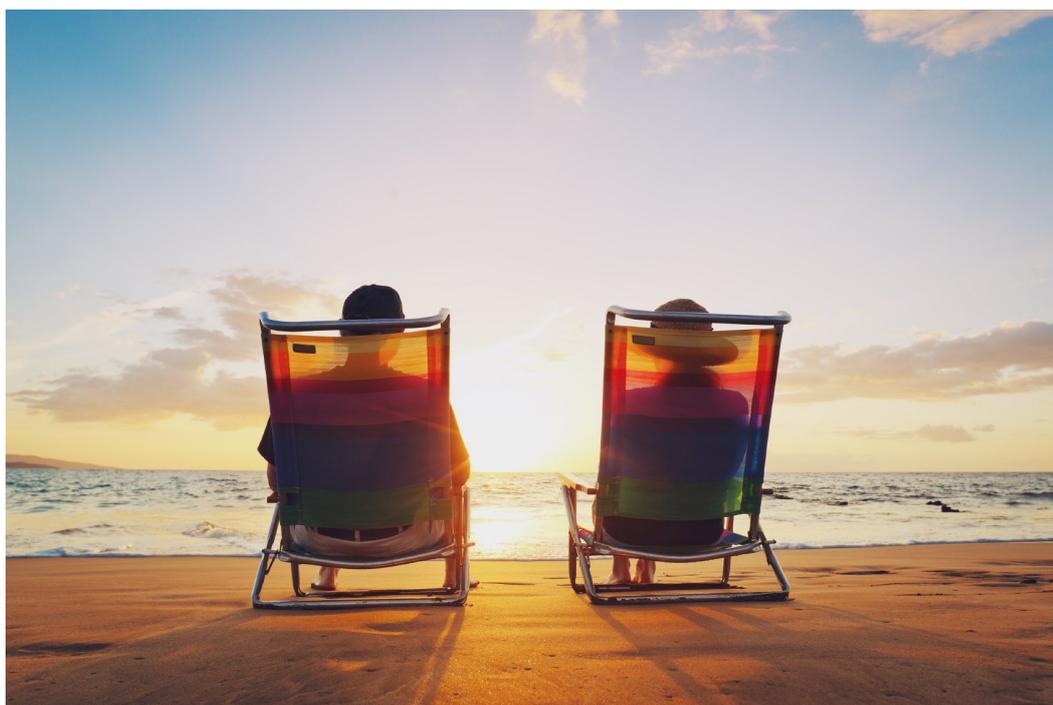


Il 2018 è l'Anno del turismo Europa-Cina: nuove sinergie puntano ad agevolare l'arrivo di turisti cinesi

Con l'inaugurazione dell'Anno del turismo Europa-Cina il Vecchio Continente ha deciso di puntare forte sui turisti cinesi.



Il turismo cinese al primo posto per spesa turistica

Ammonta a 1,4 miliardi di euro la spesa degli stranieri in Italia per lo shopping, pari al 4% del totale della spesa turistica nel nostro Paese. Il dato dell'ufficio studi e statistiche dell'Enit ha rivelato che la Cina è il primo mercato per spesa turistica con 228 miliardi di euro, in crescita del 4,7%. Si prevede che nel 2020 la Cina sarà il

Paese con maggiori partenze verso l'estero. Importante anche la prospettiva di spesa del mercato orientale, che nei primi dieci mesi del 2018 è stata di 2000 miliardi di yuan e crescerà in media del 6,6% all'anno fino al 2028. Nel quadro internazionale, **l'Italia ha buone aspettative** per questo target, essendo la prima destinazione in area Schengen. Per noi i cinesi rappresentano il 2,45% delle presenze straniere pari a soli 5 milioni: nulla a confronto di un mercato come la Germania da 60 milioni, tuttavia bisogna considerare la maturità e le possibilità future. L'ufficio ricerche dell'Enit mostra anche la stagionalità di questi turisti, abituati a viaggiare **soprattutto tra novembre e gennaio, e tra luglio e settembre**. Quindi, pur rappresentando una piccola parte dei turisti stranieri in Italia, i cinesi sono importanti sia per spesa che per traino della crescita. Rientrano, infatti, nella triade dei primi mercati in crescita negli arrivi aeroportuali nei primi 10 mesi del 2018, che vedono gli Stati Uniti al primo posto con un +13,2%, la Cina al secondo con un +2,6% e la Spagna al +2,2%.

