



DA PECHINO CON AMORE



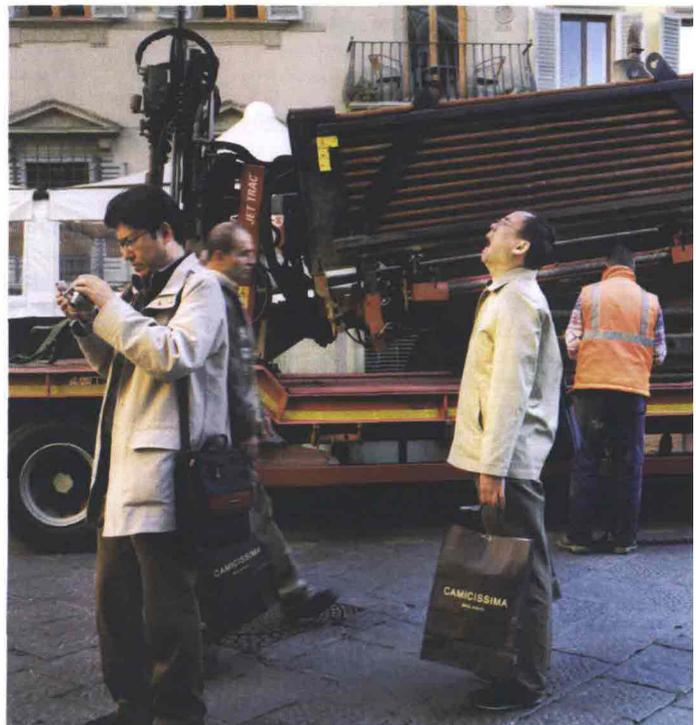
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

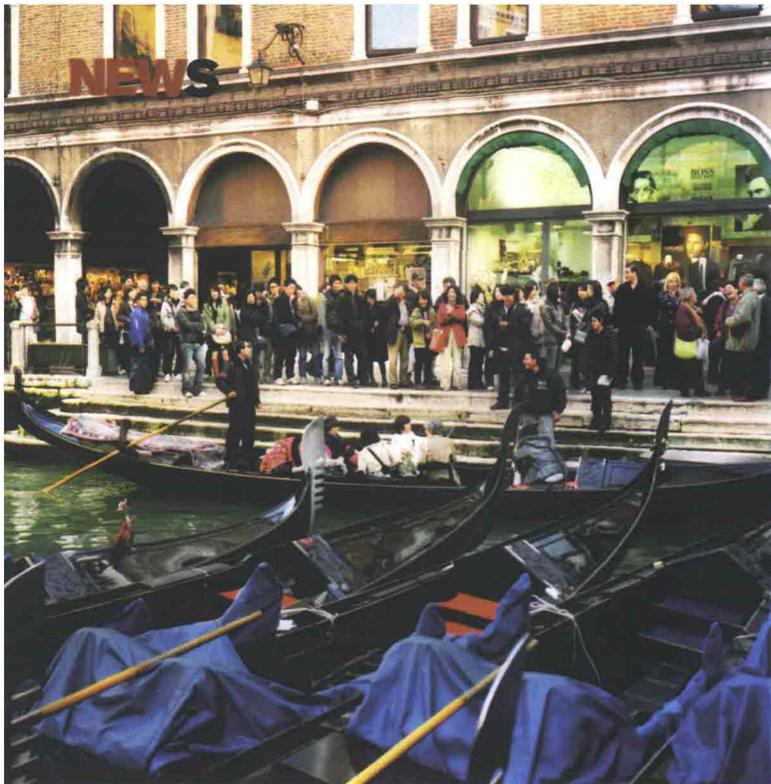


Turisti cinesi a Firenze, davanti al David di Michelangelo e nelle strade del centro (sotto). A sinistra, a Venezia, in posa dopo lo sbarco al Tronchetto.



I turisti cinesi in Italia sono già 800 mila all'anno, ma potrebbero diventare una valanga. Se imparassimo a conoscerli più da vicino e soprattutto a farci conoscere meglio da loro
di Raffaele Oriani
Foto di TerraProject





Ai forzati del tour veloce tutto compreso si sta sostituendo un'ondata di visitatori più esigenti e preparati. che scelgono l'Italia per lo shopping, ma anche per la bellezza



Nel 2020 i turisti cinesi in giro per il mondo saranno 100 milioni». Era il 1995 quando la World Tourism Organisation si lasciò contagiare dall'entusiasmo per l'impetuosa crescita economica della Cina e decise di lanciare questa previsione esagerata.

