

La Toscana vuol farsi conoscere in Cina: coinvolti in 688 tra strutture e chi vende servizi

FIRENZE\ aise\ - Primi contatti tra tour operator cinesi e operatori turistici italiani, mentre la Toscana si racconta sulla televisione di Stato del grande paese orientale e sui social. Il progetto "Smart China" di Toscana Promozione Turistica, agenzia della Regione, entra nel vivo dopo la fase di avvio messa in piedi tra il 2019 e il 2020. L'obiettivo è doppio: far conoscere la Toscana – tutta la Toscana, con le sue tante destinazioni possibili e i moltissimi prodotti turistici – al grande pubblico cinese e rendere facili le prenotazioni. Sono state 480 le strutture ricettive mappate tra il 2019 e il 2020 – alberghi, relais, resort ed agriturismi -, 90 le società di servizi e 118 altri soggetti tra tour operator e chi si occupa, commercialmente o senza scopo di lucro, pubblico e privato, della promozione coordinata e dell'organizzazione di servizi turistici per una determinata, anche piccola e circoscritta, destinazione. Tutti hanno manifestato interesse per l'enorme mercato cinese. E a febbraio sono partite le tre attività di promozione. Sulla tv di stato CCTV andrà in onda un documentario in otto puntate dedicato alla Toscana. Si tratta – spiega la Regione – di una coproduzione italo-cinese ed aiutare a far conoscere la cultura, la storia, il paesaggio e il patrimonio diffuso della regione, ma anche le attività che vi si possono fare, dallo sport alla cultura, dagli eventi che animano i borghi e le città allo shopping delle grandi firme o l'artigianato di qualità. Il documentario sarà trasmesso in chiaro, ma disponibile anche sui social e sulle pagine web dell'emittente. Su Wechat, app per messaggiare molto diffusa in Cina e tra i cinesi di tutto il mondo, trenta operatori toscani che hanno risposto alla chiamata presenteranno le loro proposte di viaggio attraverso l'account ufficiale di Toscana Promozione Turistica. Sono un centinaio di proposte, divise in quattro sezioni. L'agenzia regionale aveva invitato tutti i 118 operatori mappati ad inviare le proprie idee. Tutti i tour operator toscani e chi si occupa di promuovere e organizzare servizi turistici per un territorio, le 90 società di servizi e le 480 strutture ricettive che si erano dimostrate interessate nella fase di avvio del progetto sono state inoltre messe in contatto con il gigante dell'e-commerce turistico Ctrip Group, primo portale cinese per le prenotazioni vacanziera che conta circa 300 milioni di utenti registrati, e su quella piattaforma potranno far conoscere le loro proposte. Al riguardo, attraverso l'account ufficiale di Toscana Promozione Turistica su Wechat, è partita anche una campagna di promozione specifica. L'agenzia regionale sbarca inoltre anche su Weibo, una sorta di Twitter cinese, continuerà ad organizzare seminari web dedicati (il primo l'8 marzo), workshop e incontri tra operatori. Non mancheranno le partecipazioni alle fiere, anche online. A fine anno inoltre è atteso un evento ufficiale di presentazione della destinazione Toscana sul mercato cinese. "Smart China è un progetto ambizioso in cui crediamo convintamente e che mano a mano si sta articolando sempre di più", commenta Leonardo Marras, assessore regionale al turismo. "L'obiettivo è essere presenti e ben riconoscibili all'interno del mercato cinese che è uno dei più rilevanti per il nostro turismo e che sarà anche uno dei primi a ripartire a livello internazionale come mostrano i dati della timida ripresa, per il momento, interna al Paese". "Rilevo con piacere la partecipazione, considerevole, - aggiunge - degli operatori che hanno accolto la nostra offerta di collaborazione: insieme ricostruiremo l'immagine forte e attrattiva della Toscana nel mondo". "Si tratta di un progetto che è partito in un momento particolare per tutto il turismo internazionale - dichiara Francesco Palumbo, direttore di Toscana Promozione Turistica - ma che ci vede sempre più forti e convinti nel contatto e dialogo con uno dei mercati da considerarsi strategici, quale quello cinese, perché la Cina rappresenta sempre di più un modello futuristico, non solo per il turismo, ma anche per le tante imprese toscane che operano nel settore delle eccellenze. La risposta che abbiamo avuto dai nostri imprenditori e dal mondo degli operatori conferma che abbiamo imboccato la giusta direzione che ci auguriamo proficua". (aise)