

Missione in Cina per il ministro Brambilla

Una presenza strategica. Il ministro del turismo Michela Brambilla è sbarcata all'edizione 2009 del **China International Travel Mart**, svoltasi a Kunming, con il chiaro obiettivo di intensificare i rapporti tra Italia e Cina e dare continuità ad un percorso di collaborazione iniziato lo scorso luglio, con la firma del protocollo di intesa sul turismo. "Con la nostra presenza in fiera - ha dichiarato il ministro - vogliamo lanciare un ulteriore messaggio di partnership al ministro cinese del turismo Shao Qiwei, con il quale stiamo studiando una serie di iniziative per favorire lo scambio turistico ed alimentare i flussi in entrambi i sensi". La prima presenza italiana in Cina è stata anche l'occasione per scoprire i segreti dell'industria turistica cinese, le cui massime forze erano distribuite nei 50.000 mq di superficie della fiera, dov'erano presenti, distribuiti in sei padiglioni, oltre 2.000 stand, 4.000 espositori, di cui più di 1.000 esteri e seller in rappresentanza di 94 paesi. Un bacino d'utenza imponente, su cui il Ministero del Turismo italiano punta con decisione: "Stiamo studiando un piano per tradurre nei fatti i nostri accordi e come prima mossa abbiamo provveduto a ridurre il numero di giorni per il rilascio dei visti, per i quali la procedura adesso non supe-

rerà i cinque giorni lavorativi, grazie all'aumento del personale dedicato". Ma il vero nodo da sciogliere rimangono i collegamenti aerei diretti, troppo pochi, infatti, appaiono i 14 voli settimanali tra Italia e Cina: "Marchiamo stretto Alitalia - ha proseguito Brambilla - con

zato la presenza azzurra all'Expo di Shanghai, il ministro Brambilla ha aperto le porte ad un possibile scambio di programmi televisivi giornalistici, con informazioni ed immagini dei due paesi ed ha lanciato un invito ufficiale agli operatori cinesi: "A metà gennaio - ha concluso - sa-



l'obiettivo di aumentare le frequenze e diversificare gli aeroporti d'arrivo nelle principali città della Cina; inoltre ci stiamo muovendo per strutturare l'offerta incoming italiana alle esigenze del mercato cinese". E dopo aver ufficializ-

remo lieti di ospitare in Italia una delegazione di tour operator cinesi per una serie d'incontri b2b con i loro italiani, al fine di stimolare una migliore organizzazione di interscambio di viaggi". Cina ed Italia sembrano sempre più vicine. g.f.