Bit 2014 - come cambia il turismo tedesco in Italia secondo Paolo Cini, buyer di Vamos Reisen

Uno zoccolo duro per il turismo incoming italiano è sempre stato il mercato tedesco, malgrado una certa stampa teutonica non sia mai stata tanto buona con noi (vedi la famosa copertina di Der Spiegel) . Un mercato che è sempre stato alla ricerca di sole e mare ma che ora sta cambiando: “il classico cliente tedesco amico dell’Italia sta cambiando ora va più in profondità e cerca qualità, sport, il turismo minore insomma” afferma Paolo Cini, buyer di Vamos Reisen, che aggiunge: “i nostri clienti sono in più di medio-alto livello e vedono l’Italia come destinazione culturale. Perciò sono molto critici”. Tra le mete più gettonate “Venezia è la numero uno, poi Roma e molto amate sono anche le città del Sud, come Palermo, Bari e Napoli: Ma noi puntiamo anche alle città minori, come Mantova, Ragusa-Ibla, Matera, Lecce… città dove si incontra veramente la qualità”. Per l’Expo Cini sottolinea la loro partnership in Germania con Slow Food, “anche se non abbiamo ancora itinerari prefissati”.