

23 gennaio 2018 20:23

Italia-Cina, Palumbo (Mibact): turismo cinese si attrae con una rivoluzione digitale e con il cibo



Per conquistare il mercato turistico cinese – parliamo di 129 milioni di viaggiatori nel mondo, 12 in Europa e 1.5 in Italia e quindi una sfida che non è possibile perdere né a livello europeo né italiano – ci vuole una vera e propria “rivoluzione”.

Le idee per realizzarla questa sono stata presentata da **Francesco Palumbo**, Direttore Generale Turismo del MiBACT, nel corso dell’inaugurazione del 2018 Anno del Turismo Europa-Cina a Venezia. La forte crescita di presenze cinesi nel Belpaese fa ben sperare per il turismo italiano e le prospettive future sono ancora più rosee (è prevista infatti una crescita media del 3% a livello mondiale).

“Il digitale – ha sottolineato Palumbo – non è solo avere il wi-fi nelle città e negli hotel, significa organizzare l’offerta per il digitale non solo per il computer ma per i device telefonici prima, dopo e durante il viaggio. Va ripensata non solo la promozione in Cina ma anche organizzata meglio la gestione dell’offerta. Non si possono infatti fornire solo contenuti tradizionali ma bisogna saper sviluppare gli spunti che arrivano dai turisti, secondo una dinamica molto più relazionale e molto più di scambio. Abbiamo molto da lavorare e lo faremo, sicuramente in collaborazione con le regioni e con gli operatori del privato, perché il turismo è un settore dove la materia prima è pubblica – monumenti, paesaggio e coste – ma il servizio lo sviluppano i privati. E’, forse, l’unico settore dell’economia dove la collaborazione pubblico-privato è fondamentale”.

“Pensiamo – ha proseguito – anche al fatto che i cinesi pagano solo con il digitale. Noi in Italia ancora discutiamo su carta di credito sì, carta di credito no e loro già pagano tutto col cellulare. Considerando che molti vengono da noi anche per lo shopping, è assolutamente fondamentale. Il pubblico cinese è costituito molto da giovani che hanno un’idea di viaggio diversa da quella tradizionale; che pagano viaggi anche ai familiari più anziani, che sono molto più attenti alle esperienze turistiche e vogliono capire come si vive in Italia, non solo vedere i nostri monumenti”.

E nell’anno dedicato al cibo italiano Palumbo ricorda che: “la cucina cinese è molto più vicina alla nostra di quanto si possa credere. Non per niente sono due tra le cucine più importanti del mondo. La mia sensazione – conclude – è che finora noi abbiamo solo sfiorato il mondo cinese ma invece è un pubblico che nei prossimi 4-5 anni aumenterà moltissimo. Quindi è importante prepararsi bene, probabilmente anche con una parte del Piano Strategico esclusivamente dedicata a questo”.

Articoli correlati:

[Italia-Cina: accordo di cooperazione sul turismo](#)

[Ue-Cina, il Piemonte partecipa ai programmi congiunti di promozione turistica](#)

[Cina, Ambasciata d’Italia a Pechino organizza concorso fotografico sui Borghi](#)

[Venezia, il 19 gennaio parte l’Anno Europeo del Turismo Europa-Cina](#)

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it