

Usa | Italia | Passaporto sanitario | Dark Tourism

Presentiamo un articolo a cura di **Emilio De Risi** che ha lanciato un nuovo progetto editoriale “**21 Grammi di Turismo**”, una **newsletter settimanale** che seleziona, sintetizza e racconta **i fatti più interessanti dell'industria turistico alberghiera**.

Stati Uniti

Sposarsi a New York... Il Governatore Cuomo ha annunciato che entro il 15 marzo consentirà i ricevimenti fino a 150 ospiti, alzando l'attuale numero massimo di 50 persone.

Ci saranno delle restrizioni: i matrimoni dovranno essere approvati dal dipartimento sanitario locale; saranno consentite al massimo 150 persone (o il 50% della capacità della sede se inferiore) e bisognerà fornire test covid-19 negativo.

Pare possa essere una prova generale per la riapertura degli eventi live al coperto. Un segnale d'ottimismo, ma resta la preoccupazione sulla capacità di mantenere gli standard di sicurezza richiesti.

Italia

Zone gialle e riaperture. Agli Uffici si aggiungono altri importanti musei come il Cenacolo Vinciano, la *Pinacoteca di Brera* a Milano e le *Gallerie d'Italia* a Milano, Napoli e Vicenza. A questi, dal 15 febbraio, potrebbero accodarsi gli *impianti sciistici* sui quali peserà una delle prime scelte del nuovo governo: la revoca del divieto di spostamento tra le regioni.

Non chiedere lo stato di crisi è stato un errore e adesso, secondo *il Sole 24 Ore*, bisogna puntare su strumenti efficaci.

Eccoli:

A) Portare i **finanziamenti** previsti ex art.13 decreto Liquidità da 6 anni a 12 anni (poiché molti non saranno rimborsati dalle aziende);

B) Lanciare misure di medio-lungo periodo come il **bond turismo** a 20 anni a tasso ridotto (con garanzia dello Stato);

C) Prevedere l'**esonero contributivo** per tre anni (se il fatturato 2020 è inferiore del 50% allo stesso periodo del 2019);

D) Inserire più risorse nel **Recovery fund**;

E) Lanciare una politica del lavoro che non si fermi alla **cassa integrazione** ma punti alla **formazione**.

Europa

In **Danimarca** si lavora a un **passaporto che dimostri le vaccinazioni**. Il documento dovrebbe essere pronto entro la primavera e secondo il ministro delle finanze danese aiuterà a favorire il **business travel**.

L'Estonia ha dichiarato che consentirà ai passeggeri che esibiranno prova della vaccinazione covid-19 di evitare la quarantena.

Nel frattempo la **Commissione europea** sta valutando delle proposte relative al **rilascio di certificati di vaccinazione** che aiutino i viaggiatori a muoversi e a stimolare il settore turistico.

Passaporto d'Immunità

Se ne parlò già durante la prima ondata e oggi, come racconta *il Post*, IATA (International Air Transport Association), IBM e World Economic Forum stanno lavorando ad applicazioni che certifichino le vaccinazioni.

Eppure qualcosa di condiviso già c'è. **La tessera gialla (certificato internazionale di vaccinazione e profilassi)** è un documento rilasciato dalla **OMS o dalle autorità sanitarie nazionali che certifica la vaccinazione per specifiche malattie ed è obbligatoria per entrare in alcuni paesi.**

Pur restando i timori sulla durata dell'immunità e la contagiosità dopo il vaccino, probabilmente sarebbe giusto proseguire nella direzione di uno standard condiviso come quello della tessera gialla.

Dark Tourism: una riflessione

Qual è il confine tra imparare, rendere omaggio e trasformare il luogo di un dramma in un parco a tema? *Lonely Planet* prova a dare qualche spunto: limitare i selfie (si concentrano sul soggetto fotografato più che sul luogo); rispettare in modo scrupoloso le indicazioni del posto visitato; evitare pose ambigue mentre si fanno fotografie.

*Forse sono solo consigli di buon senso, ma è giusto ricordare che esistono modi sbagliati di visitare un luogo. **La storia è fatta anche di tragedie: sta ai viaggiatori e a chi progetta il turismo approcciarle con etica, rispetto e delicatezza.***

Vi terremo aggiornati con altri utili spunti... nel frattempo, vi invitiamo a registrarvi al Tag 21 grammi di turismo

Associazioni professionali d'hotel: le potenzialità

future

E' innegabile che il ruolo delle **associazioni professionali** sia cambiato nel tempo, abbandonando la centralità amicale.

