



TEMI

IN EDICOLA

ACQUISTA

EVENTI

CONTATTI

consumi



Conquistare la Cina con l'acqua calda

La ricetta per affascinare il grande mercato turistico è fatta di piccole attenzioni. Un nuovo libro spiega quali

24 aprile 2012

Tweet

0

Per avere successo bastano a volte poche semplici attenzioni, persino per conquistare quello che potenzialmente è il più grande mercato turistico del mondo.

I segnali della crescita economica della Cina arrivano anche dalle vacanze: circa 70 milioni di cinesi sempre più ricchi vanno all'estero ogni anno. Per attirarli potrebbe bastare qualche parola cordiale nella loro lingua, progettare una comunicazione specifica e non limitarsi a tradurre opuscoli e siti web dall'italiano, oppure far sempre trovare dell'acqua bollente al loro arrivo, così che possano riempire i termos per prepararsi l'onnipresente tè.

Piccole soluzioni che possono portare grandi benefici: "I cinesi sono molto attenti a queste cose, sanno riconoscerle e apprezzarle", dice Giancarlo Dall'Arà che sull'argomento ha appena pubblicato un libro con Patrizia Dioniso, *Com'è accogliere i turisti cinesi* (Franco Angeli Edizioni, 2012).

In realtà dei settanta milioni di cinesi che per le vacanze escono dai confini storici, quasi il 90% si ferma a Hong Kong e Macao. In Europa ne arrivano quasi quattro milioni all'anno, di cui poco meno di un milione passa per l'Italia.

Pochi, se si pensa alle possibilità che ha il nostro Paese. "Ma c'è ancora tempo per recuperare — assicura Dall'Arà — siamo solo all'inizio di una rivoluzione del turismo". La crescita del mercato cinese è impressionante: fino al 2000 uscivano dalla Cina per viaggi brevi "solo" dieci milioni di persone. Poi fra il 2003 e il 2004 gran parte dei Paesi europei, Italia compresa, ha ricevuto il riconoscimento da parte di Pechino come possibile meta turistica. E da allora il fiume ha continuato a ingrossarsi.

E non si tratta più di gruppi organizzati che fanno veloci viaggi nel vecchio continente, visitando sette Paesi in quattordici giorni per una foto sotto alla Tour Eiffel, un giro

Liquida

WIDGET

TREND

CONVERSAZIONI

IL NUMERO
IN EDICOLA

ABBONATI

DOVE
TROVARCI

ARTICOLI CORRELATI

Cina: meno pubblicità in tv, il web ne guadagna

Lusso per la Cina

Imprenditoria: creare un ponte con la Cina

L'asse Medio Oriente-Cina passa (anche) dai ravioli al vapore

CONSIGLIATI

+ LETTI

Welcome (back) talent!

L'importanza di creare l'atmosfera giusta

L'arte della conversazione virtuale

La designer dell'invisibile



ITALIC NEWS su Facebook



in gondola e poco altro. I cinesi che arrivano in Italia scoprono nuovi itinerari, visitano cantine di vini pregiati in Piemonte, piccoli borghi in Toscana e spiagge affollate sull'Adriatico. "Poi ci sono i giovani, che si organizzano il viaggio su Internet, studiano percorsi alternativi, affittano la macchina per girare liberamente, e hanno gusti sempre più simili ai nostri", spiega ancora Dall'Ara.

Rimangono comunque alcuni ostacoli. Innanzitutto con i visti, spesso lunghi da ottenere e al prezzo di code agli uffici e attese infinite.

Ma anche la scarsa capacità promozionale. "C'è stata una fase di entusiasmo in cui i tour operator si sono lanciati sul mercato cinese e tutte le Regioni hanno aperto uno sportello a Pechino o Shanghai — continua l'autore — Poi, di fronte alle prime difficoltà organizzative hanno fatto marcia indietro, gli operatori hanno rinunciato e gli sportelli hanno chiuso".

Ora, per non rimanere indietro occorre un forte lavoro da parte di ambasciate e enti regionali per promuovere il Paese, ma anche potenziare i collegamenti aerei (la Francia, da questo punto di vista, è già molto più avanti di noi), e organizzare un'accoglienza attenta.

Secondo Dall'Ara, "Far trovare sempre dell'acqua calda in albergo, pronta per fare un tè, può davvero fare la differenza. Così come imparare a porgere il biglietto da visita con due mani e non con una, o avere la pazienza di leggere con calma i documenti ricevuti da un turista cinese e non archivarli frettolosamente".

Non c'è solo questo: quasi nessun aeroporto italiano ha cartelli in cinese, stessa cosa vale per i musei. Eppure ci vorrebbe poco ("Basti pensare a cosa si può fare con i QR Code", leggibili dal cellulare e che rimandano a siti web dedicati) per essere accoglienti.

Piccoli accorgimenti che dimostrano attenzione e rispetto per le usanze e la cultura asiatiche. E che possono convincere i turisti a tornare e, magari, a portarne in Italia di nuovi.

Matteo Acemè

© Riproduzione riservata

Tweet



Acquista:

[Abbonati a ITALIC](#) | [Compra un arretrato](#)

SCRIVI UN COMMENTO

Nome *

Email* (non sarà pubblicato)

Website

Messaggio

ITALIC News piace a 2,104 persone.



Rita Enrico Vivi Roberta Ruby

Gabriele Alessio Francesca Ri-generazio Valeria

Plug-In sociale di Facebook.

twitter

Bologna e il futuro, in un piano per riaffermare un modello d'eccellenza (e una città felice)
<http://t.co/59VEI4kk>
42 minutes ago

Milano nel segno dei makers. Un bilancio di fine Salone dal Wall Street Journal (via @italicnews) <http://t.co/recMjFBF> #design
3 hours ago

Per chi li inventa e chi li rompe: da oggi in edicola c'è ITALIC #11 con un dossier sui giochi. Questa la copertina <http://t.co/5buP2F0n>
23 hours ago

RT @EmmeBi: In edicola invece su @italicnews racconto come i social media possono essere una palla al piede per le aziende <http://t.co/J...>
1 day ago