

# China 2000 srl investe sul turismo cinese

## Accordo di *joint venture* con un'azienda del settore a Pechino

DI MICHELE TACCETTI

**S**ono stati circa sei milioni i turisti cinesi che hanno visitato l'Italia nel 2019, circa il 20 per cento in più rispetto al 2018 che, a sua volta, aveva visto una crescita del 15 per cento rispetto al 2017: oltre all'incremento legato al turismo tradizionale, il *trend* di crescita è arricchito anche dalle numerose coppie che vengono a celebrare il proprio matrimonio in Italia, specie sulle colline toscane che, in generale, rappresentano da sempre una delle mete preferite dei turisti provenienti dal grande paese asiatico. Il nuovo *trend* vede turisti cinesi agiati che visitano l'Italia confidando in un alto livello delle

strutture ricettive: nel paese di provenienza l'ospitalità costituisce un valore da custodire e tramandare e anche in Italia tale clientela si aspetta di essere accolta e seguita con pari attenzione e cura. Rilevante risulta anche il flusso dei giovani: oltre 20.000 studenti cinesi nel 2019 hanno svolto stage formativi in Italia a breve e medio termine, anche per merito di programmi governativi, e si sono registrate numerose adesioni a programmi e progetti che promuovono l'*incoming* non solo per studenti di età compresa nella fascia 11-17 anni, ma anche per giovani diplomati di età tra i 18 e i 23 anni; studenti, diplo-



mati e laureati interessati ai settori della moda, dell'arte, dell'arredamento e dell'agro-alimentare scelgono inol-



La Città proibita a Pechino



Una sposa cinese a Firenze (ph. courtesy Firenzetoday.it)



La Pearl Tower a Shanghai (ph. Savin Scherer)

tre il nostro paese, leader mondiale in questi ambiti, per frequentare scuole di specializzazione e svolgere tirocini e - magari - cogliere opportunità di lavoro che possano permettere loro di prolungare il soggiorno o, addirittura, rimanere a vivere in Italia. Anche se l'Italia può offrire minori opportunità di lavoro rispetto ad altre realtà europee o mondiali, i giovani stranieri continuano tuttora a considerarla una meta ambita grazie alla qualità della vita offerta dal nostro paese; molti giovani cinesi si avvicinano, infine, alla cultura italiana grazie ad opere d'arte molto conosciute e ammirate anche in Cina, oppure attratti dall'artigianato artistico o dalla moda. Da almeno dieci anni, China 2000 srl studia il *trend* turistico e da tre ha attivato collaborazioni che contemplano la possibilità di offrire una chance turistica a chi si reca per motivi di affari o di studio dalla Cina in Italia o viceversa. Dopo alcuni test con agenzie turistiche cinesi con cui sono stati promossi itinerari ad hoc per visitare anche aziende vinicole e ville private, oltre ad aziende che realizzano prodotti *Made in Italy*, all'inizio di quest'anno China 2000 srl ha siglato un accordo con il Museo d'Arte di Shanghai e un contratto di *joint venture* con una primaria ditta di Pechino operante nel settore turistico: la partnership, frutto di quasi due anni di trattative, si cementa proprio nell'anno della Cultura e del Turismo fra Italia e Cina che celebra i 50 anni di relazioni diplomatiche fra i due paesi e, sicuramente, inizierà a produrre frutti preziosi non appena dissolto lo spettro del coronavirus.



Michele  
Taccetti

**L** laureato in Scienze Politiche con una tesi sugli scambi economici Italia/Cina ed erede della propria famiglia operante con il grande paese asiatico fin dal 1946, assiste da oltre vent'anni le aziende italiane interessate ad aprire il mercato cinese in vari settori merceologici e, in particolare, alla promozione del Made in Toscana in Cina. Svolge attività di formazione in materia di marketing ed internazionalizzazione ed è stato consulente per il Ministero dello Sviluppo Economico.

Per info:

[michele.taccetti@china2000.it](mailto:michele.taccetti@china2000.it)

[f](#) China 2000 srl

[t](#) @Michele Taccetti

[s](#) taccetti\_dr\_michele

[in](#) Michele Taccetti