La forte componente "dopolavoristica" ha ceduto il passo alle odierne esigenze professionali del socio e non, che vede nell'associazione un'opportunità di accrescimento professionale ed eventualmente di supporto per una collocazione lavorativa.

Le caratteristiche richieste qualche decennio fa a chi operava nel comparto sono mutate completamente, subendo una progressiva evoluzione. Basti vedere il ruolo di direttore d'albergo: si è passati dal ruolo di "padrone di casa" a quello di manager a 360 gradi: il direttore d'albergo oggi deve essere un professionista dotato di un'alta formazione con competenze multidisciplinari che spaziano da elementi di marketing e promozione sino alla gestione contabile.

La necessità di aggiornare le proprie competenze, tecniche e personali, interessa non solo i soggetti con responsabilità manageriali, ma anche quelli cui sono affidate mansioni di tipo operativo.

Il forte cambiamento che sta interessando il comparto turistico-alberghiero è testimoniato dalla diffusione di profili che richiedono competenze e capacità specifiche, basti pensare alla miriade di nuove professioni create con l'avvento di Internet.

A latere, vi è l'annosa mancanza di una formazione adeguata che crea, di fatto, una scarsa professionalizzazione del settore rispetto a valori ottimali.

Tale situazione è notevolmente danneggiata da un'offerta formativa frammentata e in alcuni casi di inadeguato insegnamento.

A mio avviso, l'attività formativa continua, attraverso i corsi di aggiornamento e/o specialistici, presso apposite scuole di alta formazione o prodotte da entità formative costituite da figure professionali di spessore, rappresenterebbe una soluzione, fermo restando che venga attivato un iter formativo di base che trasmetta le competenze necessarie per operare nel settore e si adegui alle rapide evoluzioni del mercato turistico.

Tale attività deve rivolgersi indistintamente a lavoratori di tutti i livelli, a partire da quelli con ruoli operativi e tanto nelle piccole strutture ricettive quanto in quelle medio-grandi. Oggi nel sistema turistico italiano, e ancor più nel settore alberghiero e della ristorazione, il tema della formazione rappresenta un "nodo" da risolvere al più presto.

Tra i **requisiti fondamentali** per i "formatori", l'esperienza dovrebbe superare la teoria.

In virtù di quanto esposto, le associazioni professionali potrebbero inserirsi a pieno titolo quale "contenitore di opportunità formative" da offrire al settore. Queste hanno competenze e titoli per poterlo fare in favore di una rilevante domanda (e di un'urgente necessità) di conoscenze professionali.

Un'associazione professionale riconosciuta rappresenta, peraltro, una garanzia sul mercato e per l'importante "cantera", da dove gli alberghi e non solo, potrebbero prelevare professionisti e servizi qualitativi.

La cultura imprenditoriale del settore snobba questa importante opportunità a "parametro zero", per dirla in termini calcistici, preferendo il suggerimento di un amico (la classica raccomandazione) che il più delle volte si rivela non efficace e nei casi più estremi rompe amicizie durature a causa dei drammatici esiti della "segnalazione", oltre a creare problemi alla gestione della struttura.

In precedenti articoli ho fortemente evidenziato la necessità di obbligare la proprietà alberghiera ad “assoldare” un direttore o responsabile certificato, proprio per le catastrofiche vicissitudini che si succedono nell’hotellerie italiana che, ricordo, causano un effetto domino su tutto il contenitore di una destinazione turistica.

Prezzi troppo alti o anche troppo bassi, quando gestiti senza senso, abbassano notevolmente la brand reputation dell’area, creando anche problemi a quelle strutture che invece adottano protocolli qualitativi e hanno personale con alto spessore professionale. Al di là di questo, penso che con l’attuale gestione di una struttura ricettiva, non si possa più improvvisare, bisogna sempre essere al passo con i tempi e costantemente “formati”.

E chi meglio delle Associazioni professionali specifiche per settore potrebbe fornire di più?

Io penso che nessuno in nessuna parte del mondo possa parlare di futuro del proprio popolo o della propria organizzazione senza parlare di formazione. Chiunque controlli la formazione dei nostri ragazzi controlla il futuro”: Wilma Mankiller (politica e attivista statunitense)

Università & Turismo – Social network e creatività

Alessandro Prunesti, Digital Marketing Manager, Docente a contratto della UER (Università Europea di Roma)

L’Università europea di Roma (UER) è una università, non

statale, legalmente riconosciuta, situata in via degli Aldobrandeschi 190 a Roma. L'ateneo ha iniziato la propria attività nel 2005.

Prunesti aiuta aziende, professionisti e organizzazioni a connettersi con i loro target di riferimento attraverso le piattaforme web, social e mobile.

