

SEA RICEVE IL PREMIO CHINA AWARD PER IL PROGETTO CHINESE FRIENDLY AIRPORT

Consegnato ieri sera durante l'evento China Award che premia le aziende che investono sul mercato cinese



Milano, 28 novembre 2014 – Nel corso della cerimonia di premiazione del **China Award 2014**, tenutasi ieri sera presso il Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano, SEA, la società di gestione degli Aeroporti di Milano, ha ricevuto il **Premio Speciale Expo 2015** per essersi distinta nella realizzazione di strumenti a sostegno dei visitatori cinesi. Un riconoscimento importante che premia l'efficacia dei servizi implementati presso l'aeroporto di Milano Malpensa nell'anno 2014 attraverso l'attestato di "**Chinese Friendly Airport**" che la Fondazione Italia Cina ha conferito a SEA.

SEA, similmente a quanto fatto da numerosi aeroporti in Europa, come Parigi, Amsterdam e Francoforte, ha deciso di cogliere al meglio l'opportunità di business rappresentata dall'incremento dei flussi di passeggeri cinesi, anche in vista di EXPO 2015 per la quale si prevedono solo dall'area Asia-Pacifico oltre 2 milioni di visitatori. La società di gestione degli aeroporti di Milano ha pertanto istituito il Progetto "**Chinese Friendly Airport**" con lo scopo di sviluppare una serie di iniziative e strumenti volti a migliorare la fruibilità di Milano Malpensa e a rendere l'aeroporto attrattivo per le compagnie aeree cinesi e per i loro passeggeri.

Il progetto "Chinese Friendly Airport" offre diversi servizi dedicati ai passeggeri cinesi che di solito viaggiano in gruppo, conoscono poco l'inglese e si aspettano di ritrovare nei nostri aeroporti gli stessi servizi dei quali usufruiscono nei loro scali di origine.

Fanno parte delle iniziative di successo introdotte nell'ambito del progetto "Chinese Friendly Airport", lo shopping helper, per supportare i clienti nei loro acquisti grazie all'impiego di personale madrelingua, la card FASCINATION per acquistare con sconto nei negozi dell'aeroporto, la segnaletica e l'informativa aeroportuale in lingua cinese, costantemente rafforzata nelle posizioni chiave, speciali aree di prodotti tipici del made in Italy con indicazioni in cinese e la "app per smartphone" dell'aeroporto di Malpensa in lingua cinese, per garantire al passeggero supporto in mobilità. Inoltre, nelle sale del Club SEA è presente un corner con cibo, mentre sui monitor in aeroporto vengono trasmesse le breaking news in lingua cinese fornite dalla press agency Xinua.

Sono in fase di svolgimento i corsi interculturali per il personale operativo e di frontline dell'aeroporto e a breve sarà pronto anche il sito web di Malpensa in cinese. Procede, infine, la collaborazione con Global Blue e con il supporto dell'Agenzia delle Dogane per velocizzare e semplificare le procedure di "VAT Refund".

Tra i numerosi plus che rendono Malpensa attrattiva agli occhi della clientela cinese c'è la nuova Piazza del Lusso, inaugurata di recente nell'ambito dei lavori di rinnovamento del Terminal 1, nella quale è possibile acquistare i prodotti delle migliori marche dell'alta moda. L'acquisto di prodotti di lusso è uno dei motivi principali che spinge il turista cinese a viaggiare all'estero: nonostante la crisi infatti, Global Blue, la nota società di tax refund, ha registrato una crescita del 20% della



spesa del turista cinese in Italia nel 2013. In termini di scontrino medio il turista cinese, assieme a quello di Hong Kong, rimane leader nell'ammontare di spesa per shopping in Italia (914 euro per il turista cinese con un +2% di crescita e 1.029 euro per il turista di Hong Kong, con una crescita sostanzialmente invariata).

Entro il 2020 la Cina sarà il paese al mondo con il maggior numero di turisti all'estero, secondo un'indagine del World Tourism Organisation. Se nel 2014 sono stati 114 milioni i cinesi che hanno effettuato un viaggio all'estero, +13% rispetto al 2013, anche per il 2015 si attende un incremento di pari entità, confermando ulteriormente il trend positivo degli ultimi 15 anni. Basti pensare che nel 2005 la Cina risultava 7° in termini di capacità di spesa nel turismo internazionale; a partire **dal 2012 la Cina ha superato sia gli Stati Uniti d'America che la Germania per raggiungere il primo posto della classifica mondiale.**

Più del 90% dei voli diretti per l'Europa provengono dalle principali città quali **Beijing, Shanghai, Guangzhou, e Hong Kong.** I volumi di traffico **Milano-Cina** sono aumentati del **+207%** dal 2008 al 2014, passando da 269.000 passeggeri diretti e indiretti agli attuali 826.000.

Le compagnie aeree cinesi con voli diretti da e per Milano Malpensa sono **Air China** e **Cathay Pacific.** Le maggiori destinazioni da e per Milano Malpensa nel 2013 sono state **Shanghai** con 223.000 passeggeri, volo operato da Air China sette giorni alla settimana, **Beijing** con 118.000 passeggeri, volo operato da Air China cinque giorni alla settimana, **Hong Kong** con 228.000 passeggeri operato da Cathay Pacific sette giorni su sette.

Anche per quanto riguarda il traffico merci si registrano numeri in crescita. L'export complessivo Italia-Cina nel 2013 ha visto un incremento considerevole (pari al 6%) rispetto all'anno precedente, attestandosi a quota 78.000 tonnellate. **L'area di Milano, ricopre circa il 60% dell'export totale** pari a 44.000 tonnellate. L'aeroporto di Milano Malpensa riveste un ruolo preponderante grazie ai servizi belly operati giornalmente sui voli di Air China e Cathay Pacific e ai vettori all cargo come Cargolux Italia e Cathay Pacific Cargo che collegano Hong Kong rispettivamente 4 volte e 3 volte a settimana.