Allora sembrava una boutade: ancora nel 2000 i milioni erano appena dieci, nel 2008 poco più di trenta. In cinese Cina si dice "centro del mondo". I migranti cinesi sono ovunque, ma tradizionalmente il viaggio non gode di ottima reputazione tra i discendenti di Confucio: «Puoi passare mille anni sereni in casa tua, e incappare in un mare di guai appena varcata la soglia», diceva il saggio. Eppure, quando a fine 2012 ci si accorse che i turisti dalla Cina erano ormai 83 milioni, il target dei 100 milioni fu anticipato al 2015. Ora, in attesa degli ultimi consuntivi, pare proprio che la boutade del '95 peccasse di modestia: la fantasmagorica quota a tre cifre è già stata sfiorata con sette anni d'anticipo, a fine 2013.

Vanno dappertutto, e vengono anche in Italia: «Per i cinesi il viaggio in Europa fa "faccia", ovvero status», spiega l'esperto di marketing Giancarlo Dallara, autore di *Il mercato turistico cinese* (Franco Angeli, 2013). «E tra i paesi europei l'Italia fa simpatia per ragioni culturali, gastronomiche, architettoniche e anche psicologiche: a

differenza delle altre potenze occidentali, noi non li abbiamo mai colonizzati in quello che in Cina chiamano "il secolo delle umiliazioni"».

Tutto conta, quando in palio ci sono i viaggiatori più ricchi del pianeta: nel

2012 la spesa complessiva dei turisti cinesi all'estero ha raggiunto i 102 miliardi di dollari, superando di slancio il budget di americani e tedeschi. E siamo solo all'inizio: «Sono appena dieci anni che i cinesi hanno il permesso di viaggiare in Europa per piacere», precisa Dallara. Dieci anni di corsa talmente tumultuosa che i primi turisti sono già vecchi *connoisseur* e i pullman che fanno il tour di 8 paesi in 15 giorni convivono ormai con il ritmo lento di chi scopre la Marca trevigiana (+40 per cento gli arrivi nel 2012), le Cinque Terre o l'accoppiata meneghina pomeriggio a San Siro - serata alla Scala. Il turismo dei cinesi è appena nato, e ha già un paio di ere geologiche alle spalle: «Fino a pochi anni fa in dieci giorni di itinerario si mangiava venti volte in ristoranti cinesi, e se proponevi un bicchiere di vino i tuoi commensali ci spremevano dentro il limone», ricorda Cristina Girardi, appassionata sinologa che da quindici anni accompagna gruppi di funzionari e turisti. «Ora apprezzano la nostra cucina e prima di vuotare il calice lo fanno roteare come veri sommelier».

Sopra, turisti a Firenze. In alto a sinistra, all'imbarcadero delle gondole sul Canal Grande, a Venezia.

Ci sono ancora i forzati del tutto compreso, ma invece di divorare in un sol boccone Germania, Olanda, Francia, Svizzera, Austria e Italia, magari si accontentano di scendere da Parigi a Roma o di muoversi tra le Alpi svizzere e l'Appennino toscano: «Aumentano i turisti al secondo viaggio», dice l'imprenditrice Lin Jie, che con la sua agenzia di Pechino porta in Italia cinquemila business Vip all'anno. «Ormai il 50 per cento dei cinesi viene in Italia per visitare con calma le città d'arte, e solo il 25 per vedere in fretta il Colosseo, San Marco e la Torre di Pisa».

Quanto all'ultimo quarto del campione, si dedica alla "passione predominante" dello shopping, che in realtà accomuna un popolo intero: il Boston Consulting Group calcola che il turista cinese spenda in acquisti il 40 per cento del budget e l'operatore tax free Global Blue ha rilevato un aumento del 68 per cento dello shopping cinese in Italia nel solo 2012. Se continuano a essere pochi ne-

NEWS

gli hotel a cinque stelle, i turisti cinesi sono ormai ospiti fissi degli outlet della moda e delle boutique di Montenapoleone e via Condotti. Perché hanno i soldi e l'ottimismo per spenderli: «E si che sono convinti che i nababbi siamo noi», sorride Cristina Girardi. «Non hanno ancora capito di essere i nuovi ricchi del mondo».

Dopo averci vestiti, arredati e accessorizzati con il loro lavoro, le moltitudini dell'Impero di mezzo stanno quindi per rimpinguiarsi con i loro viaggi. Ma cosa apprezzano del nostro paese? «Il calcio, lo shopping, la Ferrari e il cibo», risponde sicura una tour operator toscana che ne accoglie 15mila all'anno. «L'architettura e la moda», aggiunge la collega cinese Lin Jie. «E non sottovaluterei il paesaggio», rilancia Girardi. «Nei miei tour li porto a Venezia, a Roma, a Firenze, ma è a Cortina o sul lago di Como che mi dicono: la prego, fermiamoci qui».

