Turisti cinesi: l’Italia è il viaggio della vita, ma attenzione a…

Cosa dicono i cinesi sull’Italia, come ne parlano e dove ne parlano, quale è il “sentiment” nei confronti del Belpaese sia da parte di coloro che l’hanno già visitato sia da parte dei potenziali turisti? A queste e a molte altre domande risponde **l’analisi di Reputation Manager**, leader in Italia nell’analisi della reputazione on line di aziende e figure di rilievo pubblico, con la sua partecipazione al **Welcome China Global Webinar**. L’indagine si è concentrata sulla **Web Opinion dei cinesi sul turismo in Italia**, passando in rassegna i principali canali del web in lingua cinese, con un focus particolare sull’ascolto del “web informale” (ovvero blog, forum, siti di recensioni e opinioni dei consumatori, etc servizi turistici ad hoc per i cinesi che desiderano visitare il nostro Paese.
I temi “ascoltati” e analizzati riguardano la personal experience (che costituisce il 30% del totale delle conversazioni monitorate), le destinazioni turistiche (19% delle conversazioni), l’organizzazione del viaggio (18% delle conversazioni), le attività turistiche (16%), l’immagine (12%) e il pricing (6%).
L’analisi delle discussioni relative alla personal experience, **rivelano un’opinione positiva sul turismo in Italia, sebbene non manchino rilevazioni di negatività**. Gli **utenti cinesi, 618 milioni secondo le ultime stime, riportano online che il viaggio in Italia sia per molti visitatori il “viaggio della vita”** che richiede un’organizzazione di molti mesi prima della partenza. Questa pianificazione passa anche per il web, e per le opinioni che i cinesi raccolgono prima di partire. Per quanto riguarda l’organizzazione del viaggio, le opinioni si dividono tra chi preferisce affidarsi alle agenzie di viaggio e aggregarsi ad un gruppo, per la fluidità del disbrigo delle pratiche burocratiche, e chi preferisce viaggiare in autonomia e occuparsi personalmente della gestione del viaggio.
Le attività turistiche più gettonate sono quelle culturali (46% delle rilevazioni), come le visite ai musei e ai monumenti, ma anche lo shopping (25%) e la gastronomia (17%) hanno una componente molto importante durante il viaggio in Italia. Meno gettonate invece, le attività a contatto con la natura (12%). Le mete più popolari sono le città d’arte, in particolare **Roma, la città più citata nel 18% delle conversazioni, seguita da Venezia (12% delle citazioni), Firenze, Milano e Napoli (8%).** Le città d’arte esercitano un certo fascino, perché considerate veri e propri musei all’aria aperta, ma è emerso un discreto interesse anche nei confronti delle piccole località turistiche.
In generale le conversazioni analizzate e valutate presentano il 44% di contenuti positivi, dovuto a

esperienze di viaggio piacevoli, il 40% di contenuti neutrali, determinato dalla presenza di materiale informativo sul Bel Paese, e il 16% di contenuti negativi.

“**Le criticità rilevate riguardano la scarsa disponibilità di mezzi di trasporto** per raggiungere le destinazioni lontane dai grandi centri urbani, e la scarsità di strutture ricettive in grado di soddisfare i requisiti di accoglienza dei visitatori cinesi ha dichiarato **Andrea Barchiesi**, Ceo di Reputation Manager. “**Una delle preoccupazioni maggiori dei visitatori cinesi in Italia è la sicurezza personale**: molti lamentano esperienze spiacevoli come furti e truffe ai loro danni, nonché differenze di trattamento dal punto di vista economico nelle località ad alta concentrazione di turisti.