Forum Cina di Assoturismo-Confesercenti: in Italia serve un’offerta ad hoc

La Cina è al primo posto nel mondo per fussi turistici, con una crescita che nel 2014 ha ampiamente superato le due cifre (+ 13%) e una **spesa di 130 miliardi di dollari**. È quanto emerge dal Forum organizzato ieri a Roma da Assoturismo Confesercenti con la collaborazione di **Fondazione Italia-Cina, ItalyChinaTourism, IFCOT e SuperTO.**

Buone le performance dell’Italia, previste in ulteriore aumento in vista dell’Expo. Grazie all’esposizione universale, infatti, si prevede di raggiungere quota un milione di turisti. “Tra i Paesi dell’area Schengen - ha detto il **presidente di Assoturismo Confesercenti Claudio Albonetti** aprendo i lavori - l’**Italia è la destinazione più ambita dai turisti provenienti dalla Cina.** Il sistema turistico italiano deve lavorare per offrire ai visitatori cinesi la possibilità di vivere con sempre maggiori soddisfazione e serenità il loro soggiorno nel nostro Paese”. A proposito di offerte e proposte, Albonetti richiama anche l’attenzione sulla necessità di… pensare altro. A iniziare da mete diverse rispetto alle grandi città, in modo da **distribuire meglio il flusso su tutto il territorio**, se possibile partendo dall’eccellenza dei nostri prodotti enogastronomici e declinando il servizio in modo da rispondere meglio alle esigenze, che vanno dalla **possibilità di utilizzare in internet negli aeroporti e negli alberghi**, alla selezione dei negozi per lo shopping, a informazioni in lingua cinese. Il forum è stato anche l’occasione per la **presentazione ufficiale in Italia del progetto di certificazione QSC, ovvero l’unica certificazione cinese di qualità per l’accoglienza del turista cinese** riconosciuta dall’ente governativo **China National Tourism Administration** (CNTA). E proprio sul tema della qualità si è concentrato **Andrea Canapa della Fondazione Italia – Cina.** “L’accoglienza verso il turista cinese va sempre più **elevata in termini di qualità**, tenendo conto del suo profilo – ha aggiunto Andrea Canapa della Fondazione Italia-Cina - che è quello di un **visitatore con uno scontrino medio di 1041 euro**, quindi superiore a quello del turista statunitense, di 762 euro, e di quello russo, 641 euro”. Da considerare anche del livello medio di istruzione, in continua crescita: **il 39% dei turisti cinesi che raggiungono l’Italia sono laureati** la stragrande maggioranza ha una grandissima familiarità con la tecnologia. Non solo in Cina ci sono ormai oltre 600 milioni di utenti internet, ma ci sono 450 milioni di utenti mobile, 200 milioni di cinesi che usano WeChat e 20 miliardi di app scaricate nel solo 2013. E, più del 95% che vive in città sono registrati sui social media. **Operatori italiani, insomma, impegnatevi a tenere il**

passo.