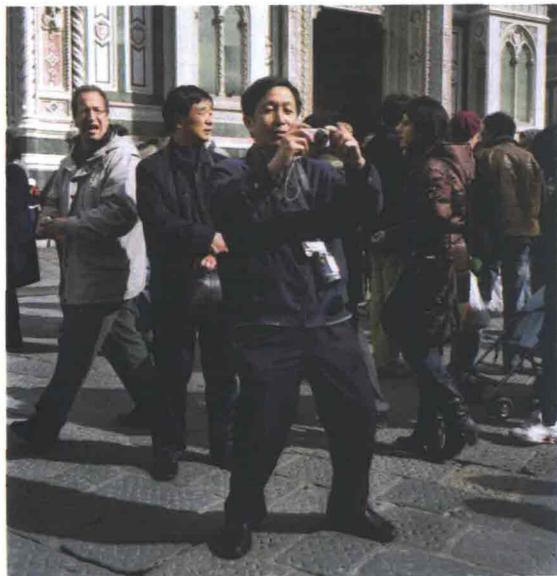
Di attrattive dobbiamo comunque averne molte, visto che l'Italia è la prima meta europea per pernottamenti, anche se solo settimana per arrivi (in sostanza meno turisti, che però si fermano di più). Per l'osservatorio sul lusso Hurun Report, siamo al sesto posto al mondo tra le mete preferite dai ricchi cinesi, mentre la bibbia del turismo online Tripadvisor ha rilevato che nel **Sotto, su un vaporetto nella laguna veneziana. A destra, in piazza del Duomo a Firenze.**

2013 Roma è stata la seconda città non asiatica più cliccata dagli aspiranti viaggiatori cinesi. «La consuetudine con l'Italia ha radici antiche», puntualizza Giancarlo Dallara. «In cinese Impero romano si dice "Grande Cina", quella romana è forse l'unica civiltà in cui accettino di specchiare la loro millenaria cultura». Dell'Italia piace la storia, la moda, la cucina. Eppure lo stesso Dallara calcola in non più di 800mila i «nostri» ingressi unici del 2013, contro il milione e mezzo dei francesi: «Non si capisce perché la loro destinazione numero uno in Europa debba essere Parigi e non Roma».

Non si capisce ma proviamo ad abbozzare qualche motivo: si va dalle regioni che si presentano in ordine sparso alle fiere d'Oriente, alla claudicante presenza del marchio Italia nei social network cinesi, alle chiusure serali dei nostri negozi che i cinesi subiscono come un affronto alla loro voglia di griffe. Tante piccole cose che impediscono di spalancare davvero il forziere del turismo più ricco del momento: «I miei clienti si lamentano di non vedere mai scritte in cinese, né in aeroporto, né in stazione, né in albergo», dice la tour operator toscana. «E poi sono abituati a bere acqua calda e tè: non sa quanto apprezzerebbero un bollitore in camera!». Piccole cose. Ma non è solo questo:

«Appena ci sediamo al ristorante mi chiedono la password», dice Cristina Girardi. «Sono tutti tecnologicamente agguerriti, non ne vogliono sapere di cenare senza collegarsi gratis con lo smartphone». Oltre le piccole cose, si intravede ahinoi uno sguardo affilato: «In assenza di wi-fi in albergo ho sentito commentare sottovoce "terzo mondo"», ammette Girardi. Fin quando resisterà il sogno chiamato Italia? «Non lo so, perché i vostri media comunicano una visione troppo negativa della Cina e dei cinesi», lamenta Lin Jie. «E questo si traduce spesso in mancanza di rispetto verso i nostri turisti».

Come diceva Dallara, per i cinesi è spesso questione di faccia, di status: non sono qui per farsi riprendere in malo modo se toccano la merce nei negozi, parlano a voce alta o hanno valige pesanti. Sono qui per smentire Confucio e varcare la soglia di casa. Sono 100 milioni oggi, per l'Accademia cinese del turismo saranno 200 già nel 2020: il mondo li aspetta a braccia aperte. Prima che vadano a sognare altrove, proviamo a schiuderle anche noi.



«Quando arriviamo in un ristorante e non funziona il collegamento wi-fi li sento a volte mormorare con disappunto: incredibile, è roba da terzo mondo...»

22 MARZO 2014