Economia

# Mercato cinese Il turismo si attrezza oltre l'emergenza

**Il confronto.** Il precedente Sars: ripresa dopo l'allarme
Il Lago di Como tra le destinazioni più desiderate
«La Cina sta cambiando: classe media in espansione»

COMO
**GUIDO LOMBARDI**

Il turismo cinese è enormemente cresciuto negli ultimi anni e continuerà a svilupparsi, anche sul Lario. Secondo gli esperti intervenuti ieri all'iniziativa dell'associazione comasca Caracol, al "Terzo Spazio" di via Santo Garovaglio, l'emergenza Coronavirus porterà ad un calo di visitatori nella prima metà del 2020 che sarà ampiamente compensato da una successiva ripresa, come già avvenuto all'epoca della Sars. Ecco perché è importante che gli operatori turistici lariani siano pronti per cogliere questa opportunità. L'iniziativa "Huanying", che in cinese significa "benvenuto", è iniziata ieri mattina con un seminario dedicato all'uso della lingua cinese per il turismo. Un turista che sente parlare la propria lingua resterà piacevolmente sorpreso.

### I flussi

Nel pomeriggio invece è stato preso in esame il flusso turistico dalla Cina verso l'Italia in un convegno moderato da Emma Lupano. Il nostro paese infatti, come illustrato da Erica Giopp, esperta di turismo asiatico, è la prima destinazione europea per quanto riguarda gli arrivi dalla Cina: «Un fenomeno destinato ad ampliarsi perché solo il 10% dei cinesi attualmente ha un passaporto».

Nel 2018, ha detto Alessandra Lavagnino, dell'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano, sono arrivati in Italia 3,2 milioni di turisti cinesi: dieci anni prima, nel 2008, erano stati 718mila. E per il 2019 l'incremento stimato è del 16% rispetto all'anno prima. La spesa media procapite per un turista proveniente dalla Cina è di circa 1.100 euro, ma va sottolineato che nel 2018 sono stati acquistati da cinesi beni di lusso in Italia per 650 milioni.

«Si sta sempre più spostando l'attenzione del turista cinese medio – ha detto ancora Giopp - dalle grandi mete turistiche tradizionali verso località di nicchia: ecco perché ritengo che ci siano grandi possibilità per il lago di Como».

### La trasformazione

La trasformazione in atto nella Cina stessa, secondo Lavagnino, porterà ad un incremento di presenze in Italia. «Nelle città – ha spiegato – si diffondono le conoscenze ed aumentano le possibilità: oggi 810 milioni di cinesi abitano in zone urbane, erano 170 milioni alla fine degli anni Settanta. Secondo le previsioni – ha continuato – nel 2025 esisteranno in Cina 221 città con più di un milione di abitanti e nel 2030 più di un miliardo di cinesi vivranno in aree urbane».

Tutto questo significa un numero sempre maggiori di intellettuali, professionisti, piccoli industriali: la classe media che, ha concluso Lavagnino, «è affascinata dall'Italia perché sinonimo di creatività, bellezza artistica, cultura, moda ed anche cucina». Si apre quindi uno spazio enorme non solo per l'accoglienza dei turisti, ma anche per l'esportazione dei nostri prodotti direzione Pechino, a partire dal vino. «La crescita di consumi di vino in Cina – ha detto Marta Valentini, dell'Istituto Confucio – è stata costante dal 1995 ad oggi: negli ultimi anni Pechino si è collocata al quinto posto nel mondo per consumo vinicolo dopo Stati Uniti, Francia, Italia e Germania».

L'Italia è seconda, dopo la Francia, per importazioni verso la Cina. «I francesi – ha affermato Valentini – sono agevolati dalla presenza di loro marchi della grande distribuzione, mentre l'Italia è penalizzata dalla presenza di troppe denominazioni, spesso impronunciabili per cinesi e comunque difficili da distinguere».

Il programma

## Dizionario del vino per i due mercati

**Il trend del turismo incoming cinese in Italia, il mercato cinese di fascia alta, le abitudini e il bon ton conviviale, il turismo esperienziale "a misura di cinese". Sono alcuni dei temi al centro della tre giorni organizzata a Como dall'Associazione Culturale Caracol. Fino a domani professionisti, esperti e studiosi si rivolgono agli operatori del settore per presentare un'immagine aggiornata delle tendenze, delle opportunità e delle sfide legate al turismo cinese. Oggi, alle ore 18, la libreria Plinio il Vecchio ospiterà Marta Valentini per la presentazione del "Dizionario dei vini e vitigni italiani" Gambero Rosso 2019, in italiano e in cinese: uno strumento utile per la promozione dei nostri vini.**

**Sempre alla Libreria Plinio il Vecchio, domani alle ore 16, è in programma un laboratorio esperienziale per bambini "alla scoperta del Capodanno cinese" con Valentina Talia, docente specializzata in lezioni-gioco di lingua cinese.** G.LOM.

