

Progetti. Ripensato il «brand Roma»

Mobilità innovativa per la capitale

LAZIO



Andrea Marini

ROMA

► Lanciare un grande progetto di marketing per il brand Roma. Fare della città eterna una delle capitali europee dell'industria creativa. Puntare su soluzioni innovative per risolvere il problema della mobilità (a partire da biciclette e veicoli elettrici). Sono queste le proposte principali emerse ieri in un incontro tenuto nella capitale e organizzato da due think tank: Trinità dei Monti e Vision. Trinità dei Monti è una realtà indipendente, con base a Roma, costituita da esperti di economia, banca e finanza provenienti dalle authority (Banca d'Italia e Consob). Vision, invece, ha base a Londra, con associati che lavorano in società di consulenza, università e istituzioni pubbliche e private.

L'incontro di ieri, dal titolo «Cambiare la Città eterna» è stato organizzato partendo dall'analisi del declino di Roma. «Una società che vive al di sopra dei propri mezzi e della propria capacità di produrre valore, forse addormentata su allori che progressivamente sbiadiscono», così è definita la città nel paper. La crisi dello Stato rischia di essere «il sasso appeso al collo che potrebbe affondare la capitale, che sulla nascita e la crescita dell'Amministrazione pubblica ha fondato crescita e benessere. A Roma e nel Lazio - si legge nel documento - risulta concentrato quasi un quarto della spesa assorbita dalle forze di Polizia e un terzo di quello che complessivamente l'Italia spende per la tutela del patrimonio culturale». A Roma la percentuale di occupati nell'industria è all'8,5%, dietro Torino, Bologna, Milano Firenze, Bari e Napoli. Il numero di brevetti per 100mila abitanti (dati 2000-2009) arriva appena a 4,4

unità, dietro Torino, Milano, Venezia, Genova e Firenze. La capitale, poi, ha una infrastruttura pubblica carente: in media ogni abitante spende in un anno 227 ore in automobile (al top tra le grandi città). Non sorprende quindi che in città le presenze turistiche per abitante si fermino al 6,2% (dietro Ve-

PROPOSTE

Tra le idee per il rilancio della città lo sviluppo di una piattaforma web e l'installazione di 200 antenne wi-fi

nezia e Firenze) mentre la percentuale di studenti stranieri supera di poco il 3% (dietro Torino, Bologna, Perugia e Milano). Tra gli interventi concreti per il rilancio, durante il convegno sono stati proposti: lo sviluppo di una piattaforma web per il dialogo comune-cittadini; l'installazione di 200 antenne wi-fi nel centro di Roma; un ciclo pluriennale di eventi di ospitalità per i paesi del Mediterraneo; l'ampliamento di car e bike sharing.

© RIPUBBLICAZIONE FORNITATA

NUMERI

30%

Spesa per beni culturali

È la quota di spesa pubblica per Beni culturali del Lazio. La regione è al primo posto davanti a Lombardia e Campania

227

Ore in automobile

Roma è al top per il tempo medio annuale trascorso in automobile per ogni abitante. Palermo, la seconda in classifica, la media ha un valore di 140 ore