

ISTITUTO ITALO CINESE

ASSOEDILIZIA

ASSOCIAZIONE AMICI GRANDI ALBERGHI

Dichiarazione del presidente dell'Istituto Italo Cinese, di Assoedilizia, e dell'Associazione Amici Grandi Alberghi-Aiaga Achille Colombo Clerici in visita al padiglione cinese alla BIT Borsa internazionale del Turismo di Milano.

TURISMO CINESE: 200 MILIONI DI POTENZIALI TURISTI

Progetto per mercato cinese, allo studio dell' ISTITUTO ITALO CINESE, punto di partenza per una nuova politica economica del turismo italiano.

«Il turismo in Italia - secondo Achille Colombo Clerici, presidente dell'Istituto Italo Cinese, di Assoedilizia, dell'Associazione nazionale Amici dei Grandi Alberghi AIAGA - contribuisce in misura rilevante alla ripresa del Paese, anche se ancora non si riesce a utilizzare al meglio questa importante risorsa nazionale.

Occorre un progetto di politica economica mirato, che permetta al turismo italiano di invertire la tendenza in atto da decenni che ha portato il settore dal primo posto al mondo di vent'anni fa all'attuale quinto posto, pure a sua volta insidiato.

L'industria turistica, in altri termini l'organizzazione e l'offerta turistica, in Italia e' troppo affidata "al fai da te", alla organizzazione di tipo familiare, per poter competere con quella di altri Paesi, agguerriti, viceversa, in termini di "politica" turistica.

L'Istituto Italo Cinese si sta impegnando perchè, a cominciare dal turismo da e verso la Cina, ci sia un vero cambio di ottica e di prospettive di questo settore economico, ormai vitale per l'Italia ed ha allo studio una serie di misure generali necessarie alla promozione del suo sviluppo. »

Queste le considerazioni fatte in occasione Bit BuyItaly di Fiera Milano dedicato ad oltre 500 buyers di 50 Paesi, tra cui la Cina.

Nel 2010 i turisti cinesi all'estero sono stati 54 milioni, per un giro di affari di 40 miliardi di euro e si stima che nel 2015 potrebbero diventare 130 milioni, con un giro d'affari di 110 miliardi di euro.

La nostra quota su questi flussi nel 2010 è stata minima, certamente non all'altezza della reputazione turistica del nostro Paese: circa un milione di turisti, addirittura in diminuzione (-12%) rispetto al 2009, a favore di Francia e Germania.

I cinesi, arrivano agli aeroporti di Francoforte, Parigi e Londra, non direttamente a Milano e Roma.

Il mercato potenziale è enorme. In Cina ci sono 800.000 milionari ma circa 200 milioni sono quelli che viaggiano o hanno in programma viaggi all'estero.

Si tratta di 30-45enni, laureati, residenti nelle grandi metropoli, concentrato di quel ceto mercantile con potere di acquisto «occidentale».

Chiedono strutture accoglienti che l'Italia quasi mai offre. Eppure i turisti cinesi nel Belpaese sono ormai secondi assoluti, dietro ai russi ma davanti ad americani e giapponesi, per spesa totale tra i viaggiatori extraeuropei.

Molto interessati da borse, scarpe, gioielli, che nei negozi di Pechino e Shanghai costano molto di più, quando vengono a Milano comprano, come i giapponesi 10 anni fa. Cosa fare concretamente per favorirne l'afflusso?

Aumentare i voli diretti Milano-Pechino (22 tratte, sono ancora poche), accelerare nei Consolati italiani in Cina le pratiche per i visti (i turisti vengono talvolta trattati come potenziali clandestini) e attrezzare i nostri alberghi per una clientela cinese (non ci sono opuscoli né guide né tv né reception in lingua mandarina, non ci sono piatti cinesi nei menu internazionali, a differenza di Parigi, Londra, Berlino).