

DA PECHINO CON AMORE



NEWS

Turisti cinesi a Firenze, davanti al David di Michelangelo e nelle strade del centro (sotto). A sinistra, a Venezia, in posa dopo lo sbarco al Tronchetto.

I turisti cinesi in Italia sono già 800mila all'anno, ma potrebbero diventare una valanga. Se imparassimo a conoscerli più da vicino e soprattutto a farci conoscere meglio da loro

di Raffaele Oriani
Foto di TerraProject



gli hotel a cinque stelle, i turisti cinesi sono ormai ospiti fissi degli outlet della moda e delle boutique di Montenapoleone e via Condotti. Perché hanno i soldi e l'ottimismo per spenderli: «E si che sono convinti che i nababbi siamo noi», sorride Cristina Girardi. «Non hanno ancora capito di essere i nuovi ricchi del mondo».

Dopo averci vestiti, arredati e accessoriati con il loro lavoro, le moltitudini dell'Impero di mezzo stanno quindi per rimpinguiarsi con i loro viaggi. Ma cosa apprezzano del nostro paese? «Il calcio, lo shopping, la Ferrari e il cibo», risponde sicura una tour operator toscana che ne accoglie 15mila all'anno. «L'architettura e la moda», aggiunge la collega cinese Lin Jie. «E non sottovaluterei il paesaggio», rilancia Girardi. «Nei miei tour li porto a Venezia, a Roma, a Firenze, ma è a Cortina o sul lago di Como che mi dicono: la prego, fermiamoci qui».

Di attrattive dobbiamo comunque averne molte, visto che l'Italia è la prima meta europea per pernottamenti, anche se solo settima per arrivi (in sostanza meno turisti, che però si fermano di più). Per l'Osservatorio sul lusso Hurun Report, siamo al sesto posto al mondo tra le mete preferite dai ricchi cinesi, mentre la bibbia del turismo online TripAdvisor ha rilevato che nel

Sotto, su un vaporetto nella laguna veneziana. A destra, in piazza del Duomo a Firenze.

2013 Roma è stata la seconda città non asiatica più cliccata dagli aspiranti viaggiatori cinesi. «La consuetudine con l'Italia ha radici antiche», puntualizza Giancarlo Dallara. «In cinese l'Impero romano si dice Grande Cina, quella romana è forse l'unica civiltà in cui accettino di specchiare la loro millenaria cultura». Dell'Italia piace la storia, la moda, la cucina. Eppure lo stesso Dallara calcola in non più di 800mila i nostri ingressi unici del 2013, contro il milione e mezzo dei francesi: «Non si capisce perché la loro destinazione numero uno in Europa debba essere Parigi e non Roma».

Non si capisce ma proviamo ad abbozzare qualche motivo: si va dalle regioni che si presentano in ordine sparso alle terre d'Oriente, alla claudicante presenza del marchio Italia nei social network cinesi, alle chiusure serali dei nostri negozi che i cinesi subiscono come un affronto alla loro voglia di griffe. Tante piccole cose che impediscono di spalancare davvero il forziere del turismo più ricco del momento: «I miei clienti si lamentano di non vedere mai scritte in cinese, né in aeroporto, né in stazione, né in albergo», dice la tour operator toscana. «E poi sono abituati a bere acqua calda e tè: non sa quanto apprezzerebbero un bollitore in camera!». Piccole cose. Ma non è solo questo:

«Appena ci sediamo al ristorante mi chiedono la password», dice Cristina Girardi. «Sono tutti tecnologicamente agguerriti, non ne vogliono sapere di cenare senza collegarsi gratis con lo smartphone». Oltre le piccole cose, si intravede ahinoi uno sguardo affilato: «In assenza di wi-fi in albergo ho sentito commentare sottovoce "terzo mondo"», ammette Girardi. Fin quando resisterà il sogno chiamato Italia? «Non lo so, perché i vostri media comunicano una visione troppo negativa della Cina e dei cinesi», lamenta Lin Jie. «E questo si traduce spesso in mancanza di rispetto verso i nostri turisti».

Come diceva Dallara, per i cinesi è spesso questione di faccia, di status: non sono qui per farsi riprendere in malo modo se toccano la merce nei negozi, parlano a voce alta o hanno valige pesanti. Sono qui per smentire Confucio e varcare la soglia di casa. Sono 100 milioni oggi, per l'Accademia cinese del turismo saranno 200 già nel 2020: il mondo li aspetta a braccia aperte. Prima che vadano a sognare altrove, proviamo a schiuderle anche noi.

«Quando arriviamo in un ristorante e non funziona il collegamento wi-fi li sento a volte mormorare con disappunto: incredibile, è roba da terzo mondo...»

TRU TRUSSARDI

S/S 2014

SHOP AT TRUSSARDI.COM