Ha maturato una solida esperienza di lavoro in agenzie di comunicazione digitale e web marketing, sviluppando progetti di comunicazione e marketing integrata prevalentemente nei settori: Sport, GDO, Eventi, Education, Finance, Insurance, HR Management

Il giusto mix per la valorizzazione dell'esperienza turistica

Oggi la promozione di una struttura ricettiva, oltre a passare per una efficace strategia di posizionamento e pubblicità online, deve necessariamente avvalersi anche dei social network. A differenza di quanto comunemente si pensa, piattaforme come Facebook e Instagram non devono essere utilizzati come semplici canali pubblicitari, ma come parte integrante di una strategia che punti a valorizzare l'esperienza turistica dei clienti.

Oggi gli utenti online (e con questi intendo non solo i giovani, ma anche le persone più adulte) fruiscono dei contenuti online prevalentemente dallo smartphone. Questo comporta due conseguenze che hanno forti impatti sul modo in cui oggi si devono produrre contenuti orientato al marketing turistico:

1. Le persone si stanno disabituando alla lettura: testi troppo lunghi vengono percepiti come poco attraenti o poco fruibili, specie se letti da un dispositivo mobile;
2. Oggi i contenuti più efficaci a livello di comunicazione (dove per efficacia intendo la capacità di attirare l'attenzione delle persone) sono i contenuti interattivi e ad alto impatto visivo come le fotografie, i video e i nuovi formati immersivi a 360 gradi, fruibili attraverso visori VR

dal costo già oggi di poche decine di euro, che saranno sempre più diffusi in futuro.

Oggi le persone che vivono un'esperienza turistica sono spinte a condividere contenuti sui social network soprattutto per ricevere i feedback positivi dalla propria rete di amici e followers.

Da questo punto di vista, il formato che ad oggi risulta essere più efficace sono le "Stories" di Instagram: contenuti video e/o fotografici che possono essere arricchiti con animazioni, filtri grafici e tanti elementi sui quali i followers possono interagire (come ad esempio: commenti, quiz, votazioni, domande e risposte, animazioni, ecc.).

Stimolare i propri clienti a condividere online la loro esperienza turistica consente di produrre contenuti "user-generated" che vengono percepiti dalle persone come più autentici rispetto alla comunicazione pubblicitaria tradizionale.

In che modo è possibile favorire la generazione di questi contenuti? Il segreto è semplice, quanto sfidante allo stesso tempo: lasciare liberi i propri clienti di esprimere la loro creatività.

Da questo punto di vista, un "trucco" efficace è quello di posizionare in reception un cartello che evidenzi un specifico #hashtag che contraddistingua in modo univoco la propria struttura ricettiva, invitando gli utenti a utilizzarlo per "etichettare" su Facebook, Instagram e gli altri social i contenuti da loro prodotti durante il periodo di permanenza.

In questo modo sarà possibile raccogliere un numero interessante di contenuti in grado di comunicare, nel modo più autentico, l'esperienza vissuta dai propri clienti.

Avete mai controllato se, ad esempio, su Instagram gli ospiti di un hotel hanno già condiviso contenuti (foto e video) taggando la struttura ricettiva? In molti casi è possibile scovare decine, se non centinaia, di post Instagram pubblici e accessibili a tutti e scattati all'interno della propria

struttura alberghiera. E' sufficiente utilizzare lo strumento di ricerca di Instagram, filtrando per il nome della propria location, per scovare in molti casi decine, se non centinaia, di post instagram pubblici e accessibili a tutti.

Questa attività di monitoraggio dei contenuti pubblicati spontaneamente dagli utenti ha anche il vantaggio di poter tenere sotto controllo la reputazione della propria struttura ricettiva anche da questo innovativo punto di vista.

AIRA SARDEGNA FORMAZIONE A SCUOLA

L'associazione investe nelle scuole alberghiere. In programma diversi incontri.

Scarica Comunicazione attivazione progetto



SAVE THE DATE – Blastness e Google Roadshow

9 Maggio / Taormina (ME)

Hotel Villa Diodoro Via Bagnoli Croci, 75

ore 14.00-18.30

Caro Mimmo,

è con grande piacere che ti segnali una interessante iniziativa, organizzata dal socio di Skal Roma Andrea Delfini, Ceo e Founder di Blastness da inviare a tutti i soci di AIRA della Sicilia e ai loro amici delle varie categorie turistiche. L'evento Blastness in collaborazione con Google, unica tappa in Sicilia, si svolge il 9 Maggio / Taormina (ME) presso Hotel Villa Diodoro – Via Bagnoli Croci, 75 alle ore 14.00-18.30

Una opportunità professionale da non mancare per tutti gli operatori turistici della Sicilia.

