



SPORTELLO INFORMATIVO
DELLE CAMERE DI COMMERCIO
PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE



Torino - Operatori turistici cinesi alla scoperta del Piemonte

Prosegue il programma promozionale teso a sviluppare la conoscenza del prodotto Piemonte in Cina e incrementare l'arrivo di flussi turistici in Piemonte: **dal 21 al 26 maggio** 8 tour operator cinesi provenienti da Pechino e Shanghai sono nella regione per conoscere i prodotti turistici da proporre alla propria clientela. L'iniziativa, della Regione Piemonte, è gestita dal Centro Estero per l'Internazionalizzazione (Ceipiemonte). Gli ospiti cinesi seguiranno un percorso attraverso le eccellenze del Piemonte con un programma di visite che parte dalla zona dei laghi, prosegue nelle Langhe, poi sulle montagne Olimpiche e si conclude a Torino. Nel mezzo tappa d'obbligo all'outlet di Serravalle per gli amanti dello shopping del Made in Italy. Durante il tour gli operatori, oltre a scoprire le bellezze paesaggistiche del territorio, faranno delle site inspection in strutture ricettive selezionate e potranno vivere esperienze dirette con approfondimenti sul mondo del tartufo, degustazioni mirate dei migliori vini, laboratori di cioccolato dove cimentarsi nel preparare i tipici gianduiotti di Torino.

A conclusione dell'educational, giovedì 26, nello Juventus Stadium, si terrà anche il workshop *“Piemonte, a Taste of Italy”*, ovvero un programma di incontri b2b tra gli operatori cinesi e 50 seller piemontesi: operatori incoming, strutture ricettive e consorzi turistici provenienti da tutto il territorio.

“Il Piemonte è una meta stimolante per il turismo cinese, principalmente attratto da arte, cultura, enogastronomia, golf, montagna invernale, attività outdoor, natura, shopping, tutti prodotti per i quali la nostra regione vanta molteplici proposte di grande appeal - spiega l'Assessore al Turismo della Regione Piemonte, Antonella Parigi -. Occorre quindi puntare su questa ricchezza per alimentare la visibilità del brand Piemonte e consolidarne il posizionamento per cogliere le opportunità di un mercato che si sta evolvendo: i turisti cinesi infatti stanno diventando i principali big spender a livello internazionale”.

L'iniziativa si inserisce quindi in un piano di azioni più ampio, avviato in marzo con l'organizzazione di 2 corsi di formazione su bon ton, caratteristiche degli itinerari richiesti, esigenze e abitudini del turista cinese rivolti agli operatori dell'accoglienza. A rafforzamento delle attività anche alcune operazioni di media marketing rivolte ai moltiplicatori del travel trade e ai consumatori finali, come l'attivazione del sito in cinese www.torinopiemonte.cn, dedicato alla promozione turistica del Piemonte tra i viaggiatori del gigante asiatico, e dei canali cinesi analoghi agli occidentali Twitter e Facebook, ovvero l'account Weibo, servizio di microblogging dal simile a Twitter, e dell'account WeChat, applicazione per la comunicazione mobile.