Turismo dalla Cina, si lavora per il post allarme coronavirus

Emma Lupano e Alessandra Lavagnino al convegno di Caracol

ellecistudio – como www.ellecistudio.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile. Il logo della testata e il contenuto dell'articolo appartengono ai legittimi proprietari

Il settore del food

# Ristorazione I consigli per piacere ai cinesi

Per i cinesi, il cibo è un fattore di identità culturale, esattamente come per gli italiani. Lo ha spiegato ieri al "Terzo Spazio" di via Santo Garovaglio, nell'ambito dell'iniziativa promossa dall'associazione Caracol, Marta Valentini, esperta di food&beverage e direttore esecutivo dell'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano.

«I gusti stanno cambiando e si stanno evolvendo – ha detto –: i cinesi hanno iniziato a bere molto più latte e a mangiare formaggi, sia pure preferendo quelli con un sapore neutro. Inoltre dopo la moda del vino, ora è il momento del caffè».

Rispetto al passato, quindi, c'è stato un deciso avvicinamento dei cinesi al gusto occidentale ma i nostri ristoratori, se vogliono accogliere la clientela cinese, devono prestare attenzione ad alcuni accorgimenti descritti da Valentini.

«In primo luogo – ha spiegato – suggerisco di proporre menù degustazione e non antipasto, primo e secondo: questo serve per facilitare la scelta, ma anche per evitare che, ad un certo momento del pasto, i commensali inizino a scambiarsi tutti i piatti; i cinesi infatti sono abituati a mangiare più piatti in un pasto e generalmente a mangiare tutto insieme, non con un ordine cronologico come facciamo noi».

Altri consigli utili per i nostri ristoranti sono: cuocere bene pasta e riso («per i cinesi – ha affermato Valentini – il nostro concetto di al dente equivale a crudo»), proporre latticini ma con moderazione sia per la quantità che per il gusto, proporre cibi di qualità e possibilmente con certificazioni biologiche («i giovani stanno dando sempre maggiore importanza al concetto di sicurezza alimentare») e presentare menù con la traduzione in cinese e con l'indicazione degli ingredienti. I cinesi, infine, non danno grande importanza al dolce. G. LOM.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile. Il logo della testata e il contenuto dell'articolo appartengono ai legittimi proprietari

# Mercato cinese Il turismo si attrezza oltre l'emergenza

**Il confronto.** Il precedente Sars: ripresa dopo l'allarme
Il Lago di Como tra le destinazioni più desiderate
«La Cina sta cambiando: classe media in espansione»

COMO
**GUIDO LOMBARDI**

Il turismo cinese è enormemente cresciuto negli ultimi anni e continuerà a svilupparsi, anche sul Lario. Secondo gli esperti intervenuti ieri all'iniziativa dell'associazione comasca Caracol, al "Terzo Spazio" di via Santo Garovaglio, l'emergenza Coronavirus porterà ad un calo di visitatori nella prima metà del 2020 che sarà ampiamente compensato da una successiva ripresa, come già avvenuto all'epoca della Sars. Ecco perché è importante che gli operatori turistici lariani siano pronti per cogliere questa opportunità. L'iniziativa "Huanying", che in cinese significa "benvenuto", è iniziata ieri mattina con un seminario dedicato all'uso della lingua cinese per il turismo. Un turista che sente parlare la propria lingua resterà piacevolmente sorpreso.

**I flussi**

Nel pomeriggio invece è stato preso in esame il flusso turistico dalla Cina verso l'Italia in un convegno moderato da Emma Lupano. Il nostro paese infatti, come illustrato da Erica Giopp, esperta di turismo asiatico, è la prima destinazione europea per quanto riguarda gli arrivi dalla Cina: «Un fenomeno destinato ad ampliarsi perché solo il 10% dei cinesi attualmente ha un passaporto».

Nel 2018, ha detto Alessandra Lavagnino, dell'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano, sono arrivati in Italia 3,2 milioni di turisti cinesi: dieci anni prima, nel 2008, erano stati 718mila. E per il 2019 l'incremento stimato è del 16% rispetto all'anno prima. La spesa media procapite per un turista proveniente dalla Cina è di circa 1.100 euro, ma va sottolineato che nel 2018 sono stati acquistati da cinesi beni di lusso in Italia per 650 milioni.

«Si sta sempre più spostando l'attenzione del turista cinese medio – ha detto ancora Giopp - dalle grandi mete turistiche tradizionali verso località di nicchia: ecco perché ritengo che ci siano grandi possibilità per il lago di Como».

