



Sei un attento viaggiatore? Allora ti suggeriamo di visitare il mercato turistico cinese. È un mercato enorme e in crescita, con un potenziale enorme. Scopri di più su [www.21cn.com](#)

Le tue prenotazioni
Il tuo "pass" per il mercato cinese è il tuo passaporto. Assicurati di averlo valido e di averlo con te quando viaggi. Inoltre, ti suggeriamo di prenotare i tuoi voli e i tuoi alloggi in anticipo, per evitare problemi di disponibilità.

Quando viaggia?
Il periodo migliore per visitare il mercato cinese è durante la primavera o l'autunno, quando il clima è piacevole e ci sono molte attività da fare. Inoltre, ti suggeriamo di evitare i periodi di festa, per evitare problemi di sicurezza.



I nuovi turisti cinesi (2)
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Quando viaggia?
Il periodo migliore per visitare il mercato cinese è durante la primavera o l'autunno, quando il clima è piacevole e ci sono molte attività da fare. Inoltre, ti suggeriamo di evitare i periodi di festa, per evitare problemi di sicurezza.

Dove vorrai?
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Come ti organizzerai?
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Assicurazione sanitaria e viaggiatori di "alto livello"
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

È in Italia?
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Per chi non viaggia?
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Integrazione per attività e turismo
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Alloggio e cibo
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Il tuo passaporto
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Consigli per il viaggio
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Alloggio e cibo
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Il tuo passaporto
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.

Il tuo passaporto
Il mercato turistico cinese è in crescita e ci sono molti nuovi turisti che visitano l'Italia. Ti suggeriamo di essere aperti e accoglienti verso questi nuovi visitatori, per farli sentire a casa e per aiutarli a scoprire il nostro paese.



Il mercato turistico cinese

I nuovi turisti cinesi: chi sono, cosa desiderano
e come entrare in relazione con loro



Bologna 14 dicembre 2012

Cina: il primo paese «esportatore» di turisti al mondo!

- 80 milioni i cinesi andati all'estero nel 2012
 - E una coda di 150 milioni in attesa
 - (erano 10 milioni nel 2000)
- ca. 1 milione in Italia (250 mila visti)
- La Cina non è la soluzione dei nostri problemi ma può darci una mano

La prima generazione: I turisti “Torre Eiffel & Gondola”

- si fermano pochissimi giorni,
- viaggiano in gruppo,
- amano i tour tradizionali (“molti paesi pochi giorni”),
 - i must, i luoghi status symbol,
 - i souvenir, lo shopping dei marchi famosi,
- Preferiscono l’architettura moderna a quella antica,
- All’estero per la prima volta,
- si aspettano gli standard internazionali,



«Essendo un esordiente dei viaggi, da poco affrancato dalla povertà, bada al sodo, segue sogni stereotipati e pretende di collezionare il massimo dei luoghi, nel minimo del tempo»



I nuovi turisti cinesi



I "nuovi" turisti sono un mercato molto diversificato.
Ai due estremi:

1. Adulti e Senior

+ esperti, + ricchi

+ curiosi e ottimisti

+ individuali/piccoli gruppi

se sono single o coppie con un solo figlio, il massimo dell'avventura è un giro "fai-da-te",

2. Giovani

relativamente «a-cinesizzati»

Interessati ai divertimenti e allo shopping,

+ connessi e informati, «nativi digitali»/very social,

Amano le recensioni visitano portali come TripAdvisor nella "versione" cinese

I nuovi turisti cinesi (2)

- interessati ad andare ovunque,
- guidati dalle reti amicali, dai Social Network, e dal passaparola,
- mono-destinazione,
- possono andare in montagna a sciare, o in crociera, o viaggi musicali,
 - Presto scoppieranno le micro-nicchie.
- Amano l'Europa ma raramente la descrivono come davvero accogliente



**Aumentano anche i viaggiatori di "alto livello",
che viaggiano in prima classe,
portandosi la servitù al seguito,
e scegliendo una proposta a cinque stelle.**



Quando viaggiano?

