

TURISMO, ROMA GUARDA AL MERCATO CINESE: LA CAPITALE IN PRIMO PIANO SULLA APP ALIPAY

Publicato il 6 Giugno 2021 di redazione



Categoria: [ROMA](#), [FROSINONE](#), [LATINA](#), [VITERBO](#)



Contenuti e immagini saranno veicolati in maniera dinamica per attrarre le nuove comunità turistiche provenienti dalla Cina che vogliono vivere esperienze uniche di lifestyle italiano

Il rilancio di Roma come destinazione turistica passa anche attraverso la promozione sui canali digitali. Così l'Amministrazione capitolina, in collaborazione con *Zètema Progetto Cultura*, lancia una campagna marketing con Alipay, la principale piattaforma di pagamento digitale in Cina, sui loro canali proprietari e su WEIBO, uno dei principali social media cinesi con oltre 560 milioni di utenti attivi ogni mese. L'attività, che terminerà a metà giugno, è finalizzata ad aumentare la visibilità della Capitale verso i turisti cinesi, rafforzando, rinnovando e differenziando la propria offerta turistica per tornare ad attrarre il mercato del Paese del Dragone nel post pandemia.

La crescita economica che la Cina sta già registrando a partire da fine 2020 spingerà, secondo le previsioni, nuove fasce di turisti in Europa e soprattutto in Italia, punto di eccellenza del fashion e del food a livello internazionale.

Il visitatore cinese, che proviene da uno dei paesi più avanzati sul fronte dell'e-commerce e del mobile lifestyle, non è più focalizzato sui viaggi di gruppo ma ha fatto un salto di qualità basando le sue scelte individuali sulla ricerca nel nostro Paese di un'esperienza autentica, da vivere per interpretare in prima persona il lifestyle italiano e la dolcevita di Roma.

In questa ottica, Roma Capitale ha rafforzato la partnership esistente con Alipay per promuovere le bellezze della città attraverso 3 Vlog realizzati con una giovane influencer e giornalista cinese, già testimonial anche per ENIT. L'app Alipay rappresenta un'opportunità unica per gestire l'intero ciclo di "promozione e vendita" del sistema Roma in Cina, mettendo a disposizione strumenti per facilitare la vita quotidiana, con informazioni, sconti e servizi dedicati all'utente.

I contenuti originali che raccontano le diverse anime di Roma verranno proposti, attraverso un ricco palinsesto composto da 8 video e post che raccontano Roma nel lusso, nell'enogastronomia, nel verde e nell'outdoor, nelle grandi manifestazioni sportive, nel cinema e nell'opera sui canali social legati ad Alipay e all'ecosistema Alibaba, su piattaforme cinesi come Weibo e sugli account degli influencer coinvolti, mentre messaggi con un impatto commerciale diretto saranno pubblicati sull'applicazione Alipay nella sezione dedicata alla vendita di servizi e prodotti.

"Roma ha tutte le caratteristiche per intercettare le comunità turistiche cinesi più giovani e altospendenti, proponendo un'offerta innovativa basata sulle esperienze. Secondo i dati ISTAT, prima

della pandemia la Cina ha generato oltre tre milioni di arrivi in Italia, investendo 650 milioni di euro. Siamo confidenti che questi numeri saranno confermati anche dopo l'emergenza Covid. I buyer cinesi rappresentano una quota importante per i brand del fashion e del luxury che rendono l'Italia famosa nel mondo: per questo dobbiamo inserirci in una quota di mercato importante, sviluppando tutte le potenzialità della nostra città. Attraverso la collaborazione con Alipay non solo valorizziamo il nostro patrimonio storico artistico apprezzato in tutto il mondo, ma proponiamo un'immagine di Roma contemporanea e di tendenza, una Capitale dinamica capace di ospitare anche grandi eventi sportivi come gli Europei di calcio che inizieranno tra pochi giorni" dichiara **Veronica Tasciotti**, Assessore allo Sport, Turismo, Politiche giovanili e Grandi Eventi cittadini di Roma Capitale.

"L'utente cinese si aspetta un'integrazione continua tra esperienza digitale e offline, nella vita quotidiana e in viaggio. In Cina Alipay già fornisce pagamenti mobile e servizi digitali a 360° e in Italia da tre anni permette pagamenti digitali nei luxury store, nel fashion, nel beauty, nei musei e per il trasporto, dagli aeroporti ai taxi: siamo una vera e propria lifestyle app. Con questa collaborazione andiamo ad offrire agli utenti cinesi quella stessa esperienza digitale tanto apprezzata e alla quale sono abituati, anche quando si trovano nella Capitale", commenta **Rodrigo Cipriani Foresio**, Country Manager di Alipay Sud Europa. *"Questa iniziativa permetterà ai turisti cinesi di scoprire Roma sotto una luce diversa, sia come importante patrimonio storico e simbolo della cultura europea e mondiale, sia come città di alto profilo, patria del lusso, della moda, del buon cibo ma soprattutto dell'accoglienza".*

Informazioni su ALIPAY

Ant Group è l'operatore di Alipay, la principale piattaforma di pagamento digitale in Cina che serve oltre un miliardo di utenti, 80 milioni di commercianti e 2.000 istituzioni finanziarie partner. L'app Alipay fornisce pagamenti mobili e servizi digitali per la vita quotidiana come consegna di cibo, trasporto, intrattenimento e assistenza sanitaria. Alipay consente ai consumatori di effettuare acquisti online di beni e servizi da oltre 200 paesi e regioni e offre comodi servizi transfrontalieri che consentono agli utenti di effettuare pagamenti offline tramite l'app Alipay. La piattaforma Alipay supporta transazioni in oltre 40 valute.

