

Notizie flash dal mondo del lavoro
 A cura di AdnKronos

Codici e Leggi +

03/04/2017 - IaT, ristorazione e ospitalità fanno squadra in nome del turismo

Firenze, 3 apr. (Labitalia) - Per la prima volta dall'approvazione del Piano strategico del turismo, la politica, l'economia, la ristorazione e l'hotellerie si sono sedute attorno a uno stesso tavolo, seppur non ufficiale, per discutere del futuro del turismo italiano tra accoglienza e ristorazione. Lo hanno fatto a Firenze, durante la due giorni del Premio Italia a Tavola (#premioiat) organizzata dalla testata enogastronomica, che al Museo degli Innocenti ha chiamato: Dorina Bianchi, sottosegretario al Mibact con delega al Turismo; Simona Caselli, assessore all'Agricoltura della Regione Emilia Romagna; Giorgio Palmucci, presidente Confindustria Alberghi; Alfonso Iaccarino, esponente della tradizione alberghiera e della forte rinascita della cucina italiana al Sud; Roberta Garibaldi, responsabile scientifico East Lombardy. Nel corso del talk show, condotto dal direttore di Italia a Tavola, Alberto Lupini, e da Anna Maria Tossani, di Italia 7, sono intervenuti altri nomi di spicco della ristorazione e del settore turismo nazionale come: Enrico Derflingher, presidente Eurotoques International e Italia; Pasquale Diaferia, pubblicitario; Antonello Maietta, presidente Ais (Associazione italiana sommelier); Alfredo Pratolongo, vicepresidente Fondazione Birra Moretti; Claudio Sadler, presidente associazione Le Soste. Quello che è emerso dal confronto è la necessità e la voglia da parte dei singoli soggetti di fare squadra e unire le forze per il bene del turismo e della ristorazione ma, più in generale, per il bene del sistema Italia. Una squadra che, però, è stato osservato, deve essere composta da talenti e da professionisti affinché il traguardo finale sia eccellente. Il turismo italiano è stato fotografato con una serie di dati che hanno evidenziato quanto il nostro paese sia ancora attraente agli occhi dei turisti stranieri, tedeschi e francesi su tutti, ma di quanto abbia ancora bisogno di un po' di valorizzazione in più per ampliare il bacino di turisti e per offrire loro servizi migliori, soprattutto in un Mezzogiorno dal potenziale enorme, ma ancora troppo poco fruibile dal punto di vista turistico. Il binomio turismo-ristorazione deve farsi ancora più saldo, è stato detto, proprio perché, dati alla mano, l'enogastronomia italiana rappresenta un importante motivo d'interesse che spinge gli stranieri a venire in Italia. Ad aprire i lavori è stato l'assessore allo Sviluppo economico di Firenze, Cecilia del Reci, che ha portato anche i saluti del sindaco di Firenze, Dario Nardella: "Per la nostra città il turismo è una grande risorsa - ha detto - ma va amministrato nel modo corretto affinché i turisti possano apprezzare la nostra città al meglio. Infatti, a breve verrà approvato un regolamento per il quale

Risorse e utility

- Formulari OnLine
- Scorero fatture
- Calcolo fattura avvocato
- Calcolo interessi legali
- Calcolo interessi di mora
- Interessi tasso fisso
- Calcolo codice fiscale
- Contributo unificato
- Calcolo usufrutto
- Danno da morte
- Calcolo mantenimento
- Ricerca libri giuridici
- Termini processuali
- Ricerca CAP
- Esame avvocato
- Tutte le risorse»

Categorie

- Diritto Civile
- Diritto di Famiglia
- Diritto Amministrativo
- Diritto Previdenziale
- Responsabilità medica
- Infortunistica stradale
- Diritto Penale
- Diritto del Lavoro
- Diritto Commerciale
- Tributario e Fiscale
- Condominio
- Tutte le categorie

Directory

- Studi legali
- Network assistenza
- Consulenza legale

Strumenti

- Newsletter Giuridica
- News per il tuo sito
- Seguici su Facebook
- Consulenza Legale

