



STORY-LEARNING, CHE COSA INSEGNANO QUESTE STORIE

Il mondo - e quello dell'economia e dei consumi, in particolare - parla sempre più cinese, si sa. E così mentre in Italia molti operatori del settore turismo e dintorni stentano ad adeguarsi alle esigenze più basiche del mercato globale, nel nostro Paese c'è anche chi, invece, con intelligenza e tempismo sa cogliere le grandi opportunità offerte dalla digital transformation: è il caso del gruppo Due Torri che nell'anno del turismo Europa-Cina ha pensato bene di prendere i turisti del Paese del Dragone per... la tasca!

Eco



DUETORRIHOTELS AI TURISTI CINESI: «VENITE, DA NOI PAGATE EASY»

Te la dò la Cina! Il gruppo alberghiero sarà il primo, in Italia a offrire Alipay, la piattaforma lanciata nel 2004 da Alibaba che, con 300 milioni di utenti, controlla quasi metà del mercato cinese dei pagamenti online

di Chiara Volontè

L aumento esponenziale della classe media cinese, oggi arrivata a circa 350 milioni di persone, si traduce in nuove opportunità anche per il turismo italiano. I numeri sono eloquenti: durante il summit UE-Cina avvenuto a Venezia lo scorso gennaio Dai Bin, il presidente di China Tourist Academy (l'ente governativo che promuove il turismo verso l'estero) ha dichiarato che per l'anno 2017 sono stati quasi 1,5 milioni i visitatori cinesi in Italia, che si posiziona come terza meta europea per numero di presenze. Dal vertice è emerso anche che il turista cinese ha capacità di spesa, ama lo shopping ma soprattutto è guidato, nelle sue scelte, dalla presenza del sistema di pagamento preferito, Alipay. Indicazioni talmente importanti da catturare l'attenzione del Gruppo Duetorrihotels, che ha subito pensato come incentivare le prenotazioni dei viaggiatori cinesi indirizzandole verso le proprie strutture. Il gruppo italiano di hotel leisure e business con un fatturato globale di

oltre 30 milioni di euro e più di 250 dipendenti - una vera eccellenza dell'hotellerie Made in Italy - sarà dunque il primo, in Italia, a offrire il servizio di pagamento Alipay, gestito da Ant Financial Services Group, che costituisce un titolo preferenziale nelle scelte di consumo dei cinesi quando viaggiano all'estero. La piattaforma è stata lanciata nel 2004 da Alibaba, uno dei maggiori portali di e-commerce al mondo, e ora controlla quasi metà del mercato dei pagamenti online in Cina, con 300 milioni di utenti. Un numero impressionante, avvalorato anche da un sondaggio di China IntelliConsulting Corporation, secondo cui il 77,4% dei consumatori cinesi sceglierebbe Alipay per i propri acquisti online, mentre l'88,3% considera più affidabili e sicuri i siti di prenotazione che si servono di questo sistema. Sono queste le cifre che hanno convinto Duetorrihotels ad aprirsi al metodo Alipay, agevolando così in fase di prenotazione, i turisti cinesi. I pos degli alberghi appartenen-

SECONDO LE ANALISI, LA PRESENZA DI ALIPAY RAPPRESENTA UN TITOLO PREFERENZIALE NELLE SCELTE DI CONSUMO DEI CINESI ALL'ESTERO

forma è stata lanciata nel 2004 da Alibaba, uno dei maggiori portali di e-commerce al mondo, e ora controlla quasi metà del mercato dei pagamenti online in Cina, con 300 milioni di utenti. Un numero impressionante, avvalorato anche da un sondaggio di China IntelliConsulting Corporation, secondo cui il 77,4% dei consumatori cinesi sceglierebbe Alipay per i propri acquisti online, mentre l'88,3% considera più affidabili e sicuri i siti di prenotazione che si servono di questo sistema. Sono queste le cifre che hanno convinto Duetorrihotels ad aprirsi al metodo Alipay, agevolando così in fase di prenotazione, i turisti cinesi. I pos degli alberghi appartenen-

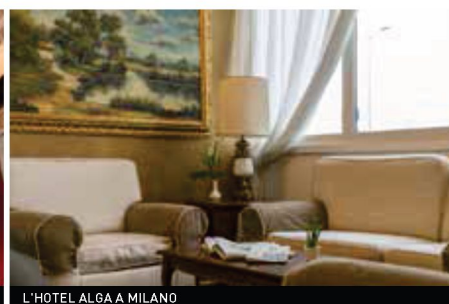
ti alla società sono stati abilitati ad accettare Alipay, favorendo i flussi di turismo dalla Cina. «Sì, siamo l'unico gruppo di hotel in Italia a offrire ai nostri ospiti la possibilità di effettuare i pagamenti dei loro soggiorni tramite Alipay – afferma Franco Vanetti, General Manager Duetorrihotels Spa – rientra nel nostro obiettivo di migliorare i servizi di tecnologia avanzata per creare un'esperienza migliore per i visitatori, eliminando le barriere linguistiche, culturali e di valuta per i turisti cinesi e per il nostro stesso gruppo».

