Federazione Maestri del Lavoro d'Italia

(Ente Morale D.P. 1625 del 14 Aprile 1956)

Consolato Provinciale: - Via Cialdini, 26 - 60122 ANCONA

Tel/Fax 0712076845 e-Mail: maestridelavoro.an@alice.it

Il giorno **06 MAGGIO dalle ore 11,00 alle 13,30**, si è svolto l'incontro con gli allievi delle quarte classi dell' **I.I.S. EINSTEIN NEBBIA di Loreto** nell'ambito dell' attività **Scuola Lavoro** intrapresa dal **Consolato Regionale e Provinciale dei Maestri del Lavoro di Ancona** che ha avuto il seguente svolgimento:

Dopo i saluti del Dirigente Scolastico prof. Gabriele TORQUATI e del Console Provinciale MdL Mario MALATESTA gli allievi delle **classi 3^ EB Sala, 4^ AR Accoglienza, 4^ FC Cucina** hanno presentato i loro lavori, riferiti al progetto: " **PROMOZIONE DI UNA STRUTTURA TURISTICO ALBERGHIERA A LORETO**" assegnatogli nell'incontro propedeutico del 22 gennaio 2016 .

La professoressa **Marina GIACOMETTI** nella sua breve introduzione, ha sottolineato ai ragazzi come con " l'entusiasmo e l'impegno si possono fare tante cose" finalizzate alla conquista di un posto di lavoro, con le relative soddisfazioni, siano esse personali che di gruppo.

Classe 3 EB Sala coordinatori prof. Cesare LA PADULA e prof.ssa Virginia GRANDE studenti **Cannistraro Rosa, Destro Alessandro, Serpilli Gioele, Tavarez Miguel, Virgili Sofia**: e' stato preso in considerazione il rilancio di un'azienda ristorativa: **Villa GIGLI**, una casa padronale di fine 800 circondata da terreno ed ampi parcheggi, posta tra Loreto e Porto Recanati. La scelta del nome è legata alla presenza dell'Arena GIGLI dedicata al grande tenore BENIAMINO GIGLI. Gli studenti hanno creato una locandina per esaltare le sue antiche caratteristiche con allegati gli eventi su cui attirare l'attenzione del turista.
Di rilievo, non indifferente, l'allestimento di più serate riferite ai tempi passati con " Cena e ballo in costume OTTOCENTESCO.
Altre offerte sono rappresentate da serate musicali o a tema, degustazioni stagionali con zafferano, tipico della zona, aperi - cena con prodotti e vini locali , nonché un menù " del PELLEGRINO" per coloro che si recano in visita al Santuario Lauretano, quindi un turismo giornaliero.
In definitiva una offerta varia per soddisfare qualsiasi esigenza del turista ma soprattutto per visitare una villa dai diversi risvolti architettonici e culturali.
Si è pensato inoltre al Marketing ed alla comunicazione creando un database di clienti frequentatori, pagine web dedicate con link su tutti i social utili nonché segnalazione degli eventi su tutti i siti specializzati di interesse.

Classe 4 AR Accoglienza professoressa Marina GIACOMETTI studenti Baich Omaima, Bertorelli Denise, Bufarini Francasca, Giorgini Lara, Grippa Fernando, Montelpere Danis, Pallotta Pierluigi, Scipioni Martina, Sisani Giorgia : hanno esaminato le problematiche relative al rilancio di due strutture attualmente in esercizio, hotel villa TETLA MEYA, una villa padronale del 1873 posta al centro di una zona comprendente, Loreto con il suo Santuario, Recanati con la casa di Leopardi, la riviera del Conero con le sue spiagge; nei piani inferiori è annesso il ristorante Zi Nené che può ospitare fino a 100 posti.
Dall'analisi delle criticità emerse sono scaturiti i seguenti suggerimenti:
In primo luogo hanno creato una depliant con indicazione di vari menù "di terra" e di "mare", pizze varie comprese quelle riservate a coloro che hanno allergie, ai ciliaci, ai bambini.

Per il ristorante hanno proposto di dare impulso all'utilizzazione dei buoni pasto aziendali per il pagamento, entrati in uso corrente da parte delle imprese per remunerare i pasti dei propri dipendenti.
Hanno poi fatto delle osservazioni e proposte per incrementare l'attività turistica elencando diversi tipi di iniziative, anche con la permanenza di alcuni giorni:

- Visite guidate al Monte Conero: a piedi, a cavallo, in bicicletta.
- Visite guidate a Recanati per i suoi trascorsi storici e culturali "Leopardi".
- Weekend gastronomici con degustazione di vini e visite ad aziende agricole di particolare interesse.
- Proposte ad associazioni sportive per lo svolgimento di gare anche di un certo rilievo e conseguente soste di più giorni.