bloccheremo l'apertura di attività per la somministrazione di cibo e bevande. Nel nostro centro storico ne esistono 217 in un solo chilometro quadrato, il doppio di quante ne esistono nell'intero Comune di Roma". "Dopo la cultura che è il primo motivo d'attrazione - ha spiegato il sottosegretario Dorina Bianchi - viene l'enogastronomia che è intesa dai turisti non come semplice qualità degli alimenti, ma come una necessità di vivere un'esperienza gustativa. Questa la si può sperimentare tanto nelle grandi e rinomate città quanto nei piccoli centri circostanti che rappresentano un importante motore per l'economia del settore. A proposito di questa, va detto che, soprattutto al Sud, l'Italia ha un potenziale di crescita enorme: basti pensare che, a fronte delle bellezze che vanta, attira solo il 20% del turismo nazionale". "In questo senso - ha sottolineato - va fatto un lavoro trasversale che tocchi più comparti perché il turismo è trasversale. Ad esempio, occorrerebbe una compagnia aerea che scegliesse l'Italia come meta di punta, per abbassare i costi e consentire a più turisti di raggiungere le nostre bellissime località. Io credo che, se puntassimo su agricoltura, turismo e sul mercato del lusso, avremmo lo stesso Pil della Germania. L'obiettivo del Piano strategico del turismo è proprio quello di seguire da vicino l'andamento del turismo confrontandoci ogni anno con la politica, gli esponenti dell'economia ma, soprattutto, chi nel turismo e nella ristorazione ci lavora quotidianamente". E, a proposito di lavoro, Bianchi ha rimarcato: "Non può esistere turismo e ristorazione senza voucher". Sull'eterna scissione tra Nord e Sud, si è concentrato Alfonso Iaccarino: "Il Nord ha più potere economico rispetto a noi del Sud - ha detto - ma questo non deve impedire alle regioni meridionali di essere all'altezza di quelle del Settentrione. E' necessario che il Paese si unisca per uniformare le possibilità di mettersi in mostra tanto alle attività del Nord quanto a quelle del Sud. L'Italia e lo stile di vita italiano sono ammirati in tutto il mondo, dobbiamo essere consapevoli di ciò". Uno stile italiano che si mette in vetrina necessariamente anche attraverso le strutture alberghiere. Su questo si è concentrato Giorgio Palmucci, presidente di Confindustria Alberghi: "Noi ci sentiamo ambasciatori del made in Italy - ha osservato - perché siamo uno dei primissimi approcci che il cliente ha con l'Italia non appena arriva qui. Circa i dati che evidenziano come stiano crescendo notevolmente gli alberghi a 5 stelle e stiano calando quelli a 2 o 3 stelle, dico che è positivo per l'Italia perché il turista di oggi è sempre più esigente e vuole un'esperienza unica quando va in vacanza. Tuttavia, non dobbiamo lasciare che gli hotel con meno stelle scompaiano, poiché bisogna dare a tutti i turisti, anche quelli che si possono permettere vacanze meno costose, la possibilità di viaggiare. A proposito di classificazioni degli alberghi, in Italia ne esistono 22: sono troppe e sarebbe necessario rivedere questo sistema che non giova al settore". Circa quello che cercano i turisti di oggi l'attenzione ricade subito sui turisti che viaggiano alla ricerca di esperienze gastronomiche eccellenti. Ne ha parlato Roberta Garibaldi spiegando che "sono soprattutto i millenials a rappresentare questo genere, il che fa ben sperare sull'onda lunga di questa tendenza, certamente incentivata dai programmi tv dedicati alla cucina: quando si parla di questa fetta di turisti, bisogna ricordare che non vengono in Italia solo per mangiare, ma per visitare cantine, partecipare ad eventi e visitare luoghi che legano l'arte con l'enogastronomia". Tra i relatori, ha portato un esempio sul fare squadra tra turismo e ristorazione l'assessore regionale all'Agricoltura dell'Emilia

Romagna, Simona Caselli: "Quando sono entrata in giunta - ha raccontato - ho scoperto che l'assessore al Turismo e quello all'Agricoltura non si parlavano e l'ho trovato stupefacente. Ora l'Emilia Romagna può contare su una app in 4 lingue dedicata al turismo nella quale convergono tutte le attività che hanno a che fare col turismo: dalla ristorazione all'enologia, dall'arte alla cultura fino alla meccanica che nella nostra regione tra Ferrari, Lamborghini, Maserati e Ducati è uno dei principali motivi d'attrazione". Poi, è stata la volta dei cosiddetti testimonial, ovvero coloro che tutti i giorni sono nelle hall degli alberghi e nelle cucine dei ristoranti. "Dobbiamo investire sulle strutture al Sud - ha detto Sadler - perché lì c'è una ricchezza enorme, ma mancano le infrastrutture e c'è bisogno dell'intervento delle istituzioni. A Milano, ad esempio, grazie a Expo è stato fatto un passo avanti enorme perché ora il capoluogo lombardo è davvero una città internazionale e la ristorazione sceglie di arrivare lì per fare business sapendo che c'è terreno fertile". Di Milano e di come sia efficace il binomio turismo-ristorazione ha parlato anche Enrico Derflinger: "Quando nel 1993 ho aperto un ristorante in un hotel - ha ricordato - i miei colleghi mi hanno dato del matto. Ora, invece, non c'è albergo di livello che non vanti un ristorante altrettanto rilevante al suo interno. Il made in Italy funziona e dobbiamo esportarlo anche all'estero: ho appena inaugurato un ristorante a Taipei con 30 ragazzi italiani a lavorare e dove ho fatto arrivare 108 container colmi di prodotti italiani, sia alimenti che tutto ciò che serve per far funzionare un ristorante come piatti, bicchieri, posate". Un made in Italy che viene apprezzato sia per il food ma anche per il beverage ed è di questo che ha parlato Antonello Maietta nel suo intervento: "Il vino italiano - ha spiegato - è in perfetta salute e questo lo deve anche al Testo unico sul vino recentemente approvato. Da un lato, si tratta di un passo avanti eccezionale perché permette ai produttori di avere in un unico testo tutte le leggi da rispettare; dall'altro, per un fatto più etico dal momento che definisce all'articolo 1 il vino, la vite e i territori vinicoli patrimonio culturale della nazione". Vino ma non solo, perché anche la birra sta espandendosi sempre di più in Italia: "La cultura italiana attorno alla birra - ha spiegato Pratalongo - sta migliorando anno dopo anno così come la reputazione che gli italiani hanno della birra e i consumi che, rispetto agli altri paesi europei, sono ancora i più bassi in valori assoluti ma stanno crescendo sempre di più". La questione della cultura del cibo e del buon bere è centrale e non può che tramandarsi attraverso la comunicazione dei prodotti italiani che è troppo spesso insufficiente: "Noi italiani comunichiamo poco e male - ha detto Diaferia - tanto che spesso ci 'uccidiamo' da soli anche facendoci la guerra tra Regioni. Questo non è più ammissibile. Mi rivolgo a tutti: bisogna fare comunicazione e farla con professionisti del settore che in Italia ci sono". Al termine del talk show, sono stati assegnati i quattro Award 2016 per l'enogastronomia e la ristorazione. A riceverli sono stati: Alfonso Iaccarino, chef del ristorante due stelle Michelin Don Alfonso 1890 a Sant'Agata sui Due Golfi, Massa Lubrense (Na); Umberto Montano, presidente del [Mercato Centrale](#); Palmiro Noschese, area manager Italia e membro del 'Management petit Committee' del brand Melia; e Valentino Bertolini, in rappresentanza della catena alberghiera Marriott International, in qualità di general manager Florence Complex, che comprende l'Hotel The Westin Excelsior e St. Regis Florence e Baldassare Agnelli. Durante la due giorni, è stata anche inaugurata la

