

Parte da Amalfi il progetto per il primo club di prodotto "chinese friendly"

Quando l'hotel parla cinese

A gennaio il seminario per gli albergatori: a lezione con Dall'Ara

Prende forma ad Amalfi – dalla collaborazione tra gli albergatori e le istituzioni – il progetto Cina. All'orizzonte c'è la costituzione di un club di prodotto, il primo in Italia, che raggrupperà strutture ricettive e operatori locali *chinese friendly*, specializzati nell'accoglienza dei cinesi. L'iniziativa è supportata dalle tre "A", l'Associazione Albergatori Amalfitani, guidata dall'avvocato **Gennaro Pisacane**, presidente del consorzio Amalfi di qualità e della sezione provinciale di Asshotel-Confercenti. «Il mio libro sul comodino? *Viaggio in Occidente*, un

classico della letteratura cinese del 1500», racconta. Parte proprio da qui, dallo studio della cultura orientale, il percorso di ospitalità dei turisti del gigante asiatico, così diversi dai giapponesi che da anni affollano la Costiera.

Regole dell'accoglienza

Il mercato nipponico è il terzo, dopo quello inglese e quello Usa, nella classifica dei bacini esteri. «Ma i cinesi aumentano sempre più. Non abbiamo statistiche alla mano, ma la crescita è palpabile», rivela Pisacane che per la formazione degli albergatori si affiderà al professor **Giancarlo Dall'Ara**, co-autore con **Patrizia Dionisio** del saggio *Come accogliere i turisti cinesi. Introduzione alle relazioni con il mercato turistico più grande del mon-*

do, pubblicato quest'anno da FrancoAngeli (144 pagine, 19 euro). Quella che finora è un'intenzione, assumerà concretezza tra gennaio e febbraio 2013, quando Amalfi ospiterà il primo seminario gratuito sulle nuove regole dell'accoglienza. «Formazione, formazione, formazione», è questa secondo Pisacane la chiave di volta per accaparrarsi nuove fette di mercato. «L'onda cinese sarà travolgente – prevede – e dobbiamo farci trovare preparati».

Tradurre siti e depliant

Consigliere comunale con delega alle Politiche turistiche, il numero uno degli albergatori di Amalfi insiste anche sulla necessità di comunicare con l'Oriente: «Una volta costituito il club di prodotto, finanzia-

remo la traduzione in mandarino dei siti web istituzionali e dei depliant», promette. Tra le prospettive, c'è anche l'ingresso delle strutture nelle olta asiatiche: «Guardiamo ai turisti di nuova generazione, quelli tra i 30 e i 40 anni, che usano la rete per prenotare le vacanze e hanno un buon livello culturale».

L'iniziativa è accolta con entusiasmo dal giovane e dinamico assessore al Turismo del Comune di Amalfi, **Daniele Milano**: «Offriamo pieno supporto all'industria. Solo con un gioco di squadra si potrà migliorare l'ospitalità in Costiera, intercettando le nuove tendenze provenienti dall'area Bric». L'obiettivo su larga scala? Esportare il club di prodotto *chinese friendly* nel resto d'Italia.

Roberta Rianna

www.aaamalfi.com



Giancarlo Dall'Ara