

**Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento**

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

**COMUNICATO n. 1200 del 28/05/2014**

**Se ne è parlato ieri nel workshop organizzato da Trentino Turismo e Promozione**

## **COREA DEL SUD E CINA, MERCATI DAL GRANDE POTENZIALE**

**Corea del Sud e Cina strizzano l'occhio al Trentino. Questo è ciò che è emerso dagli interventi che hanno animato ieri il workshop organizzato a Rovereto da Trentino Turismo e Promozione, dedicato proprio alle nuove prospettive create dalla crescita di queste due nazioni, presenti tra l'altro nei giorni scorsi con i propri tour operator a «Good Buy Trentino». Il Trentino si propone come destinazione turistica per questi due paesi. I coreani hanno mostrato un grande interesse nei confronti del trekking, mentre i cinesi sono alla ricerca di nuovi prodotti e dal viaggio itinerante si stanno spostando ad un'idea di vacanza più stanziale, all'insegna di relax, benessere e sci, punti di forza dell'offerta del nostro territorio.-**

Dopo il saluto introduttivo del direttore di Trentino Turismo e Promozione, Paolo Manfrini, affiancato dalla Responsabile Ufficio Mercati Esteri, Mirta Valentini, spazio agli interventi che hanno regalato testimonianze più dirette degli addetti ai lavori coreani, quelle di Maeng Ji-ae, Business Development Manager di Conselit e di Kim Tae-sam, Amministratore Delegato di Green Tour, un tour operator specializzato nel trekking e presente sul mercato di questo paese da circa vent'anni.

Dai loro contributi è emerso il quadro di una nazione che sta esprimendo una forte domanda di turismo, con un'ottima propensione al viaggio (negli ultimi dieci anni le visite in Italia sono aumentate del 15%) e alla vacanza attiva. In modo particolare è stato mostrato interesse nei confronti del trekking, la vera passione dei coreani (circa 18 milioni di persone praticano attività legate alla montagna e quasi 8 milioni compiono almeno un'escursione al mese), il cui legame con il Trentino potrebbe rafforzarsi proprio grazie a questa attività, uno dei cavalli di battaglia dell'offerta turistica del nostro territorio. A tal proposito nel corso di "Good Buy", la scorsa settimana, gli ospiti della Corea del Sud hanno potuto conoscere in prima persona alcuni percorsi delle Dolomiti di Brenta e del Garda, ricavandone un'ottima impressione.

"Il Trentino può offrire splendidi circuiti di trekking ed è già pronto per ospitare il turista coreano - ha spiegato Kim Tae-sam, grande esperto di montagna e a.d. di Green Tour - Le Dolomiti sono il prodotto principale ed è un brand conosciuto nel nostro paese, così come sono noti marchi di attrezzatura e abbigliamento sportivo come Montura e La Sportiva, con i quali si potrebbero ipotizzare delle sinergie". Successivamente si è parlato di Cina, con gli interventi di Fabio Guerra, Manager di TPS China e di Hu Zhimin, Vice Presidente di CITS, la principale organizzazione turistica di questo paese, presente sul mercato da sessant'anni. Per il Trentino si aprono spazi importanti, da giocarsi anche grazie alla sinergia con altre realtà italiane e grazie a simboli importanti ed internazionali come le Dolomiti Patrimonio dell'umanità Unesco. Se Milano, Venezia, Pisa, Verona e Roma rimangono le città preferite dai cinesi, è altrettanto vero che la nostra provincia viene considerata una meta molto interessante per una vacanza sugli sci o per un soggiorno all'insegna della tranquillità e del relax. L'obiettivo dei tour operator cinesi, dunque, è quello di proporre dei pacchetti turistici completi, che possano esaudire tutte queste richieste.

"Il Trentino ha il vantaggio di proporre un prodotto diverso da altre destinazioni italiane conosciute dai turisti cinesi - ha confermato a tal proposito Hu Zhimin, per la prima volta in Italia e affiancato al workshop da Lu Jun, General Manager della CITS di Pechino - e sono certo che saprà attrarre il ceto medio-alto ed una clientela giovane e più abituata a viaggiare. Le caratteristiche che offrono le strutture della vostra provincia corrispondono perfettamente alle aspettative dei cinesi, e con piccoli accorgimenti possono essere pronte per ospitare quella tipologia di clientela sempre più esperta, che necessita di nuovi prodotti e che, da una

tipologia di viaggio itinerante, si sta spostando ad un'idea di vacanza più stanziale".

"In questo momento stiamo individuando alcuni tour operator partner capaci di proporre in modo adeguato il Trentino su questi due mercati - ha spiegato Maurizio Rossini, direttore dell'area marketing di Trentino Turismo e Promozione -. Solo successivamente potremo attuare azioni di promozione mirate, magari coinvolgendo anche le aziende trentine del mondo outdoor già presenti con successo in particolare in Corea". (mf)

-

()