mostra Foodgraphia al Museo Bellini di Firenze.



03/04/2017 - Randstad employer brand premia i migliori datori di lavoro

Milano, 3 apr. (Labitalia) - Quali sono le aziende italiane più attrattive per i potenziali dipendenti? Lo decreterà il Randstad Employer Brand 2017, il riconoscimento con cui Randstad - secondo operatore al mondo nel mercato dei servizi per le risorse umane - premia le aziende in cui gli italiani preferirebbero lavorare, sulla base della più completa e rappresentativa ricerca mondiale di employer branding. Il premio, giunto alla settima edizione, sarà assegnato il 12 aprile, a Milano, nella sede di Palazzo Mezzanotte, nel corso del Randstad Award, la serata condotta da Fulvio Giuliani, caporedattore di RTL102.5, insieme a Marco Ceresa, amministratore delegato di Randstad Italia, in cui sarà svelata la ricerca 2017 per poi lasciare spazio alla premiazione delle aziende vincitrici e alla cena di gala firmata da Matteo Metullio, lo chef stellato più giovane d'Italia. Il Randstad Employer Brand viene assegnato sulla base dei risultati dell'indagine commissionata da Randstad Holding all'istituto di ricerca Tns, che misura il livello di attrattività percepita da parte dei possibili dipendenti, ovvero quanto e per quali fattori le aziende sono capaci di attirare chi cerca lavoro o chi vuole cambiarlo. Lo studio è condotto in 26 Paesi in modo indipendente (nessuna azienda si può iscrivere volontariamente per partecipare), con oltre 160.000 intervistati e quasi 5.500 aziende analizzate a livello globale: è l'unica ricerca che fotografa l'opinione del 'general public' tra i 18 e i 65 anni, con approfondimenti e analisi sul mercato del lavoro nei diversi settori. In Italia, è stato intervistato, tra novembre e dicembre 2016, un campione di 5.000 persone (classificate per genere, età, scolarità, regione) comprensivo di occupati, studenti e non occupati, a cui è stato chiesto l'interesse come potenziali datori di lavoro in merito a 150 aziende con oltre 1.000 dipendenti attive in 17 settori merceologici diversi e con sede nel Paese, selezionate a partire dalle informazioni Cribis. La ricerca misura, quindi, la percezione dell'opinione pubblica, non dei dipendenti interni, sulla capacità di employer branding delle aziende. L'obiettivo è individuare i criteri in base a cui gli italiani orientano le proprie scelte quando valutano l'azienda per cui lavorare, ma anche quanto e per quali fattori le aziende sono capaci di attirare l'attenzione di chi cerca lavoro o vuole cambiarlo. Vinceranno il Randstad Employer Brand 2017 le aziende italiane riconosciute come i datori di lavoro più attrattivi. Oltre a queste, sarà premiata l'azienda con sede in Italia più 'disruptive', selezionata tra imprese altamente innovative che per dimensioni non sono incluse nel campione del Reb. La disruption - termine coniato negli anni '90 da Clayton Christensen, della Harvard Business School, mutuato dalla biochimica cellulare - non è solo innovazione di prodotto o di servizio, ma la creazione di qualcosa che prima non c'era.



03/04/2017 - Cna, sale occupazione piccole aziende, donne al top

Roma, 3 apr. (Labitalia) - Le piccole imprese fanno di tutto per tenersi le dipendenti donne. Il 77% delle dipendenti di