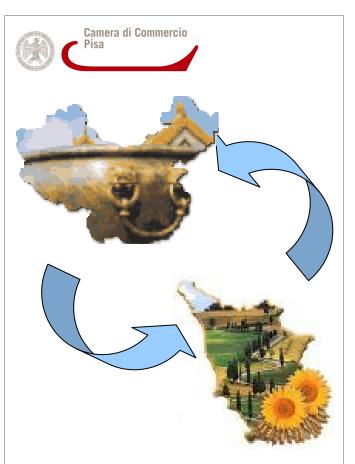




Segreteria Organizzativa:

Servizio Promozione e Sviluppo delle Imprese Camera di Commercio di Pisa Tel. 050-512.296/255/280 Fax 050-512.263 e-mail: promozione@pi.camcom.it



# **SEMINARIO**

"COME ACCOGLIERE IL TURISTA CINESE TRA ESIGENZE DELLA TRADIZIONE E MODERNITA'"

# **15 NOVEMBRE 2011**

Camera di Commercio di Pisa Piazza V. Emanuele II, 5 A u ditorium Rino Ricci Ore 09.30—17.00

# **PRESENTAZIONE**

La Camera di Commercio di Pisa, nel quadro delle proprie iniziative istituzionali per promuovere lo sviluppo delle imprese e del territorio, organizza un seminario di studio sull'accoglienza del turista cinese e sui rapporti tra Italia e Cina.

Il seminario è un'occasione di approfondimento tecnico e scientifico sulle modalità e sugli strumenti culturali e comunicativi che gli operatori del settore turistico-ricettivo devono conoscere per relazionarsi in maniera corretta nei confronti dei turisti cinesi.

Il seminario si propone di introdurre gli operatori del settore turistico-ricettivo al Paese Cina, ai suoi usi e costumi, dando delle indicazioni di massima sugli imperativi categorici nell'approccio culturale, per poi passare all'accoglienza del turista cinese prendendo in esame le sue esigenze e le sue aspettative.

# **PROGRAMMA**

### 09.30 REGISTRAZIONE DEI PARTECIPANTI

### 10.00 SALUTI SEGRETARIO GENERALE

(Dott.ssa Cristina Martelli)

### **10.15 OVERWIEW PAESE**

Aspetti generali, cenni storico politici, usi e costumi. (Dott.ssa Patrizia Dionisio – Sinologa)

### 11.00 COFFEE BREAK

### 11.15 APPROCCIO CULTURALE E COMUNICATIVO

- Differenze culturali di base tra Italia e Cina, valori, credenze e comportamenti;
- Concezione delle relazioni in Cina: l'importanza dell'approccio relazionale nelle culture people-oriented;
- La comunicazione in Cina, codici verbali e non verbali, presentazione degli errori di valutazione più comuni nel confronto tra le due culture e possibili soluzioni;
- Do's and dont's, cosa fare e cosa non fare, etichetta da riservarsi ai turisti, indicazioni di massima sugli imperativi categorici nell'approccio culturale con la Cina con particolare riferimento ai turisti.

(Dott.ssa Patrizia Dionisio - Sinologa)

### **12.45 DIBATTITO**

### 13.00 LIGHT LUNCH

### 14.00 INTRODUZIONE AL MERCATO TURISTICO CINESE

- I cinesi in vacanza, trend in atto:
- Come accogliere i turisti cinesi: "vecchi" e "nuovi" turisti cinesi, come ospitarli, aspettative e servizi per i cinesi in Italia, punti di forza e di debolezza dell'offerta turistica italiana, gestire le relazioni con i turisti cinesi.

(Prof. Giancarlo Dall'Ara - Marketing nel Turismo Università di Perugia)

### 15.30 LA TOSCANA E IL TURISTA CINESE

Il fascino della Toscana, temi di interesse e fattori di attrattiva, andamento dei flussi provenienti dalla Cina in Toscana negli ultimi anni.

(Dott. Alessandro Tortelli – Centro Studi Turistici di Firenze)

# 16.30 DIBATTITO E CONCLUSIONI

# TRA ESIGENZE DELLA TRADIZIONE E MODERNITA''" **DI ADESIONE** SEMINARIO "COME ACCOGLIERE IL TURISTA CINESE SCHEDA

**15 NOVEMBRE 2011 ORE 09.30— 17.00** Camera di Commercio di Pisa - Piazza V. Emanuele II, 5— Auditorium Rino Ricci

Nome e Cognome	Ð	Ente	Ente/Azienda	
Indirizzo		AD CA		Città
Telefono	Cell.	e-mail	(a)	Sito Web
Informativa ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs 196/2003	3 del D.Lgs 196/2003			
Codice in materia di protezione di	e dei dati personali I dati sono raccolti e	e trattati sia con strumenti informatici che manualmente p	er lo svolgimento dell'iniziativa in ogge	Sodice in materia di protezione dei dati personali I dati sono raccolti e trattati sia con strumenti informatici che manualmente per lo svolgimento dell'iniziativa in oggetto. Il conferimento dei dati è obbligatorio per partecipare alla stessa, pertanto l'eventuale i
rispondere comporta l'automati	ica esclusione dall'iniziativa. Titolare	del trattamento è la Camera di Commercio di Pisa con s	ede in Pisa — Piazza V. Emanuele II,	risponsi ecompretal initiative declaration (all initiative transported in the compression of the compression

o conservati e trattati per il periodo tto di diffusione. In base all'inforn

nego il consenso

dò il consenso