Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Emilia Romagna

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Rimini punta sul mercato cinese

notizia pubblicata **12 Marzo 2013** alle ore **12:35** nella categoria **Turismo**

Tutti gli indicatori che riguardano il mercato cinese mostrano un turismo che ha ritmi di crescita vertiginosi. Dai 10 milioni di cinesi andati all'estero nel 2000, si stima siano 100 milioni i cinesi che, secondo l'Organizzazione mondiale del turismo, viaggeranno fuori dai propri immensi confini entro il 2020. E proprio al mercato turistico cinese è rivolto il progetto di co-marketing approvato dalla Giunta Comunale di Rimini e presentato dall'Assessorato al Turismo del Comune, in collaborazione con Apt Servizi, Agenzia di marketing turistico Riviera di Rimini, Rimini Reservation e Unione di Prodotto Costa. Per trasformare le potenzialità di questo mercato in arrivi e presenze, occorre però che il tessuto turistico locale si dia da fare per 'sintonizzarsi' con la domanda turistica del mercato più grande del mondo. Obiettivo del progetto è stimolare l'attenzione verso questo nuovo mercato, promuovere Rimini come emblema del made in Italy e sensibilizzare gli operatori verso una cultura dell'accoglienza che sappia intercettare i bisogni e gli stili di vita dei cinesi.

"Vogliamo presentare Rimini ai cinesi come una sintesi dell'Italian Style – dice Andrea Gnassi, sindaco di Rimini e assessore al Turismo– e per fare questo occorre recuperare un po' di quello spirito pionieristico che negli anni a ridosso della caduta del muro di Berlino, gettò le basi con i paesi dell'Est e con la Russia, divenuti oggi il nostro primo mercato estero. Il lavoro da fare, lo sappiamo, è tanto e non si può pensare che ciò porti dei risultati di breve termine, ma è necessario iniziare a seminare con costanza ed energia".

Il progetto prevede la realizzazione delle seguenti azioni: accoglienza turistica: creazione di sito web di presentazione dell'offerta in lingua cinese; accoglienza turistica: strumenti di informazione in mandarino; educational tour e attività rivolte ai media cinesi; workshop rivolti agli operatori; sostegno alla promo-commercializzazione.