

## GLI AEROPORTI DI MILANO SBARCANO SU WECHAT, L'APP PIÙ IMPORTANTE DEL MERCATO CINESE.

*Milano, 25 luglio 2018* – SEA Aeroporti di Milano decolla su WeChat con l'apertura di un Official Account. Il gruppo guarda con interesse ai turisti cinesi in arrivo nel capoluogo lombardo con un'offerta mirata.



Milano si conferma capitale dello shopping italiano e fra le maggiori mete europee predilette dai turisti cinesi: con il 39% della spesa totale da parte dei turisti cinesi nel paese, seguita da Roma (17%), Firenze (9%) e Venezia (6%), il capoluogo lombardo è infatti in cima alla classifica delle città italiane per volumi di spesa effettuati dagli abitanti della Repubblica Popolare. Ogni anno, oltre mezzo milione di cittadini cinesi sbarcano negli aeroporti milanesi e scelgono le vie del quadrilatero della moda per fare acquisti e portare con sé le ultime tendenze internazionali.

Per questo motivo, il gruppo SEA, responsabile della gestione degli aeroporti di Milano Linate e Milano Malpensa, ha appena lanciato il proprio account ufficiale su WeChat, la piattaforma più popolare fra i consumatori cinesi, grazie ad un accordo firmato con Digital Retex, Partner ufficiale di WeChat in Europa. WeChat è dunque il canale ideale per comunicare in Cina e, con l'aiuto di Digital Retex, il gruppo SEA punta a centrare un obiettivo strategico, ovvero fornire all'utenza cinese sia contenuti che servizi dedicati tramite il canale per loro più familiare. WeChat in Cina non è solo un social media, ma una piattaforma di servizi con 1 miliardo di utenti attivi al mese e una penetrazione nelle maggiori città che supera il 93%, utilizzata per chattare, navigare, acquistare prodotti e servizi e pagare online.

Arrigo Santini, Responsabile E-Channel Management SEA, sottolinea che “l'apertura di un account ufficiale WeChat è un ulteriore passo della nostra strategia per l'accoglienza dei viaggiatori cinesi, ai quali vogliamo permettere di programmare con comodità e facilità il loro viaggio a Milano e la permanenza nei nostri aeroporti. WeChat rappresenta senza dubbio il canale più adatto per farlo”.

Fausto Caprini, Amministratore Delegato di Retex, afferma: “L'importanza del flusso dei visitatori cinesi che scelgono Milano come loro meta rappresenta un dato di primaria importanza. La scelta di SEA si colloca in un contesto di internazionalità e di sensibilità culturale verso una clientela attratta dal nostro paese: era quindi necessario presentarsi con un “biglietto da visita” per loro di facile comprensione, allo scopo di poterli accompagnare alla scoperta di Milano e delle nostre eccellenze”.