Capodanno

Il capodanno cinese può cadere tra il 21 gennaio e il 21 febbraio, ed è prevista una settimana di ferie (Golden Week).

Festa dei defunti (Qing Ming)

Il 5 aprile è l'occasione per ricordare i defunti (3 gg).

Primo Maggio

E' la festa del lavoro, e tutti vanno in ferie (3gg).

Festa delle Barche Drago (Duanwujie) La festa cade tra il 28 maggio e il 28 giugno, e segna l'inizio dell'estate. La festa si celebra con gare di battelli sui fiumi (3gg).

Festa di mezz'autunno, festa della luna

Cade tra il 15 settembre ed il 15 ottobre. Dopo cena si va all'aperto a vedere la luna (3gg).

1 ottobre, Festa nazionale

si celebra la fondazione della repubblica popolare cinese (1 ottobre 1949) con una Golden Week.

Dove vanno?

- per lo shopping di lusso vanno a
 - Hong Kong, New York, Parigi...,
- Per le bellezze naturali
 - Australia, ...
- Itinerari legati al vino
 - In Francia,...
- Il «nuovo» Grand Tour in Europa
 - Cambridge, Treviri, Lucerna e il monte Titlis, Parigi, Verona...

Cosa si aspettano?

- proposte e viaggi in un solo paese (o in pochi)
 - + su misura,
 - e meno stressanti,
- Cultura e modernità,
- Shopping («lo sport nazionale», «mai a mani vuote!»)
- Articoli di lusso e firmati, borse, scarpe, abbigliamento, orologi, cosmetici, bigiotteria ...
 - souvenir, t-shirt/calcio, caffè, vino, cioccolato, OUTLET.
- Ma non si **aspettano che siamo cinesi!**

E in Italia?

- Milano, Verona, Roma, Firenze...
- Ma anche Pisa, Amalfi, in Piemonte...
- Ma sono ancora pochi!



Perchè non vengono?

- Il problema dei Visti
- Promozione episodica e generica
 - senza visione, né coordinamento, né web...
- Le solite cose..., poco marketing relazionale (Guanxi)
- Prodotti stanchi
 - Vecchi, ripetitivi, da posizione di rendita
- Hotel che non si "impegnano", non si adattano
- Niente filiera accogliente
- Poche Competenze
- Ma siamo ancora in tempo!

Il fascino dell'Italia

"I consumatori cinesi, ci riconoscono già come un'icona di stile"



Country Brand Index 2012-2013

Condizioni per farli venire

- Non sbarcare in Cina
- Marketing relazionale
- Azioni coordinate e strategiche
- Prodotti nuovi e mirati
 - Mare, Qualità del Paesaggio, Gastronomia, Benessere, Nicchie..., viste a siti Unesco, Lusso, Wedding, Moda, Golf Tour...,
- Accoglienza e mktg dell'accoglienza
- Web 2.0

Accoglienza: un problema culturale (fatto di attenzioni)

- Aeroporto
 - dalla segnaletica, al ritiro bagagli meno lento
- IAT
 - materiali in lingua, informazioni pratiche, luoghi per lo shopping
- Hotel
 - attenzione all'arrivo (numeri camere....), Hall grandi o «friendly», servizi cortesia in camera, bollitore, giornali,
- Ristorante
 - segnaletica interna, attenzione al menù

Alloggio preferito

- Si aspettano hotel moderni di tipo internazionale,
- alberghi a quattro stelle, lusso, ma anche tre,
- Si sta, lentamente, diffondendo il desiderio di affittare residenze all'estero per alcuni periodi dell'anno, soprattutto strutture immerse nella natura con caratteristiche architettoniche particolari.
- La Spagna....

Apprezzano

- uso gratuito internet,
- termos di acqua calda a disposizione,
- canali televisivi cinesi, pay tv,
- camere per fumatori,
- "Dolce e salato" nella piccola colazione,.....



