



L'INIZIATIVA

Turismo, al via la campagna anti-truffe

Parte la campagna del Campidoglio contro le truffe ai turisti, mentre i dati di agosto danno segnali di vita dopo il crollo di presenze (gli arrivi sono cresciuti dell'1,99%, le presenze dell'1,55%). Alcuni slogan scelti: "Chi non gonfia i prezzi, ci gonfia d'orgoglio", "Fatti furbo, non fare il furbo", "Romani buoni e cari? Meglio solo buoni" e "Grazie Roma, quando dici grazie, perché trattare sgarbatamente un turista è come trattare male la propria famiglia e non fare il proprio interesse". La linea guida è quella che vuole Roma città dell'accoglienza ed è promossa in collaborazione con Atl Lazio che partirà già da domani per raggiun-



SLOGAN E MONITORAGGIO

*Fino a dicembre
saranno esaminati
accoglienza, trasporti
e ristorazione*

gere chi ogni giorno lavora con i turisti: tassisti, baristi, camerieri, conducenti di mezzi pubblici, personale alberghiero e commessi. Saranno diffusi manifesti e adesivi sui bus, negli alberghi e in strada. E ci sarà un marchio con le parole Roma e tourists divise da un cuore giallo e rosso. Ha spiegato il vicesindaco, Mauro Cutrufo: «E' interesse di tutti i romani fare tutto il possibile affinché ogni turista trovi la più amichevole accoglienza e, tornato nel suo paese, possa parlare entusiasticamente della sua vacanza romana». Il

sindaco **Gianni Alemanno** ha sottolineato il danno di immagine ricevuto dalla notizia sul conto-stangata al ristorante per due turisti giapponesi. «Una notizia che ha fatto il giro del mondo. Dobbiamo fare in modo che i disonesti sentano addosso il disonore cittadino da parte di tutte le categorie».

Ci sarà anche un monitoraggio trimestrale (ottobre, novembre e dicembre) sul turismo dal titolo "L'immagine di Roma che i turisti esteri portano con sé". Tra le aree che verranno prese in esame, l'accoglienza e la qualità delle strutture ricettive, i collegamenti con la città e la frequenza delle corse, l'offerta culturale, la pulizia dei locali.

