

Apulia in BRIC

"Non ci accontentiamo mai del presente. Anticipiamo il futuro"

Blaise Pascal

Venerdì 24 gennaio 2014 ore 14,30 Sala convegni Museo Sigismondo Castromediano a Lecce

L'Osservatorio di Federalberghi ha recentemente dichiarato che gli ospiti esteri quest'anno sono stati il 50,3% (+4,7%) e i nostri connazionali il 49,7%, (-2,7%). Secondo Enit a sostenere questa crescita sono soprattutto i turisti extra-UE .

Tra i principali Paesi stranieri che scelgono l'Italia come meta ci sono i Paesi BRIC (Brasile, Russia, India, Cina) dove si registra una forte crescita della spesa dei turisti provenienti dalla Russia (+28,8%), dalla Cina (29%) dall'India (+42,5%) .

Molte regioni quali Toscana, Piemonte, Marche, Emilia Romagna hanno già avviato dei programmi specifici verso questi target.

L'internazionalizzazione del prodotto turistico è una necessità, fare rete un'opportunità

Attualmente il nostro prodotto turistico è fortemente parcellizzato e spesso non aderente alle specifiche esigenze dei mercati stranieri.

FARE RETE consente di accrescere sia individualmente (cioè la propria impresa) che collettivamente (le imprese della rete) la propria capacità innovativa e la propria competitività sul mercato.

L'evento si divide in due parti:

- **presentazione del progetto di rete Apulia in BRIC**
- **seminario formativo su "La Cina".**

Expo 2015 accoglierà un milione di aziende cinesi che verranno in Italia per conoscere il nostro paese e sviluppare business, non facciamoci trovare impreparati.

Organizzato da



Orientalia Lab

con la partecipazione di



Regione Puglia



Provincia di Lecce



Comune di Lecce

Apulia in BRIC

Imprese in rete per mercati emergenti

Benvenuto delle istituzioni

Ore 14:30 Paolo Perrone Sindaco di Lecce
 Silvia Godelli Regione Puglia - Assessore al turismo
 Francesco Pacella Provincia di Lecce - Assessore al turismo

Ore 15:00 Fabio Danese
 Fondatore del CRT – Centro di ricerche
 economiche e turistiche
 Direttore del Tour Operator 9Tour

**Internazionalizzare.
Un'opportunità o una necessità?**

Come organizzarsi e che strumenti utilizzare per essere presenti e competitivi nei mercati emergenti

Gabriella Pappadà
 Segretario generale e Direttore del CERES
 Centro di Ricerche Economiche e Sociali

**APULIA in Bric
Imprese in rete per mercati emergenti**

Presentazione progetto di rete di imprese nel settore turistico

I Paesi Bric – iniziamo dalla Cina

Attilio Caroli Caputo
 Direttore Caroli Hotels

Perché fare rete

Vantaggi e prospettive di imprese in rete. Nuove sfide ci attendono e noi operatori siamo chiamati a reinventarci per restare sempre attori di un mercato dinamico e quanto mai globale

Spazio alle domande

Pausa caffè

Il turismo cinese a Lecce - seminario

Prospettive e strumenti per affrontare con successo il mercato turistico cinese

moderatrice - Gabriella Pappadà

Ore 16:00

Antonella Decandia

Sinologa e fondatrice di Orientalia Lab. Laureata in Lingue Orientali all'Università di Venezia, consegue il Master CISET in Economia e Gestione del Turismo a Venezia. Si forma professionalmente nei maggiori Tour Operator italiani di turismo culturale. Formatrice di turismo cinese certificata dall'ente europeo COTRI® (China Outbound Tourism Research Institute).

Zong Beilei

Giornalista TV per l'Agenzia Nuova Cina, Xinhua (新华社). L'Agenzia Nuova Cina è la più antica ed importante agenzia di stampa della Repubblica Popolare Cinese. Ha la sede centrale a Pechino e dispone di uffici in tutte le province della Cina. È largamente utilizzata come fonte di informazione per tutti i media locali. Ha anche una forte presenza internazionale, con 107 uffici all'estero; in Italia ha uffici a Roma e Milano.

