Atahotels, siglata l'alleanza con la Cina

Obiettivo: **promuovere l’offerta ricettiva italiana, intercettare i flussi di turisti cinesi, formare il personale alle esigenze culturali di nuovi target. E viceversa**. Ecco le basi dell’accordo siglato oggi fra **Atahotels**, prima catena alberghiera di proprietà con 21 strutture e un fatturato annuo di 120 milioni di euro, e **BTG-Jianguo Hotels & Resorts**, società cinese (a sua volta parte di un’immensa holding del turismo) che controlla 91 hotel in Cina. Nell’immediato futuro, la partnership si concretizzerà con la possibilità, per gli ospiti, di sperimentare la cucina cinese negli otto Atahotel coinvolti nell’iniziativa. “Gli alberghi selezionati per questa operazione sono sia business sia leisure” racconta **Roberto Franchi, direttore generale Atahotels**. “Sono il Principi di Piemonte a Torino, il Golf Hotel a Madonna di Campiglio, l’Atahotel ExpoFiera e l’Atahotel Executive a Milano, l’Atahotel Bologona, l’Atahotel Villapamphili a Roma, l’Atahotel Capotaormina e il Tanka Village a Villasimius. I clienti di queste strutture potranno scoprire la cultura cinese in tutte le sue declinazioni, compresi usanze, costumi e tradizioni”. In occasione del Capodanno cinese, poi, accadrà il contrario: una delegazione di chef italiani degli alberghi del gruppo si “esibirà” a gennaio negli otto hotel cinesi selezionati – a Pechino, Guangtzou e Sanya - per settimane enogastronomiche tutte italiane.
“Con l’accordo di oggi intendiamo raggiungere uno standard qualitativo che ci consenta di valorizzare il concetto di ospitalità. Investiremo sulle risorse umane: con questo interscambio culturale si muoveranno infatti tra Italia e Cina otto chef di cucina. Le prime strutture coinvolte saranno i resort di mare e montagna, pronte a offrire dalla prossima stagione estiva proposte culinarie tipiche della Cina. **Per Expo 2015 saremo pronti a presentare standard enogastronomici e di ospitalità sempre più elevati**” aggiunge Franchi.
A proposito di Expo: l’intesa presentata oggi – alla presenza anche del **presidente di Atahotels Gianluca Santi** e **dell’amministratore delegato BTG Jianguo Hotels & Resorts** – è finalizzata naturalmente **a intercettare un’ampia quota dei turisti cinesi attesi a Milano per l’Esposizione Universale**. Stando alle stime, almeno un milione di presenze nel 2015.
L’accordo fra le due compagnie alberghiere punta anche al marketing: è infatti prevista la **pubblicazione on e off line dei rispettivi brand** – Atahotels in Cina e Jianguo Hotels in Italia – negli alberghi coinvolti nell’iniziativa, nonché l’avvio di programmi di cross sellino e di fidelizzazione verso i rispettivi bacini di clientela.