Certamente, si dovrà dare un forte impulso all'attività pubblicitaria utilizzando gli strumenti che il mondo di Internet ci mette a disposizione.
Nell'immediato hanno infine proposto: di rendere più visibile l'insegna dall'autostrada, curare l'efficienza e l'aspetto della fontana, separare le due scritte ristorante e villa per renderle inequivocabili.

Classe 4FC Cucina professor Paolo PIAGGESI studente Rebecca D'Angelo: sono stati proposti diversi ed articolati menù riferiti alle tradizioni, della zona, sia marini che montani.
E' stato presentato inoltre, il " metodo del Fattore" cioè la metodologia utilizzata per calcolare i costi di " un piatto" da proporre poi, al cliente, questo nell'ambito di una corretta gestione aziendale.
Per quest'ultima hanno proposto una verifica dei costi di impresa con il metodo " food cost".
INTERVENTI:

Dott. Gianluca GOFFI funzionario Regione Marche: Oggi ci troviamo di fronte non solo a un viaggiatore attento ma ad un vero e proprio consumatore di esperienze: non si tratta più di un semplice osservatore distaccato o fruitore passivo delle bellezze o delle attrattive di un territorio, ma di una persona che desidera entrare in contatto con la destinazione e stabilire con essa una relazione autentica e profonda.
Da un modello fondato sul semplice vedere ora ci troviamo di fronte a uno del fare che richiede di vivere esperienze.
Se prima infatti la vacanza era considerata un indicatore dello status sociale e successivamente un indicatore di appartenenza, oggi invece uno strumento di soddisfazione personale ed emozionale.
Dagli anni Settanta ai Novanta, il turismo era di destinazione, ossia incentrato sulle risorse, e la parola chiave era vedere ed esserci .
Negli anni Duemila invece si passa ad un turismo di motivazione, incentrato sul prodotto. La parola chiave diventa fare
Negli ultimi anni entrano in gioco le prime generazioni native digitali e Internet 2.0: si approda così a un turismo di relazione, incentrato sull' esperienza da vivere con le persone e con i luoghi, dove la parola chiave è sentire .
Per il turista una destinazione non è un territorio e non è rappresentata da un organizzazione non da un marchio ma semplicemente un esperienza.
La destinazione non è più vista come uno spazio amministrativo non un luogo da vedere ma come un posto da vivere . Occorre porre il turista al centro delle proprie azioni.
La destinazione deve essere consapevole delle diverse esperienze che può offrire e declinarle in differenti opportunità di vendita.
La comunicazione nell' era social deve essere diversa: ai turisti infatti poco interessa quello che le destinazioni e le imprese raccontano di suo, ma vogliono sapere che cosa il mercato racconta di

esse. Oggi, il mercato turistico vuole e cerca un nuovo tipo di comunicazione: niente più messaggi autoreferenziali, la comunicazione turistica non deve essere più istituzionale e, ancora più importante, non deve essere banale.
Da una comunicazione e promozione generalista ad un marketing personalizzato modellato sui target e sulle motivazioni. Si parla anche di 6c quali leve della comunicazione turistica odierna: cliente, connessione, conversazione, contenuto, community e contatto.

Ha infine fatto un elogio ai ragazzi per il lavoro svolto, senz'altro il migliore di questi ultimi anni per la loro approfondita analisi e fattibilità. Elogio esteso agli insegnanti che hanno collaborato e supportato i ragazzi nei loro lavori.

Dott: Giovanni DINI Direttore Centro Studi Sistema CNA Marche: I progetti presentati dalla **3 EB sala e 4AR accoglienza**, hanno mostrato di essere articolati e complessi, carichi di idee e di creatività; il terzo progetto **4 FC cucina** è **stato l'unico ad essere presentato da una sola studentessa**, nella sua divisa da aiuto cuoco, **che ha rimediato con la fantasia e l'accuratezza della proposta gastronomica**, oltre che della struttura dei costi relativi alla preparazione dei piatti, alla mancanza dell'équipe con cui era stato concepito il progetto, équipe che era impegnata in cucina e che deve esserlo stata anche in precedenza, visto che il progetto è risultato abbastanza "povero" a confronto con i primi due.
L'intervento del sottoscritto ha sottolineato la ricchezza di stimoli dei due progetti più completi, evidenziando come in ogni caso abbia funzionato un approccio integrato alle risorse disponibili nel contesto territoriale: culturali, ambientali, estetiche, storiche, gastronomiche.
Il primo progetto assegnava ampia importanza oltre che alla logistica e alla creatività delle iniziative promozionali proposte, anche al marketing e alla comunicazione via web. Non altrettanto pareva riscontrarsi per il secondo progetto, ma quando il sottoscritto ne ha fatto cenno, **ha ricevuto replica competente e appassionata da parte di più di una studentessa**.
Il "registro" di tutta la riunione è stato, per l'appunto, quello della passione, della partecipazione attiva e consapevole dei giovanissimi soggetti coinvolti nella presentazione. Il livello di preparazione fornito loro dalla scuola sembra non solo aver conferito strumenti tali da poter già imbastire dei progetti di attuazione per le competenze teoriche assunte, ma sembra anche poter stimolare la creatività e l'impegno concreto di tali giovani, i quali si sono sentiti protagonisti dell'attività di ricerca, costruzione **e presentazione al punto tale da sentirsi in grado di motivarne i punti deboli e evidenziarne quelli di forza.**
L'incontro promosso dai maestri del lavoro ha, anche in questo caso, consentito almeno due cose:

- di verificare la crescita della progettualità e della identificazione professionale degli studenti rispetto alle analoghe sessioni degli anni precedenti;
- di confermare il ruolo positivo che gli incontri con i Maestri del Lavoro svolgono nei confronti degli studenti e dei docenti.

prof. Ilario FAVARETTO Docente di Economia Università di Urbino: Un riconoscimento alla positività dei lavori, sia per il metodo seguito che per i contenuti molto interessanti che sono emersi dalle presentazioni.
A riguardo del **primo progetto**, risulta interessante l'aver collegato la natura dell'evento turistico gastronomico con l'ambiente destinato ad ospitarlo. Il ballo, la partecipazione dei conviviali in costume d'epoca (vestiario ed organizzazione tematiche sviluppate e fornite dai proponenti) bene si addicono con la struttura architettonica della villa in cui l'evento viene realizzato. Il suggerimento da cogliere è appunto quello di non trascurare di far percepire al partecipante di trovarsi immerso nella storia del contesto in cui si trova.
Il **secondo progetto** viene presentato con una sottolineatura molto importante che può essere indicata come strategica quando si organizza una proposta "turistica": collegare cibo, svago, cultura con la tradizione e la realtà produttiva presente nel contesto in cui si opera. Il rapporto

Turismo/Attività Manifatturiera rappresenta una componente importante ed innovativa per proporre progetti di percorsi turistico-culinari.
Nel **terzo progetto** presentato assumeva rilevanza l'approccio "scientifico" nutrizionale che distingueva la composizione dei diversi menù proposti, indirizzati a differenti categorie di consumatori (ipotesi di diete, contenuti calorici, stili di vita, ecc.) , tenuto conto (indirettamente) di differenti capacità di spesa. In questo approccio potrebbe essere strategico sottolineare in tutti i menù proposti l'assoluto, o il prevalente utilizzo di ingredienti presenti e provenienti dal territorio, dei quali si possono fornire informazioni storiche e valutazioni sui relativi valori nutrizionali.

Da evidenziare il dibattito che si è acceso tra gli studenti il dott. GOFFI, il dott. DINI, il prof. FAVARETTO**,** che ha chiarito alcuni aspetti delle relazioni, ma soprattutto ha permesso di approfondire gli interessanti argomenti trattati.
Dibattito in cui si sono alternati anche il MdL Fabrizio PIERDICCA ed il MdL Luigi PALANCA esperto del settore, in quanto ex maitre in diversi ristoranti di fama internazionale.

Il Console Regionale MdL Iridio MAZZUCCHELLI dopo aver elogiato gli allievi ed i professori per le interessanti relazioni fatte, in cui si è notato un cambiamento radicale rispetto agli ani precedenti, ha premiato unitamente **al Console Provinciale MdL Mario MALATESTA** le 3 classi, consegnando al Dirigente Scolastico prof**. Gabriele TORQUATI un assegno di euro 100 cad.** da destinare agli allievi, **ritenendo giusto che " AD OGNI LAVORO DEBBA CORRISPONDERE UN COMPENSO".**

Il Dirigente Scolastico prof. Gabriele TORQUATI ha ringraziato gli intervenuti per il contributo dato ai ragazzi, che si accingeranno in futuro, ad entrare nel mondo del lavoro; suggerimenti a cui potranno fare riferimento.
Ha infine, offerto agli intervenuti un assaggio dei piatti preparati dagli allievi, riscuotendo da parte dei commensali un caloroso successo.

UN SENTITO RINGRAZIAMENTO al Dirigente Scolastico professor Gabriele TORQUATI, ed ai professori Marina GIACOMETTI, Cesare LA PADULA, Virginia GRANDE, Paolo PIAGGESI, al prof. Ilario FAVARETTO al Dott. Giovanni DINI e Dott. Gianluca GOFFI per la collaborazione prestata e soprattutto per aver stimolato gli allievi ad un confronto diretto e di particolare efficacia nei confronti degli stessi.

IL CONSOLE PROVINCIALE
MdL Mario MALATESTA