CON L'OPERAZIONE ALIPAY, IL GRUPPO HA ABBATTUTO I LIMITI DI PAGAMENTO DELL'HOTELLERIE ITALIANA, CONSOLIDANDO LA SUA REPUTATION

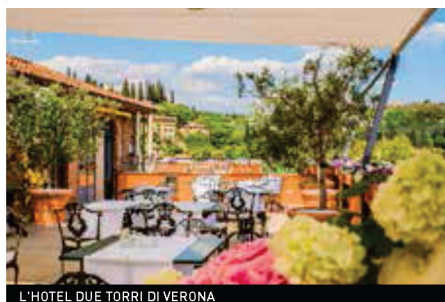
Un'attenzione, quella per il mercato del Paese del Dragone, che si inserisce anche all'interno di un percorso che l'azienda ha avviato già da diversi anni. Il gruppo Duetorrihotels nel 2016 ha ricevuto infatti per le sue 6 strutture – quattro luxury hotel (due dei quali membri di The Leading Hotels of the World e di Locali Storici d'Italia) e due business hotel a Milano



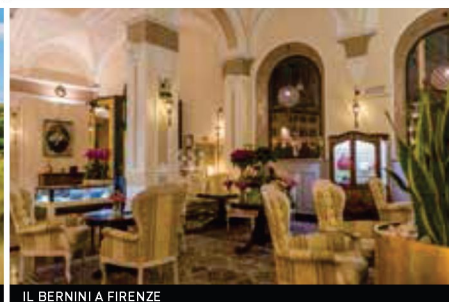
GLI ASSET DI DUETORRIHOTELS. QUI IL BRISTOL PALACE (GENOVA)



L'HOTEL ALGA A MILANO



L'HOTEL DUE TORRI DI VERONA



IL BERNINI A FIRENZE

– la “China Outbound Tourism Quality Service Certification”, una certificazione di qualità per l'accoglienza del turista voluta dall'ente governativo China National Tourism Administration (CNTA) nel 2013. Questo riconoscimento attesta che gli alberghi del gruppo soddisfano

criteri e requisiti riconosciuti dagli acquirenti dimostrando che si può offrire un'esperienza di viaggio sicura e confortevole, proponendo soluzioni e prodotti diversificati, personalizzati e di alta qualità che corrispondano alle aspettative e alle esigenze del pubblico cinese. La partnership con Alipay giunge proprio nel 2018, anno in cui Ue e Repubblica Popolare Cinese si sono impegnate nella promozione congiunta del turismo sostenibile, favorendo le opportunità di investimento, facilitando i collegamenti aerei e il rilascio del visto turistico. E che l'adozione di Alipay sia una scelta lungimirante, che anche le altre catene alberghiere e gli store dovrebbero accogliere, si può evincere dalle parole di Pietro Calenda, responsabile per il mercato italiano della piattaforma di pagamento: «Viaggiare all'estero è uno dei maggiori desideri della popolazione cinese. In particolare, in Italia la maggioranza dei turisti cinesi dichiara che lo shopping con Alipay è un'occasione irripetibile per comprare avvantaggiandosi di un ottimo tasso di cambio e per arricchire la propria esperienza di viaggio. Per i merchant e i brand è un'opportunità per accogliere facilmente i cinesi, dando loro l'opportunità di trovare negozi e prodotti preferiti e di pagare come a casa via mobile, avviando una relazione anche dopo il ritorno in Cina».

INCOMING, DALLA CINA CON FURORE

Circa il 23% delle entrate turistiche. È la quota che rappresentano oggi i turisti con gli occhi a mandorla nelle destinazioni di tutto il mondo. Un numero che consacra la Repubblica Popolare Cinese in vetta alle classifiche globali per numero di viaggiatori. Secondo quanto venuto fuori nel summit UE-Cina di inizio anno, il 2017 ha registrato 129 milioni di turisti cinesi, e nei prossimi cinque anni si stima che raggiungeranno i 700 milioni. Per quanto riguarda l'Unione Europea, nel

2017 sono stati quattro milioni i visitatori arrivati dalla Grande Muraglia, ma se a questi si sommano i cinesi già residenti in Europa che viaggiano nell'area o quelli che lavorano in un paese extra UE che non sia la Cina e vogliono visitare uno degli stati dell'Unione, il flusso annuo ha raggiunto i 12 milioni (e si calcola arriveranno a 20,8 all'anno nei prossimi cinque). Nel 2016 la popolazione cinese ha speso 261 miliardi di dollari per il turismo internazionale, con un aumento del 12% rispetto all'anno

precedente. Il presidente di China Tourist Academy ha puntualizzato che i viaggiatori cinesi sono sì attratti dall'arte, dallo shopping e dalla cucina, ma prediligono paesi, hotel e negozi in cui si possano utilizzare sistemi di pagamento tramite i circuiti Alipay, UnionPay, o WeChat. Secondo i dati di Alipay relativi all'estate 2018, invece, l'Italia ha registrato una crescita media di spesa da parte dei consumatori cinesi dell'87% rispetto al 2017, mentre il numero totale delle transazioni da parte degli utenti cinesi è cresciuto del 188%.