

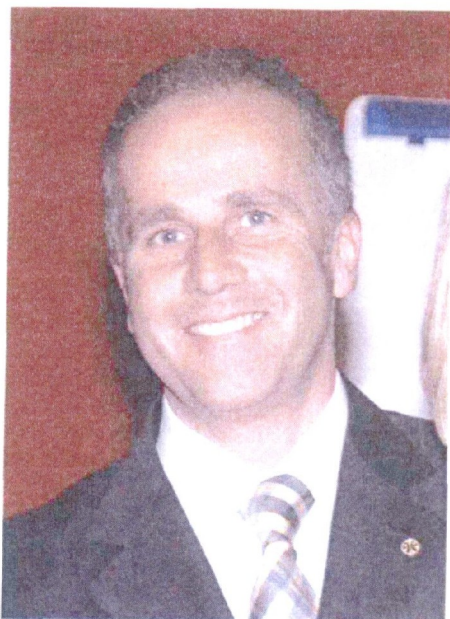
Samarcanda investe in un'animazione innovativa

Un protagonista della comunicazione. Il ruolo dell'animatore fra competenze personali, lingue straniere e uso delle tecnologie. Dario Filippi, proprietario del marchio **Samarcanda**, spiega quali sono i moderni format dell'intrattenimento nei villaggi turistici italiani ed esteri

Manlio Teodoro

Per il turismo italiano il 2011 si è chiuso in controtendenza rispetto all'andamento generale dell'economia mondiale, grazie a una crescita delle presenze del 2,3 per cento (fonte Federalberghi). Nel complesso, è stata registrata una ripresa delle presenze estere e non c'è stato il crollo – temuto – del turismo interno. Come spiega Dario Filippi:

Dario Filippi,
proprietario del marchio
Samarcanda Varese
www.samarcanda.com



«Che la crisi abbia avuto un impatto sul turismo è indubbio, tuttavia le sue dimensioni sono state meno drammatiche di quello che ci si poteva aspettare. Il settore ha saputo reagire razionalizzando le spese, cercando nuovi mercati e soprattutto puntando sull'innalzamento della qualità dell'offerta». Filippi è proprietario del marchio **Samarcanda**, azienda che propone servizi di animazione e spettacolo per villaggi turistici. «Non abbiamo mai ceduto alle sirene ribassiste del low cost che sacrifica il prodotto. Il riposo, il divertimento e la vacanza – proprio perché viviamo momenti difficili – sono ormai sentite quasi come un'esigenza primaria».

Cosa significa, concretamente, offrire un servizio di qualità nell'animazione turistica?

«Per intrattenere, la qualità è fondamentale e si ottiene con l'originalità e i contenuti, oltre che con le capacità proprie dell'operatore di coinvolgere il pubblico. La figura stereotipata dell'animatore invadente e ba-

nale è ormai totalmente superata. Oggi l'animatore è un protagonista della comunicazione. Il suo compito non è solo quello di far divertire, ma anche quello di facilitare la relazione tra gli ospiti, di stimolare la conoscenza e l'apprezzamento dei pregi del territorio e della struttura turistica. E deve sapere fare tutto ciò in più lingue. Naturalmente questo insieme di competenze prevede anche delle specializzazioni. Utilizzando un paragone, il palinsesto di uno staff di animazione è ormai sempre più simile al palinsesto di una televisione: con fasce di programmi informativi e fasce di programmi per il divertimento, programmi specializzati per bambini e programmi tematici. E ovviamente spazi di approfondimento e che offrano opportunità di relazione».

In questa ricerca di stimoli e contenuti per coinvolgere, ha un peso la moderna tecnologia?

«Bisogna avere chiaro che il lavoro dell'animatore si basa su una relazione personale. È quell'aspetto caldo, umano che