 7 mil trescientos millones de euros. Ya los compararemos tras la conclusión de 2013.

Si bien, mientras tanto, en el balance de la pasada Semana Santa, dominada por la crisis económica y agravada por el mal tiempo que imperaba en todo el país, sólo Roma registraba un casi 'completo', con un +13,48% de llegadas respecto a 2012, gracias a la presencia del Papa Francisco.

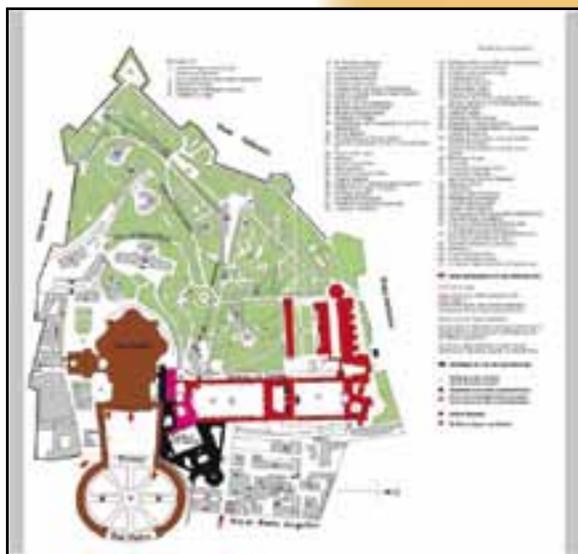
Por ello, ahora se intenta intensificar la economía de la capital a través del proyecto 'Excellence in Rome'. De hecho, las diversas asociaciones de comerciantes, industriales y artesanos han decidido aunar las propias ener-





gías para relanzar el 'made in Italy' en un único programa, una especie de bofetón sin mano a la política que no ha logrado ningún efecto para mejorar la economía del país.

Se trata de 'Excellence in Rome', el proyecto presentado últimamente en la Cámara de Comercio de Roma, con el objetivo de promocionar los productos de calidad de la capital y obtener buenos resultados ya en julio... gracias al turismo. "No tenemos la arrogancia de reactivar en un plazo de récord los consumos, si bien creemos posible que justo a través del turismo sea posible dar un nuevo impulso



al comercio del género" afirma Luca Barrera, responsable de los proyectos Cna (Confederación de la Artesanía) de Roma.

'Excellence in Rome' prevé dentro de los próximos meses la construcción de una red orgánica que registre las empresas romanas 'excelentes' -desde los

restaurantes a las tiendas históricas, de los mercados de zona hasta los establecimientos termales- y promocionarlas a través del turismo, desde los planos, donde junto a los lugares de interés cultural aparezcan las tiendas de interés para el turista, hasta las aplicaciones para los smartphones y a los paquetes turísticos realizados 'ad hoc'...

"La bajada de los consumos internos se pueden compensar con un relanzamiento de las compras por parte del turismo" añade Barrera.

La capital, aunque ocupa el 18º puesto en la graduatoria de las ciudades más visitadas por los extranjeros, sigue siendo una meta ideal, especialmente para los españoles, que la consideran cara pero imperdible. Es de lo más normal escuchar voces en español de España por las calles del centro.

Con referencia a los precios, éstos se deben a la diferencia fiscal (Iva, Irap, costes de alquiler...) entre las empresas de la capital y las de otras ciudades

italianas así como entre las romanas y las extranjeras. Por este motivo, el 22 de abril de este año, las asociaciones presentarán al vicepresidente del Parlamento Europeo un documento que, entre otras cuestiones, pedirán una reorganización de las condiciones fiscales para las pequeñas y medianas empresas (pymes) italianas respecto a las europeas.

Además, se están empleando para mejorar el fuerte vínculo existente entre la cultura, el turismo y el 'made in Italy', afinando la capacidad de interpretar las necesidades inmateriales de estética, cultura, socialización e identidad que se registran 'in crescendo' entre los consumidores internacionales...

La ciudad eterna y universal, que ha sabido acoger al gran rebaño de católicos y de toda otra confesión religiosa, superando dignamente la prueba y demostrándose una vez más una 'ciudad abierta', merece todo este esfuerzo y más, si se limita a la intensificación de un turismo sostenibel.

Carmen del Vando Blanco

Y bajo el cielo de Roma, los Museos Vaticanos acaban de anunciar una grata novedad: se ha abierto al público el 'Jardín Cuadrado', un gran espacio verde de 7.735 m2, típico ejemplo de jardín a la italiana, encargado al arquitecto ferrarés, Jacopo Melegghino, por el Papa Pablo III, el pontífice del 'Juicio Universal' de Miguel Ángel.

Se trata de una amplia y extraordinaria área de rélax para descansar a lo largo del recorrido por las ricas colecciones vaticanas. Sentados en los cómodos bancos, los visitantes se encontrarán en un contexto admirable, entre la Cúpula de San Pedro, el bosque que cubre la colina vaticana, además de la pared de la Pinacoteca que custodia las obras maestras de Rafael, Leonardo y Caravaggio... una feliz experiencia que se añade a las maravillas vaticanas. ◉