Basta un clic per iscriversi.

Un triplice Skal

Prof. Antonio Percario

Presidente

Tel +39 06 86210351 Mob: 335 8140712 antoniopercario

Email: presidente@skalroma.org – antoniopercario@gmail.com

Via Nemorense 190 -00199 Roma – Italy

Segreteria Skal Roma c/o Blastness

Via Shakespeare 57 00144 Roma – Tel +39 06 87675059

**Hotel Innovation –
comunicazione ed innovazione
a portata di smartphone,
novità e spunti operativi.**

Ciao a voi tutti,

la Formazione in Aira Lazio prosegue, e quindi, siete tutti

invitati al Seminario in programma per il 27 Marzo p.v.,
ore 16,00 presso l'Hotel Albani in via Adda, 45 – Roma.

Il Seminario è a cura del Dott. Mauro Facondo, Formatore manageriale, consulente in comunicazione e strategia sui media digitali.

Ed il tema:

Hotel Innovation – comunicazione ed innovazione a portata di smartphone, novità e spunti operativi.

Un saluto a tutti e arrivederci a presto,

Fabrizio Coscia

Vice Presidente – AIRA centro Italia

Presidente – AIRA Lazio

coscia@airaclub.it

Sito Web Nazionale: www.airaclub.it

Per le prenotazioni : gianfranca.logias@gmail.com –
nickyscuderi@gmail.com o minichino@airaclub.it cell: 340
4022352.

GDPR (General Data Protection Regulation) la normativa sulla privacy in albergo: Cosa e come cambia nel 2018?"

SeminAira privacy 02 marzo 2018

Il SorRiso: cibo per l'Accoglienza

Mercoledì 31 gennaio 2018 alle ore 17,00 presso il Worldhotel Cristoforo Colombo di Milano in Corso Buenos Aires, 3, l'Aira Lombardia, per il percorso "Incontri e Formazione", ha organizzato il seminario dal titolo: "Il SorRiso: cibo per l'Accoglienza"

Se la finalità era quella di dare informazioni e destare maggiore consapevolezza sull'importanza della conoscenza del cereale più consumato al mondo l'obbiettivo è stato centrato pienamente.

Dopo l'apertura della serata a cura del presidente di Aira Lombardia Luciano Manunta, dallo stesso sono stati introdotti nell'ordine Umberto Vezzoli rinomatissimo Chef, Carlo Romito presidente di Solidus, il Dott. Marco Magni direttore del consorzio rurale "Riso e Rane", il Prof. Tommaso Maggiore docente dell'Università degli Studi di Milano (intervallati da una declamazione della scrittrice Ketty Magni).

Sono state evidenziate le caratteristiche e le differenze delle varie tipologie di riso evidenziando le proprietà organolettiche di ognuna di esse e a quale tipologia di cottura fossero più consigliate.

Numerosi i partecipanti tra i quali Renato Andreoletti direttore di Hotel Domani, Antonio Caneva direttore di Job in Tourism; e tutte le rappresentanze di Solidus con in testa l'Addetta alle Relazioni Esterne di A.i.s Maristella Mangiarotti al cui seguito un cameraman che ha ripreso ed intervistato i protagonisti.

Al termine dell'incontro graditissima quanto sorprendente la presentazione fatta dal Sommelier Gabriele Merlo dell'ottimo bonarda "Buccia Rossa" delle Vigne Olcru, vino messo a

disposizione dalla Partesa Srl che è stato abbinato al bis di risotti “Alla milanese” e “Tokio- Milano” magistralmente preparati dallo Chef Vezzoli.

Un plauso ed un ringraziamento particolare ad Aisha Asrar ed a Frank Camilleri rispettivamente Governante e Direttore del WorlHotel Cristoforo Colombo per la squisita ospitalità ed allo Chef del Ristorante “L’Uovo di Colombo” sotto la gestione di Alfaget per la disponibilità e l’utilizzo degli spazi in cucina.

Prossimamente “Incontri & Formazione” focalizzerà le attenzioni sulla privacy per le nuove normative che entreranno in vigore nell’anno in corso.