**La trasformazione**

La trasformazione in atto nella Cina stessa, secondo Lavagnino, porterà ad un incremento di presenze in Italia. «Nelle città – ha spiegato – si diffondono le conoscenze ed aumentano le possibilità: oggi 810 milioni di cinesi abitano in zone urbane, erano 170 milioni alla fine degli anni Settanta. Secondo le previsioni – ha continuato – nel 2025 esisteranno in Cina 221 città con più di un milione di abitanti e nel 2030 più di un miliardo di cinesi vivranno in aree urbane».

Tutto questo significa un numero sempre maggiori di intellettuali, professionisti, piccoli industriali: la classe media che, ha concluso Lavagnino, «è affascinata dall'Italia perché sinonimo di creatività, bellezza artistica, cultura, moda ed anche cucina». Si apre quindi uno spazio enorme non solo per l'accoglienza dei turisti, ma anche per l'esportazione dei nostri prodotti direzione Pechino, a partire dal vino. «La crescita di consumi di vino in Cina – ha detto Marta Valentini, dell'Istituto Confucio – è stata costante dal 1995 ad oggi: negli ultimi anni Pechino si è collocata al quinto posto nel mondo per consumo vinicolo dopo Stati Uniti, Francia, Italia e Germania».

L'Italia è seconda, dopo la Francia, per importazioni verso la Cina. «I francesi – ha affermato Valentini – sono agevolati dalla presenza di loro marchi della grande distribuzione, mentre l'Italia è penalizzata dalla presenza di troppe denominazioni, spesso impronunciabili per cinesi e comunque difficili da distinguere».

**Il programma**

## Dizionario del vino per i due mercati

**Il trend del turismo incoming cinese in Italia, il mercato cinese di fascia alta, le abitudini e il bon ton conviviale, il turismo esperienziale "a misura di cinese". Sono alcuni dei temi al centro della tre giorni organizzata a Como dall'Associazione Culturale Caracol. Fino a domani professionisti, esperti e studiosi si rivolgono agli operatori del settore per presentare un'immagine aggiornata delle tendenze, delle opportunità e delle sfide legate al turismo cinese. Oggi, alle ore 18, la libreria Plinio il Vecchio ospiterà Marta Valentini per la presentazione del "Dizionario dei vini e vitigni italiani" Gambero Rosso 2019, in italiano e in cinese: uno strumento utile per la promozione dei nostri vini.**

**Sempre alla Libreria Plinio il Vecchio, domani alle ore 16, è in programma un laboratorio esperienziale per bambini "alla scoperta del Capodanno cinese" con Valentina Talia, docente specializzata in lezioni-gioco di lingua cinese.** G.LOM.

Turismo dalla Cina, si lavora per il post allarme coronavirus

Emma Lupano e Alessandra Lavagnino al convegno di Caracol

**Il settore del food**

## Ristorazione I consigli per piacere ai cinesi

**Per i cinesi, il cibo è un fattore di identità culturale, esattamente come per gli italiani. Lo ha spiegato ieri al "Terzo Spazio" di via Santo Garovaglio, nell'ambito dell'iniziativa promossa dall'associazione Caracol, Marta Valentini, esperta di food&beverage e direttore esecutivo dell'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano.**

**«I gusti stanno cambiando e si stanno evolvendo – ha detto -: i cinesi hanno iniziato a bere molto più latte e a mangiare formaggi, sia pure preferendo quelli con un sapore neutro. Inoltre dopo la moda del vino, ora è il momento del caffè».**

**Rispetto al passato, quindi, c'è stato un deciso avvicinamento dei cinesi al gusto occidentale ma i nostri ristoratori, se vogliono accogliere la clientela cinese, devono prestare attenzione ad alcuni accorgimenti descritti da Valentini.**

**«In primo luogo – ha spiegato – suggerisco di proporre menù degustazione e non antipasto, primo e secondo: questo serve per facilitare la scelta, ma anche per evitare che, ad un certo momento del pasto, i commensali inizino a scambiarsi tutti i piatti; i cinesi infatti sono abituati a mangiare più piatti in un pasto e generalmente a mangiare tutto insieme, non con un ordine cronologico come facciamo noi».**

**Altri consigli utili per i nostri ristoranti sono: cuocere bene pasta e riso («per i cinesi – ha affermato Valentini – il nostro concetto di al dente equivale a crudo»), proporre latticini ma con moderazione sia per la quantità che per il gusto, proporre cibi di qualità e possibilmente con certificazioni biologiche («i giovani stanno dando sempre maggiore importanza al concetto di sicurezza alimentare») e presentare menù con la traduzione in cinese e con l'indicazione degli ingredienti. I cinesi, infine, non danno grande importanza al dolce.** G.LOM.