La Cina ed i viaggiatori cinesi

La Cina rappresenta la maggiore fonte del turismo outbound nel mercato globale, sia in termini di numero di viaggi, sia in termini di spesa totale. Il mercato turistico cinese offre nuove opportunità non solo alle destinazioni turistiche più famose, ma offre anche un'occasione importante a quelle meno conosciute. Emerge la necessità di preparare all'accoglienza tutti gli attori del turismo italiano.

L'Agenzia Nuova Cina e le sue sedi in Italia, la visione cinese del turismo

Partendo da una presentazione dell'Agenzia Nuova Cina e le sue sedi in Italia, si passa alla visione di alcuni programmi televisivi dell'Agenzia che riguardano il turismo e la cultura in alcune città italiane. Per poi concentrarsi sul tema della conferenza, "come accogliere al meglio i visitatori cinesi a Lecce", dal punto di vista di una giornalista cinese.

TAVOLA ROTONDA

“L'accoglienza del turista cinese: strategie e buone pratiche”

Antonella Decandia, Sinologa e fondatrice di Orientalia Lab

In questa sessione si presentano le azioni più significative e i principali modelli di "buone pratiche" messe in atto, a livello nazionale e internazionale, da enti del turismo, istituti di formazione, aeroporti, imprese ricettive, grandi magazzini, musei e fondazioni, per un approccio professionale e strategico al fenomeno del turismo cinese inbound in Italia.

Attilio Fioritti, Area Manager, Global Blue

Nel 1980 nasce il servizio Sweden Tax Free Shopping, nel 2010 viene lanciato il marchio Global Blue che riflette la natura multi-prodotto dell'azienda. Global Blue si concentra sui viaggiatori e su Retail&Hotellerie, per aumentare al massimo i vantaggi degli attori coinvolti. Una grande attenzione è rivolta alle spese in costante crescita dei turisti cinesi in Italia, ed ai macro settori merceologici di acquisto del turista cinese.

Maria Salvati, Direttore, tour operator Jilitour

Dalla pianificazione alla realizzazione di un viaggio all'estero, il turista cinese ha bisogno di interlocutori che conoscano le sue esigenze, le procedure per la preparazione al viaggio, i suoi gusti e le motivazioni delle sue scelte.

Jilitour, che opera con il mercato turistico cinese da oltre 15 anni, è lieto di condividere le esperienze vissute e di mettere a disposizione dei colleghi operatori del settore conoscenze ed informazioni utili per facilitare e migliorare l'offerta di prodotti e servizi da rivolgere ai crescenti flussi di turisti cinesi diretti in Italia.

Maurizio Paolillo, Ricercatore presso l'Università del Salento dal 2005

I Parchi del Salento e i Parchi cinesi, come i cinesi percepiscono lo spazio. Paesaggio, giardini cinesi e fengshui, l'antica arte geomantica della Cina. Come unire le potenzialità del territorio cinese e leccese, non per stravolgere l'offerta turistica locale con cambiamenti strutturali, ma acquisire quegli elementi che daranno la capacità di promuovere, fare conoscere e desiderare il Salento al turista cinese.

Roberta Graziani, Interprete turistico di lingua cinese e guida abilitata in lingua cinese della Provincia di Roma

Partendo dalla esperienza personale, maturata in oltre 20 anni di interazione con il mondo turistico cinese, si suggeriscono spunti, riflessioni e suggerimenti pratici di approccio al turista cinese, che arriva in Italia assetato di esotismi, curioso ed entusiasta di vedere, capire, sperimentare ed imparare, e tuttavia anche fortemente radicato ed ancorato alla propria cultura millenaria, alle proprie abitudini di vita e al proprio orgoglio cinese. Si analizzano le diversità culturali tra chi accoglie e chi arriva.

Segreteria organizzativa

9Tour - Via di Leuca 143 - Lecce tel +39.0832230111 email direzione@9tour.it

CERES - Via Nomentana nuova 24 - Roma tel +39.068173016 email direzione@ce-res.org