Fonte: Ontit (dati pubblicati ad Ottobre 2018)

Cina

La Cina, primo Paese mondiale per spesa in turismo internazionale, si conferma come uno dei mercati più interessanti per l'Italia e con un grande potenziale di crescita. In termini di rotte, nel periodo tra gennaio e aprile 2018, i viaggi aerei dalla Cina verso l'Europa hanno messo a segno una crescita del +10,5%. Analizzando a consuntivo il traffico aereo verso l'Europa nell'intero 2017 si rileva un incremento del 10% così diviso per singoli Paesi: Italia +10%, Austria +7%, Germania +2%, Francia +3%, Olanda -1%, UK +6%, Danimarca stabile, Finlandia -3%. I collegamenti aerei Italia-Cina sono raddoppiati negli ultimi cinque anni, il più alto tasso di sviluppo in Europa.

Per il periodo estivo gli arrivi negli aeroporti italiani dal continente asiatico registrano un lieve incremento rispetto al

medesimo periodo dello scorso anno. Sempre in termini di traffico aeroportuale, si stima che il 2018 chiuderà con un +2%. In termini di flussi, con 5 milioni di presenze la Cina è il nostro 11esimo bacino di origine con un incremento del 12,4% sul 2016. Lazio, Veneto e Toscana sono le Regioni che producono maggiori presenze di turisti cinesi (63,5% del totale). Lazio e Veneto sono anche le principali destinazioni per spesa, precedute dalla Lombardia. La spesa totale è di 480 milioni di euro. Il trend mensile della spesa è molto altalenante e vede i maggiori picchi a settembre (53 milioni di euro) e a fine anno (Novembre 48 milioni di euro, Dicembre 49 milioni).

Il grande business (ancora acerbo) dei turisti cinesi in Italia

I cinesi amano il Bel Paese e spendono qua più che nel resto d'Europa però ci sono diverse problematiche da affrontare riguardo la promozione del turismo in Cina come la barriera linguistica, l'insufficienza dei collegamenti aerei diretti, la scarsa consapevolezza delle esigenze dei turisti cinesi medi, le infrastrutture obsolete, la microcriminalità ed i mezzi di trasporti pubblici insufficienti che possono costituire dei punti di debolezza. Per non parlare delle nuove abitudini, come ad esempio i metodi di pagamento tramite lo smartphone. Per tanto bisogna individuare un piano di miglioramento. Il mercato del turismo cinese si trova ancora in fase iniziale. Risulta necessario quindi richiamare l'attenzione degli operatori turistici italiani sulle potenzialità di sviluppo del turismo cinese nei prossimi anni.

Per agevolare i turisti cinesi la Commissione Europea e la European Travel Commission hanno sviluppato "Welcome Chinese" una piattaforma condivisa dove gli operatori di settore si possono promuovere e ricevere una certificazione ufficiale emessa dalla China Tourism Academy, riconosciuta dal Governo cinese. Uno strumento sicuramente interessante che potrà rivelarsi utile solo alle aziende che sapranno promuoversi nel

modo corretto. Se fino a qualche anno fa i turisti cinesi si muovevano per lo più attraverso tour operator, adesso viaggiano in maniera autonoma. Pianificano la propria vacanza attraverso travel app che forniscono servizi per informarsi, leggere recensioni, comparare prezzi e gestire prenotazioni.