Albergatori vs NYT: Roma piace più delle altre capitali

Il degrado di **Roma secondo il New York Times**. E' stato solo l'ultimo affondo in ordine di tempo, della stampa internazionale nei confronti della Capitale nel corso di un'estate che viaggia al limite dell'incidente diplomatico. A corollario dai fatti che vedono l'intreccio di storie amministrative con vicende criminali e quelli della cronaca dei disservizi nei trasporti e nella raccolta dei rifiuti, ci sono infatti i commenti poco lusinghieri su Roma nei quali parte della stampa internazionale ha deciso di impegnare la sua creatività in queste settimane.

Un impegno che **prima l'attore Alessandro Gassman e poi gli albergatori di Roma** hanno deciso di contrastare. Il primo con l'annunciata campagna **#Romasonoio** per il contrasto del degrado ambientale, mentre **gli imprenditori dell'ospitalità sono passati all'azione dopo una fase di comunicati** in cui si invitava a dare della città una lettura meno negativa. In particolare è **l'ADA, l'associazione dei direttori d'albergo** che pur riconoscendo le criticità, sottolinea che Roma è sempre Roma nonostante tutto. E **lancia una campagna verità** per combattere questa poco lusinghiera offensiva stampa internazionale.

La campagna si chiama **"Roma che piace"** e parte con l'intento è quello di segnalare l'apprezzamento che gli operatori dell'accoglienza ricevono costantemente dai turisti stranieri in visita in città.

"La campagna - spiega il presidente dell'Ada, **Roberto Necci** - tenderà ad evidenziare il massimo livello di gradimento che Roma riceve "rispetto alle altre capitali europee". L'idea è quella di portare avanti una campagna verità sottolineando l'apprezzamento e la qualità dei servizi offerti dalle rete ricettiva romana, andando di fatto a contrastare con i fatti quanto emerso negli ultimi giorni sulle pagine del New York Times.

Attraverso un **account mail dedicato laromachepiace@gmail.com saranno raccolte le storie più rappresentative** di Roma e della sua capacità di accoglienza che successivamente saranno segnalate alla stampa estera così da invertire il trend negativo di immagine che la Capitale ha subito in questo ultimo periodo.