

La Santanchè vola in Cina e Corea per assicurarsi i turisti asiatici

Il ministro: «Pechino apra alle nostre aziende». Colloqui con le case di produzione

di **SARINA BIRAGHI**

■ Rientra a pieno titolo nell'odierna Giornata mondiale del turismo, la missione che si è conclusa domenica del ministro **Daniela Santanchè** tra Cina e Corea del Sud con importanti tappe a Seoul, Hong Kong, Macao e Shangai. Obiettivo della prima missione commerciale del dicastero puntare su un turista di qualità, con un bel portafoglio, con la voglia di visitare luoghi nuovi e destagionalizzato. E trovare un'alternativa alla Via della Seta. «L'Italia è pronta ad accogliere i turisti cinesi che, come ho visto, vogliono vedere le nostre bellezze naturali, artistiche e culturali, ma anche conoscere di più la nostra Nazione e d'altra parte vogliamo che la Cina si apra agli imprenditori italiani affinché possano portare la conoscenza, la capacità e le competenze, che ci contraddistinguono, qui in un mercato che è tra i più importanti al mondo e che ama il prodotto italiano. Questa visita è stata l'occasione per consolidare il presente, ma soprattutto per costruire un solido futuro», ha detto la **Santanchè** che era accompagnata dall'amministratore delegato dell'Enit, **Ivana Jelinic** e dal presidente dell'Italian trade agency, **Matteo Zoppas**, oltre che dai rappresentanti di importanti gruppi italiani come Alis, Arsenale Spa, gruppo Msc, Federterme, Ita airways,

Nicolaus group, Rocco Forte Hotel e Star Hotel. Nella tappa di Seoul il ministro ha avuto colloqui con case di produzioni locali considerato che da Squid Game alle Blackpink, dai Bts a Parasite, l'industria dell'intrattenimento coreana è tra le più sviluppate al mondo e i K-Drama sono da tempo un fenomeno di massa a livello globale, così come il cinema e il K-Pop. Moda molto diffusa tra i nostri giovanissimi tanto che nel 2022 si è registrata una crescita del 343,4% del turismo italiano in Corea del Sud. E durante l'evento «Open to Meraviglia», ospitato nella residenza dell'ambasciatrice italiana **Elena Gatto** si è parlato proprio della possibilità di incrementare i rapporti con le Film Commission italiane per far apparire in un episodio anche solo in una scena cruciale di un K-Drama una nostra località che diventerebbe così una meta turistica molto ambita. «Non vogliamo subire il turismo, ma anche promuovere zone meno note dell'Italia», ha detto il ministro di FdI chiarendo che «non contano solo i numeri, ma anche la spesa». A Hong Kong, seconda tappa del viaggio istituzionale, presentando «Open to meraviglia» **Santanchè** ha ribadito la volontà di «sviluppare insieme strategie di reciproca soddisfazione per il turismo. Ad esempio, a novembre s'inaugura a Hong Kong una mostra molto importante di Tiziano. E credo che questa sia la

strada giusta da intraprendere: creare insieme eventi che promuovano l'Italia per la Cina e Hong Kong e viceversa».

A Macao la titolare del **ministero del Turismo** è intervenuta alla cerimonia d'apertura del prestigioso Global Tourism Economy Forum, piattaforma internazionale leader del comparto di cui l'Italia è quest'anno nazione partner. A Shangai, ultima tappa, il ministro **Santanchè**, ricordando gli ultimi dati sui flussi turistici cinesi, nel 2022 sono stati 320.000 gli arrivi nelle strutture ricettive italiane 2022 (+58%) ha fatto il punto della missione: consolidamento e sviluppo della cooperazione tra Italia, Cina e Corea del Sud, atta a sfruttare appieno e in maniera integrata il potenziale turistico e imprenditoriale che lega queste realtà. «Abbiamo un obiettivo comune: procedere nella costruzione di un partenariato internazionale, e lo possiamo realizzare attraverso un lavoro sinergico, una visione industriale del turismo che ne possa favorire la crescita strutturale. Ma soprattutto possiamo contare su una salda amicizia tra le nostre Nazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MANAGER Daniela Santanchè

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 9881 - L.1721 - T.1721

