

Turisti sulla via della Seta

IRSE - LA NOSTRA REGIONE POTREBBE ATTRARRE UN NUOVO AMPIO MERCATO. PERÒ, SERVE TANTA FORMAZIONE E AZIONI DI MARKETING CONGIUNTO CON PRODOTTI FRIULANI PRESENTI NEL LORO MERCATO



Il tema delle nuove strategie del turismo regionale è stato affrontato anche dall'Istituto regionale di studi europei (Irse) di Pordenone, che si è interrogato su come intercettare al meglio i flussi del turismo cinese in Friuli-Venezia Giulia, diventato un punto focale della Via della Seta 4.0.

“Il Friuli-Venezia Giulia può fare la parte del leone - spiega **Giovanna Tosetto**, guida turistica locale ed esperta italiana di Cotri Italia (Istituto cinese di ricerca sul turismo) - perché la nostra regione rispecchia appieno le aspettative del mercato turistico cinese di qualità, orientato al trend *food & wine*, in costante crescita. Naturalmente si tratta di cogliere i flussi delle nuove tendenze, quelle non di massa ma del viaggio *tailored*, organizzato su misura, con numeri contenuti e qualità nella ricerca dell'esperienza di viaggio. Proprio in questa chiave il Friuli-Venezia Giulia può posizionarsi al top. Ma ci sono alcuni passi da compiere: innanzitutto attrezzarsi con *training* e adeguata formazione

nell'accoglienza del turista cinese. Poi bisogna fare squadra: il marketing andrà legato a prodotti dell'enogastronomia già presenti sul mercato cinese. Il vino friulano presente sulle tavole cinesi, per esempio, dovrebbe veicolare la proposta di fare le proprie vacanze in una regione italiana meno conosciuta rispetto ad altre. Il Friuli-Venezia Giulia può essere vincente anche a livello di *millennials*: perchè Udine conta su moltissimi studenti cinesi che potrebbero diventare veri ambasciatori del nostro territorio attraverso i social e le nuove tecnologie dilaganti in Cina. Infine - conclude Tosetto - segnalano la ridotta presenza di siti regionali tradotti in lingua cinese, un gap da colmare quanto prima; e il ridotto utilizzo di social largamente utilizzati in Cina come wechat, che funge anche da strumento per le transazioni. Ma ci sono punti a favore per la nostra regione: PromoturismoPvg ha già realizzato a fine 2017 la formazione e il *training* utile a certificare oltre 30 operatori Cotri, l'Istituto

tedesco di ricerca e formazione di nuovi trend sul mercato cinese. E una chicca: abbiamo due sommelier cinesi operativi nell'area dei Colli orientali, un'ottima premessa per il passaparola sulla qualità dei nostri vini”.

VIAGGIATORI DI LUSO

Il turismo è una delle voci principali del settore del lusso in Cina. L'Europa pare essere la destinazione da sogno nei prossimi tre anni per il 47% dei ricchi cinesi. Come confermato da un recente rapporto, vi è la costante ascesa di un nuovo soggetto di viaggiatori di lusso, ovvero i giovani fra i 18 e i 36 anni. Secondo i dati della *World Tourism Organization*, i turisti cinesi sono di gran lunga i primi al mondo per acquisti all'estero con 292 miliardi di dollari, seguiti dagli statunitensi fermi a 112 miliardi di dollari. Dati confermati anche in riferimento al caso italiano, dove i cinesi costituiscono da soli un terzo degli acquisti *tax free*.