# Stop di Berna al voto anti frontalieri

**Confine**
La consigliera federale Karin Keller-Sutter «Con la vittoria del sì, la fine dei bilaterali»

La Svizzera o meglio il Governo di Berna ha già deciso. La nuova consultazione antifrontalieri targata Udc, in votazione domenica 17 maggio, va respinta al mittente. La firma sul "no grazie" di Berna al remake del referendum contro l'immigrazione di massa del 9 febbraio 2014 è del ministro della Giustizia, Karin Keller-Sutter, la quale - senza troppi giri di parole - ha spiegato che la vittoria del "sì" e dunque dei partiti antifrontalieri sancirebbe l'abbandono ai bilaterali e per diretta conseguenza «si metterebbe in gioco il benessere della Confederazione». Parole indirizzate soprattutto al Canton Ticino ed alle forze politiche che da tempo sbandierano il vessillo del "Prima i nostri!".

Karin Keller-Sutter

Karin Keller-Sutter ha precisato che la Svizzera è riuscita a trovare un punto di equilibrio con l'Europa e che dalle relazioni di "buon vicinato" con l'Ue la Confederazione trae "numerosi vantaggi". Perché dunque rinunciare agli accordi oggi in essere? Lo strappo con l'Europa, secondo il ministro della Giustizia, porterebbe "a condizioni da affrontare più dure di quelle del Regno Unito con la Brexit". A tre mesi dal voto, dunque, il Governo di Berna ha dunque messo un punto fermo in una vicenda che rischia davvero di mettere in serio pericolo relazioni e accordi con Bruxelles e con gli Stati membri dell'Unione Europea, a cominciare da Francia e Italia, che detengono il primato di lavoratori frontalieri impiegati in Svizzera. Qualora dovesse prevalere il "sì", la Svizzera dovrebbe ricominciare da zero, con il rischio di "perdere numerosi posti di lavoro". Il ministro della Giustizia ha precisato che non volere la disdetta degli accordi oggi in essere con l'Europa non è solo la Confederazione, ma anche i Cantoni. "Perché dobbiamo rinunciare alle attuali condizioni ovvero economia sana e disoccupazione bassa?", si è chiesta Karin Keller-Sutter. E, in questo contesto, non poteva mancare un riferimento diretto al Canton Ticino, dove «la collaborazione e i controlli tra le parti sociali sono fondamentali» e dove, comunque, «l'immigrazione (leggasi frontalieri, ndr) è molto importante».

La campagna elettorale per quello che ormai ha già conquistato i gradi di nuovo test antifrontalieri è ufficialmente entrata nel vivo. Un peso importante, in questo contesto, l'avrà il dato sul numero di lavoratori frontalieri presenti in Ticino e in Svizzera nel quarto trimestre 2019 e quello sul primo trimestre 2020, considerato che quest'ultimo potrebbe arrivare all'immediata vigilia della consultazione popolare. Di certo, in maniera di lavoro i Cantoni non possono decidere in modo autonomo e il fatto che Berna abbia già indicato la rotta da seguire la dice lunga su quello che sarà il braccio di ferro in atto tra Canton Ticino e Governo federale da qui al 17 maggio. **M. Pal.**

## Novità fiscali Il prossimo incontro è a Erba

**Confcommercio**

Continua il tour di incontri sul territorio provinciale organizzati da Confcommercio sulle novità fiscali. Giovedì 20 febbraio alle 15 appuntamento nella sede dell'associazione a Erba. Si parlerà dei contenuti della Finanziaria 2020 sia per gli imprenditori sia per i cittadini. Per esempio sono stati rivisti i requisiti per l'accesso al regime forfettario, vengono rimodulati gli oneri detraibili in base al reddito, è introdotto un credito d'imposta in luogo della proroga del maxi/iper ammortamento.

L'evento è gratuito per tutti gli associati, è possibile prenotare on line sul sito di Confcommercio.

## Furgoni Un focus dedicato al Move-In

**Confesercenti**

Oggi pomeriggio alle ore 16.30, Confesercenti organizza l'incontro su "Circolazione di furgoni e mezzi di trasporto delle imprese in Regione Lombardia: tutte le spiegazioni sul Move-In".

L'incontro, che si terrà nella sede di Como in via Vandelli 20, ha come obiettivo quello di fornire ad ambulanti e imprenditori tutte le delucidazioni sulla normativa regionale che prevede l'installazione della rilevatore chilometrico Move-In sui mezzi a benzina euro 0 e su quelli diesel fino ad euro 3. Relazionerà un funzionario di Confesercenti, esperto della tematica. La partecipazione è gratuita e aperta a tutti.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile. Il logo della testata e il contenuto dell'articolo appartengono ai legittimi proprietari