

L'intervento

MA LA CINA NON È VICINA

di ETTORE ZAMPICCOLI

Siamo in un'estate turisticamente difficile per un'ampia serie di ragioni.

CONTINUA A PAGINA 8

Dalla prima

Ma la Cina

Calano gli italiani, diminuisce la redditività, in autunno qualche hotel rischia di non poter pagare i mutui e l'elenco di problemi potrebbe continuare. Così uno si aspetta qualche momento di riflessione utile e qualche iniziativa straordinaria per fermare la crisi. E invece — toh! — guarda cosa salta fuori: venerdì prossimo il Mart (sì, proprio il Mart) invita gli albergatori trentini a un incontro dal titolo «Il turismo cinese in Italia».

«In un territorio come il Trentino — si scrive nell'invito — meta di viaggi ed escursioni, diventa strategico incontrare nuovi visitatori, comprenderne gusti e interessi, migliorare l'accoglienza». A leggere l'intero comunicato sembra che già ad Ala ci siano migliaia di cinesi che premono per conoscere il Trentino.

Quando si parla di Cina la propaganda italo-cinese è potente e fa prefigurare chissà quali flussi, dando così il pretesto a decine e decine di carovane istituzionali italiane (Regioni, Comuni, Apt) per recarsi in Cina alla ricerca di nuovi mercati, con buona pace delle varie Corti dei conti. Alzi la mano chi non è mai andato in Cina. Anche la Trentino Spa a suo tempo aveva compiuto il suo bel giro con risultati praticamente pari a zero; Antonio Marroni, allora presidente nazionale dell'Associazione dei direttori d'albergo, commentando tale trasferta, aveva stigmatizzato «l'illusione cinese di Trentino Spa».

Per stare con i piedi per terra ed evitare appunto illusioni, vale la pena scorrere velocemente il Report 2013 sulla Cina, pubblicato sul sito di Trademark Italia. I tour operator cinesi, tutti rigorosamente di Stato, nel 2013 trasporteranno in Italia seimila gruppi di turisti a 15 euro netti a notte. Le mete le scelgono i tour operator e il cliente non ha alcuna autonomia o libertà di scelta. Sono quasi trecentomila viag-

giatori, i quali arrivano dalla Cina con la valigie spesso gonfie di cibo che poi rigenerano in albergo. Secondo l'Istat gli arrivi ufficiali in Italia sarebbero 1,2 milioni ma, tenendo conto che mediamente fanno tappa in quattro città ed essendo registrati in ogni città, si riducono a circa 300 mila. Un po' pochini. Il dato è confermato anche da diversi Osservatori regionali.

Rilevavo prima che la propaganda italo-cinese è potente. Ti fanno capire che i turisti cinesi ormai possono muoversi in piena autonomia. Ma i turisti normali non possono nemmeno prenotare on line, non hanno la Visa o altra carta di credito. D'altro canto i cinesi più abbienti guadagnano non più di 300 dollari al mese. Se i cinesi vogliono arrivare in Italia devono passare attraverso la forche dei tour operator di Stato, devono essere preferibilmente funzionari di Stato o di partito, oppure impiegati di aziende statali, e quando tornano vengono interrogati a campione dalla polizia. Secondo alcune fonti, i viaggiatori cinesi all'estero sarebbero 60 milioni all'anno. Ma è un numero — come sostengono autorevoli osservatori — utilizzato anche come camouflage per traghettare in occidente una buona quota di «emigranti legali».

Tutti i dati reali ci dicono che la Cina non è il gran mercato che qualcuno vorrebbe farci credere, ma una grande bufala. Magari attorno al 2020 le cose potranno cambiare, tuttavia oggi come oggi la Cina serve più per attirare delegazioni italiane che non per portare turisti in Italia. Ma in nome della promozione turistica si può far di tutto e di più, come ha scritto qualche giorno fa, sul Corriere della Sera, Sergio Rizzo raccontando delle spese «spaziali» di qualche ente turistico italiano per presenziare al salone dell'aeronautica di Parigi. Quindi tutti a tifare per la Cina, magari previa conferenza al Mart.

Ettore Zampiccoli, già direttore dell'Azienda di promozione turistica del Trentino