“IL SorRiso: cibo per l’Accoglienza”

A.i.r.a. in collaborazione con Solidus ed il Distretto Rurale “Riso e Rane” del parco sud di Milano, nell’ambito del percorso **“Incontri e Formazione”** organizza per il

31 gennaio 2018, ore 17,00

presso il Worldhotel Cristoforo Colombo, Corso Buenos Aires, 3 – Milano

l’incontro dal titolo:

“IL SorRiso: cibo per l’Accoglienza”

Disintermediazione e ottimizzazione del Revenue



REGOLE & TURISMO

Pur confermando una crisi che attanaglia il settore ormai da diversi anni, lo stesso è alla mercé di un sistema organizzativo lacunoso e obsoleto, dove un Paese con un enorme patrimonio culturale e monumentale è relegato a un quinto posto per arrivi internazionali. Alle spalle di Francia, Spagna, Stati Uniti, e Cina, dove l'enorme tasso di abusivismo a danno di coloro (soprattutto laureati e professionisti) che molto potrebbero dare al settore, non permette di vedere la fine del tunnel della precarietà e dell'eterno stage.

Ho trascorso due giorni nella Capitale prediligendo, siti ad alto flusso turistico.

Il Pantheon sembrava il sito descritto nel capitolo 21 del Vangelo secondo Matteo, dove mercanti di tutti i generi e nel disordine più totale vendevano di tutto. Clowns, ambulanti, saltimbanchi, "grattacheccari" i quali terminata la bella stagione si erano trasferiti, e poi guide abusive, guide mute, guide con la guida (leggi libro), guide senza permesso, sembravano tutti soggetti di un quadro di Guttuso sulla Vucciria.

Oramai basta un tesserino qualunque, nessuno controlla, neanche un "operatore metropolitano" presente. Un problema che non riguarda soltanto il furto di business, perpetrato dalle

guide abusive, ma anche la qualità del servizio offerto ai turisti.

Castronerie enormi sulla storia dei nostri monumenti. Ho avuto modo di parlare con alcuni testimoni che mi hanno riferito che alcune di loro millantano a gruppi stranieri meno conoscitori della nostra storia , che il Vittoriano sarebbe stato edificato per volontà di Mussolini.

Oppure che sempre al Vittoriano sarebbe sepolto Garibaldi. Provate a farlo in qualche Paese a vocazione turistica, poi mi direte.

Ci vogliono più regole, salvaguardare chi ha titolo a operare nel settore e un programma che fornisca stimoli a breve per creare e sostenere l'occupazione, a lungo termine per dare fiato a un turismo più organizzato, eliminando i rami secchi dati dalle migliaia di entità (Agenzie per il turismo, regioni, province, comuni etc) che si sovrappongono tra loro creando confusione e un'immagine distorta del nostro Bel Paese.

E come disse il Ginaccio nazionale "L'è tutto sbagliato... l'è tutto da rifare!"

Le scuole alberghiere

Una scuola per imparare ma anche per fare

Uno dei più grandi misteri italiani è comprendere l'accanimento che Parlamento e governi impiegano da più di quattro decenni per distruggere la scuola professionale in Italia, e quella alberghiera in maniera particolare.

Nel frattempo la cucina italiana ha ribaltato una antica

sudditanza nei confronti di quella francese affermando la superiorità sia della dieta mediterranea nella versione italiana che della cucina Made in Italy che ha scalato tutte le classifiche che contano, soprattutto quella dell'opinione pubblica internazionale.

Abbiamo i migliori cuochi del mondo, abbiamo le migliori materie prime, abbiamo una cultura enogastronomica che tutto il mondo ci invidia e che fanno Parlamento e Governi? Smantellano le scuole che hanno prodotti cuochi, maître, sommelier, professionisti del ricevimento che sono considerati tra i migliori al mondo.

Il turismo è diventato uno dei tre comparti economici più importanti del pianeta ma non in Italia dove è costantemente emarginato.

Tra i giovani italiani il tasso di disoccupazione è degno di un Paese del terzo mondo.

Gli stage scolastici hanno durate ridicole, l'alternanza scuola-lavoro riguarda percentuali minime di studenti, le scuole sono gonfie di iscritti quanto povere di strumenti didattici: cucine di ultima generazione, computer con programmi software avanzati, ore di pratica con l'aiuto di chi abbia decenni di esperienza professionale sulle spalle.

In Italia può insegnare chi è appena uscito dalla scuola mentre sono stati messi alla porta i professionisti ancora in attività che insegnavano per puro amore della professione.

Da noi l'apprendistato è stato criminalizzato: Giotto, Leonardo da Vinci, Tiziano Vecellio, Michelangelo Buonarroti non avrebbero sviluppato il loro genio se non avessero imparato come apprendisti presso i migliori maestri della loro epoca.

In quei tempi, erano le famiglie degli apprendisti a pagare i maestri, oggi dovrebbe essere lo Stato.

Voi che cosa ne pensate? inviate un commento

Renato Andreoletti