Relazioni

- Rivolgersi al più alto in grado
- Non interrompere
- Non autoflagellarsi
- Doni: Regalo leggero intenzione pesante
- Biglietto da visita

La rivoluzione di internet (1)

1. SN occidentali (come FB, Twitter), vietati o ostacolati, ma (...),
2. la blogosfera: ci sono più blogger in Cina che negli USA e in EU messi assieme,
3. il forte coinvolgimento degli utenti,
4. il grande peso del mobile: il 69% si connette a internet via mobile,

La rivoluzione di internet (2)

oltre 500 milioni di utilizzatori
un numero superiore all'intera popolazione
europea



(credits: Josh Ong)

Un percorso di navigazione online

La ricerca prevalente per una destinazione europea comincia su Baidu, il principale motore di ricerca cinese. Quello che accade dopo però dipende da quale tipo di turista ci troviamo di fronte, cioè da quali sono le sue esperienze, le sue motivazioni e ovviamente da quale è il suo budget. Potrà visitare operatori online come Ctrip, il numero 1 del turismo organizzato online, o andare su Qunar, leader tra i travel search engine. Se è giovane e “nativo digitale” visiterà più di un Blog (in Cina sono molto più importanti che da noi, sia numericamente che come capacità di coinvolgere e “influenzare”), ci sono blog dedicati ai viaggi o a singoli aspetti del viaggio (ad esempio la gastronomia) o su modi di viaggiare (ad esempio “on the road”). Ma oltre ai blog “girerà” in più di un Social Network scaricando video, partecipando a qualche gioco o simulazione di viaggio, e leggendo recensioni e consigli. Soprattutto consigli su cosa fare, cosa comperare, quando farlo, dove...E ovviamente scaricherà qualche applicazione perché, non l’ho ancora detto, ma tutto questo avverrà in gran parte via mobile, non con un pc.

[\(http://www.fabriziotodisco.com/la-cina-si-avvicina-sei-pronto-a-promuovere-il-tuo-hotel/\)](http://www.fabriziotodisco.com/la-cina-si-avvicina-sei-pronto-a-promuovere-il-tuo-hotel/)

