

Facile, civilizzata e da cartolina La montagna che piace ai cinesi

I consigli per il turismo. Castelnuovi: mete semplici. «Social sì, ma asiatici»

TRENTO Sono 300 milioni i turisti cinesi pronti a scoprire le bellezze europee con tanto di manuale preparato dal governo cinese, il quale nel 2013 con la nuova legge sul turismo, ha pure emanato «Le norme comportamentali dei turisti cinesi civilizzati all'estero». Ma può il Trentino intercettare questo nuovo mercato della vacanza?

Proprio di questo si è parlato ieri al convegno «Il turismo cinese: dinamiche e peculiarità di un nuovo mercato turistico» organizzato in via Calepina dalla Bitm, la Borsa internazionale del Turismo montano che ha aperto i battenti a Trento per scandagliare il tema principale della manifestazione «Antichi sapori da visitare. Cibo e cultura nelle Dolomi-



L'incontro Pubblico e relatori nella sala di via Calepina a Trento

ti». «Il mondo orientale può diventare occasione di mercato anche per la nostra montagna — ha detto Ales-

sandro Franceschini, moderatore del convegno — a patto di capire le caratteristiche di questo turismo. Gli operatori devono organizzare delle

accortezze diverse per l'ospite orientale, partendo dalla conoscenza della loro cultura». Le tematiche sono state snocciolate seguendo il rapporto sempre più stretto che lega il cibo al turismo. Sono sempre più numerosi i seguaci della vacanza enogastronomica, tanto che si sta delineando la nuova figura del turista «foodie», ossia il cultore della buona tavola che viaggia per fare shopping di eccellenze enogastronomiche o esperienze importanti legate al cibo, come ad esempio pasti in ristoranti stellati, corsi di cucina, degustazioni di vino esclusive. Anche i cinesi non si sottraggono a questo dogma. «Dobbiamo usare le chiavi dell'avvicinamento e dell'addomesticamento — ha detto Miriam Castorina, esperta di turismo cinese e docente all'università La Sapienza di Roma —. Dobbiamo conoscere la loro cultura e poi dobbiamo far scattare la curiosità». A raccontare che tipo di montagna cercano i cinesi è stato poi Michele Castelnuovi geografo del centro studi Martino Martini: «Per i cinesi il mare non è una vera attrattiva a meno che noi sia di lusso a sette stelle alle Maldive o a Dubai. I cinesi non cercano la spiaggia, quindi sta a noi offrirgli la giusta montagna». Una montagna che deve essere «sicura»,

«stereotipata», «memorabile». «Al contrario del turista tedesco — ha proseguito Castelnuovi — il turista cinese rifugge il selvaggio e cerca la civilizzazione. Bisogna proporgli mete semplici da raggiungere, posti dove si va tutti insieme e posti memorabili da fotografare». Quanto all'esperienza gastronomica per accettare il piatto locale serve un gusto familiare «ma non occorre condire tutto con la salsa di soia: vanno piuttosto presentati i prodotti che il viaggiatore già conosce», ha detto Carlotta Trevisan, esperta di accoglienza cinese.

E tra regole di bon ton orientali e superstizioni culturali da non dimenticare è l'importanza dei mezzi di comunicazione. «I turisti cinesi sono giovani e sempre più social — ha proseguito Trevisan —. Ci sono 618 milioni di internauti che si informano attraverso internet, ma dobbiamo fare attenzione alle loro piattaforme». Scordatevi quindi facebook, tripadvisor o whatsapp. In Cina ci sono elong, qunar, wechat e daodao, il tripadvisor orientale. «Da non sottovalutare il fatto che i cinesi amano mantenere contatti e relazioni. E una buona recensione su daodao è sicuramente un ottimo biglietto da visita» ha concluso Trevisan.