



Lunedì 10 novembre 2014  
**Obiettivo sui Maestri del Paesaggio**  
 Scelti i fotografi vincitori del concorso



Lunedì 10 novembre 2014  
**«Milano d'autore» alla libreria Legami**



Sabato 08 novembre 2014  
**Da «Bèrghem» al « Welcome to»**  
 «E i visitatori che arrivano dall'Italia?»



Lunedì 10 novembre 2014 (0)

[Facebook](#) [Twitter](#) [Google plus](#) [Email](#)

## Digitale, spendaccione e curioso Expo apre le braccia al milione di cinesi

*La Cina è vicina, l'Expo ancora di più. Sono un milione i visitatori attesi dalla Cina in occasione dell'Esposizione universale che prenderà il via il 1° maggio 2015 a Milano».*

Lo ha detto il vicepresidente dell'Assemblea nazionale del popolo della Repubblica popolare cinese, Zhang Ping, nei giorni scorsi a Perugia nell'incontro della delegazione da lui capeggiata con la presidente della Regione Umbria. **«Nel mio paese - ha detto ancora Ping - sono stati già venduti oltre 500 mila biglietti per l'Expo, che è un'ulteriore occasione, per la Cina e l'Italia, di rinsaldare la reciproca collaborazione e cooperazione per determinare lo sviluppo e il benessere dei nostri due popoli».**



Per Giuliano Noci, Presidente di Explora, «è una sfida per il sistema turistico lombardo e delle destinazioni Expo perché dia vita ad una vera e propria rivoluzione dell'accoglienza turistica».

**Dal 2012 al 2020, in Italia, Expo porterà: 190 mila unità di lavoro aggiuntive, una produzione aggiuntiva di 24 miliardi di euro.** In particolare, per quanto riguarda il solo settore turistico ci sarà una produzione aggiuntiva di 10 miliardi e 84 mila unità di lavoro aggiuntive. Sono oltre 18 mila le imprese del settore turismo a Milano e offrono lavoro a circa 123 mila persone. 5 mila attività sono gestite da donne e oltre 4 mila da stranieri. **A Bergamo le imprese sono 5.830.**

Ma quali sono le caratteristiche del turista cinese? **Per gli operatori del settore qualche dritta potrebbe arrivare dal manuale «Come accogliere i turisti cinesi»,** (Franco Angeli editore), scritto da Giancarlo Dall'Ara e Patrizia Dionisio. Un focus su quello che, numeri alla mano, sta diventando il più grande mercato turistico del mondo, **basti pensare che la Cina è al secondo posto nel mondo per quantità di viaggi verso l'Europa,** dove arrivarci rappresenta uno status symbol per la classe emergente.



**Nota bene, i cinesi spendono, eccome: al punto da avere scalzato dalla classifica dei turisti più spendaccioni, i mitici russi.** Non a caso, il 30% dei visitatori cinesi arriva in Europa per fare shopping: quindi spazio alle griffe, ma anche a prodotti tipici locali, il made in Italy ha un appeal fortissimo, fermo restando che la Cina diventerà a breve il secondo mercato mondiale dei beni di lusso

E poi la cultura, obiettivo del 25% delle visite, e qui può essere utile un passaggio di un [sito internet dedicato al commercio](#) italo-cinese: «Dell'Italia i cinesi conoscono città come Roma, Milano, Venezia, Firenze e forse anche Napoli, ma la loro conoscenza si limita veramente solo alle più grande città della penisola italiana. **Sono pochi i cinesi che si muovono ed esplorano il paese al di fuori delle città**, e certamente è una grande perdita per l'Italia. L'Italia ha così tanto da offrire – dalle Dolomiti al Nord all'Appennino, le sue città storiche, le sue spiagge meravigliose, le isole minori ecc., ma il problema è che **la maggior parte dei cinesi non conosce questi posti e quindi non ci andrà mai se queste mete non mostrano l'impegno di promuovere la propria offerta turistica in Cina**». Alla lista va aggiunta Verona, ma perché la storia del balcone di Giulietta è molto simile ad una leggenda locale...



Il balcone della casa di Giulietta a Verona

**Il libro individua tre categorie di viaggiatori:** la prima, definita «tour Eiffel e gondola», viaggia sulle rotte più classiche compiendo una «toccata e fuga» concentrata in pochi giorni in alcune grandi capitali e luoghi dello shopping. La seconda ha invece già sperimentato gli itinerari tradizionali e desidera approfondire la conoscenza di alcuni Paesi – limitando il proprio viaggio a poche tappe – o fare dei tour tematici. L'ultima è appunto quella dei 30-45enni che chiedono offerte personalizzate, tour esperienziali e servizi di alta qualità.



**E attenzione a restare in rete:** la popolazione cinese è comunque quella on line più grande del mondo, con quasi 500 milioni di navigatori, l'offerta può facilmente viaggiare su internet. Ecco, la rete: «**Ci vogliono competenze di alto livello.** È bene ricordare di far trovare in camera d'albergo spazzolino da denti, dentifricio, un bollitore per il tè», ricorda Dell'Ara in un'intervista.

Ma non solo. «Un anno fa un albergo accolse una comitiva di 40 cinesi. Appena iniziarono a usare lo smartphone per condividere il viaggio con la famiglia a casa, la linea wi-fi dell'hotel cadde. È importante potenziare i servizi digitali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tags

- #Bergamo
- #Cina
- #Milano
- #Verona
- #Turismo
- #Expo 2015



**AFFARI & OCCASIONI**  
RUBRICA DEDICATA AD ATTIVITA' CHE PROPONGONO OFFERTE E SCONTI



**SERVIZI PER LA CASA**  
RUBRICA DEDICATA AI PROFESSIONISTI DELLA CASA

Commenti (0)

Regolamento Commenti: Prima di commentare gli utenti sono tenuti a leggere il regolamento del sito. I commenti che verranno ritenuti offensivi o razzisti non verranno pubblicati e saranno cancellati.

Accedi per commentare

E SE IL MONDO INTERO DIVENTASSE UNA BIBLIOTECA?  
**BOOKCROSSING**  
NELLE CINQUE TERRE DELLA VALGANDINO.

**Bookcrossing Cinque Terre della Valgandino**

Realizzazione di 5 postazioni Bookcrossing nei paesi della Valgandino

**Kendoo.it**

**KAUPPA**

39,00€  
**-49%**  
Da **19,90€** Coperta in morbide pile in varie misure, completamente personalizzabile con le tue ...

**storylab**

**Attiva subito il tuo abbonamento digitale**

**Aree**

- Bergamo città
- Hinterland
- Bassa Bergamasca
- Isola

**Rubriche**

- Le tue foto
- Tempo libero
- Eco.Bergamo
- La salute

**Redazione**

- Redazione
- Scriveteci
- Registratori

**Servizi**

**Il Network**

- L'INSERTO orobie
- KAUPPA #Kendoo