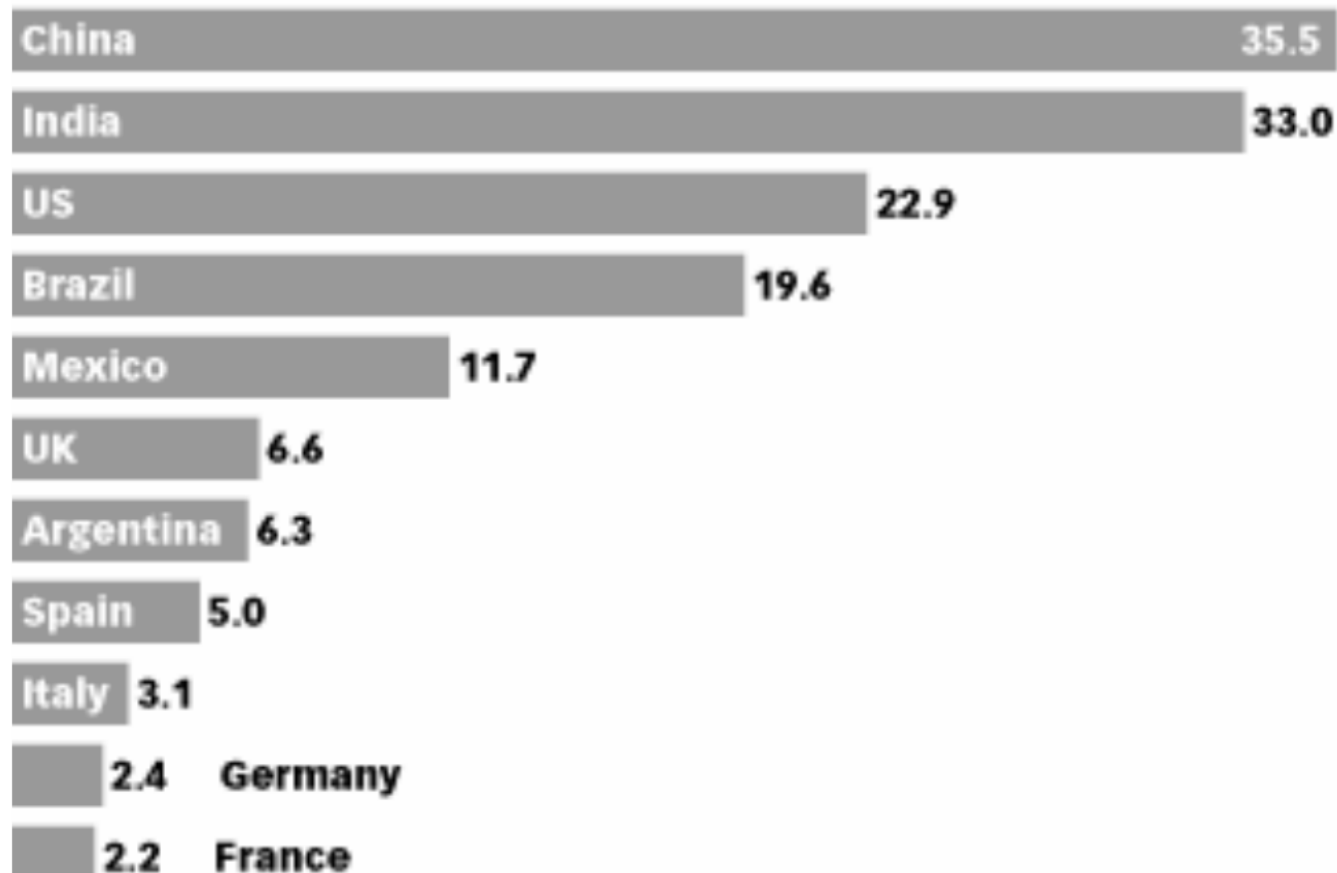


Quasi un quarto degli smartphone di tutto il mondo è in Cina!

immagine Mobilemarketingwatch

Active* Twitter Users in Select Countries, Q2 2012

millions



Note: in the past month; *used or contributed to the platform at least once a month using any device

Source: GlobalWebIndex, "Social Platform Adoption Trends 2012," Sep 11, 2012

Weibo Users

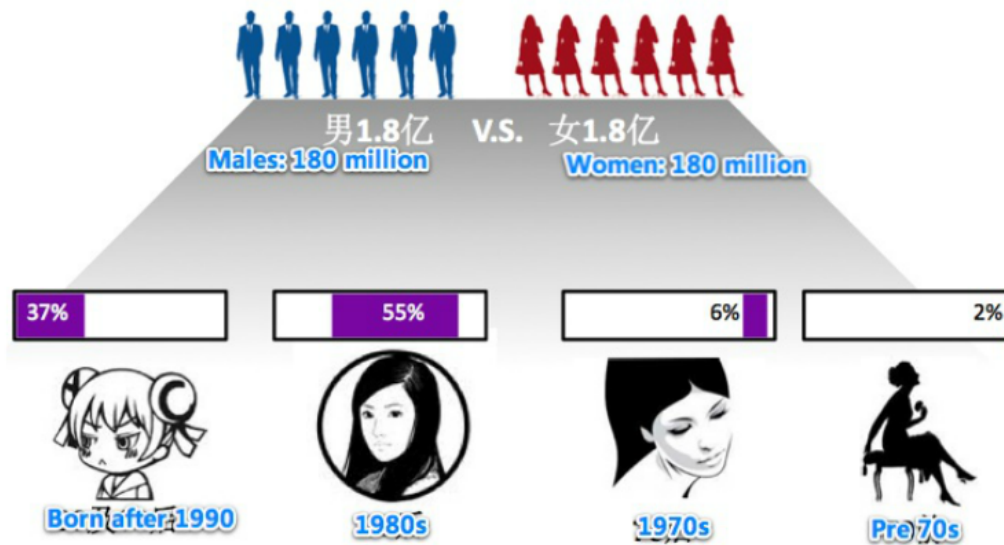


immagine: TechnAsia

Se volete saperne di più continuate a seguirmi qui:
<http://turismocinese.blogspot.it/>

Oppure qui:
<http://www.marketing-turistico.com/>



@GDallAra