



Intervento Presidente Giovanni Bort

Consiglio Generale UNAT

Venerdì 5 febbraio 2016 – [COPIA BORT](#)

Grazie e benvenuti a questa assemblea.

Si è appena concluso un quinquennio ricco di attività, iniziative, azioni sindacali e progetti promossi da UNAT. Durante questo periodo, anche facendo tesoro dei costanti stimoli provenienti direttamente dagli associati e dai consiglieri, UNAT è intervenuta puntualmente sulle questioni più rilevanti del rapporto tra pubblico e privato, sulla semplificazione normativa, sulla sburocratizzazione, ma anche nelle problematiche della gestione aziendale, dal monitoraggio dei fattori produttivi al controllo continuo della *performance* aziendale.

Ora si apre un nuovo quinquennio, accompagnato dal rinnovo delle cariche sociali per il periodo 2016-2020. Nel mese di gennaio abbiamo dato vita ad una ricca serie di appuntamenti su tutto il territorio provinciale per rinnovare le sezioni dei vari ambiti locali i cui eletti formano questo nuovo Consiglio Generale UNAT.

È stata l'occasione per un utile e proficuo confronto con tutta la base associativa per conoscere in presa diretta sia le problematiche locali sia le esperienze vissute dai soci sui vari momenti della vita delle imprese del settore turistico, che – ricordiamo – è una risorsa importante per il Trentino.

Come ben sapete, UNAT si propone da sempre di offrire assistenza di qualità, garantendo un efficiente supporto sia sindacale che tecnico. Tutti questi aspetti sono stati sintetizzati, con dovizia di particolari ed ulteriori precisazioni, nella relazione cartacea che vi è stata consegnata nel mese di gennaio in occasione degli incontri sul territorio. Vi invito a consultarla - chi non l'avesse, può ritirarne anche oggi una copia - per conoscere nel dettaglio l'imponente mole di attività svolta nel quinquennio passato e i numerosi servizi resi agli associati.

Ora consentitemi, brevemente, alcune considerazioni di carattere maggiormente programmatico.

Il quinquennio che si è chiuso il 31 dicembre scorso non è stato certamente uno dei periodi più semplici vissuti dalla nostra economia. In particolare, **il turismo in Trentino ha avuto il gravoso compito di trainare – talvolta da solo – l'intera economia provinciale**, stretta nella morsa di una crisi assai dura, che ha rapidamente cambiato molti scenari e altrettante prospettive di crescita.

Oggi parlare di crescita è decisamente **complicato**: segnali di vera ripresa non se ne vedono, né a livello locale né tantomeno nel panorama internazionale, ovvero quello a cui ormai siamo abituati a riferirci. Vorrei partire proprio da questa considerazione che ci condiziona in modo

determinante, soprattutto in quanto operatori del turismo, ovvero un'attività di export *sui generis*.

Gli **interventi a sostegno dell'economia**, a carattere provinciale e nazionale, per quanto possano essere apprezzati, spesso non sono sufficienti ad accompagnare le imprese in un'economia ormai pienamente globalizzata: le nostre aziende operano in un mercato globale con leggi, burocrazia e regolamenti locali che non permettono di stare al passo.

Il Trentino non è un sistema chiuso ed autosufficiente: una difesa dello *status quo*, ormai incapace di rispondere alle istanze di un mercato economico moderno e globalizzato, è anacronistica. Ciò di cui hanno bisogno le nostre imprese e il Trentino in generale, infatti, è **un'apertura verso un orizzonte ampio**. Un orizzonte dove siano chiare **opportunità e visioni, regole e comportamenti orientati al dinamismo**.

In quest'ottica io ritengo che il ruolo delle associazioni di categoria e, per il settore del turismo della nostra associazione in particolare, sia ancora più decisivo e possa – debba – occupare uno spazio non presidiato ma vitale: quello della **progettualità** e della **cultura dello sviluppo**. L'associazione è il luogo ideale per raccogliere le **istanze delle imprese**, farne **sintesi** e rappresentare un concreto **progetto di sviluppo di medio e lungo termine**.

Il fine ultimo e il collante di ogni nostra azione, infatti, è quell'attività di lobbying che consente di **dare voce alle imprese** del settore alberghiero trentino. Per svolgere compiutamente e in maniera efficace questo compito abbiamo la necessità di disegnare un contesto di riferimento rivolto al futuro.

Le direttrici principali sulle quali costruire tale contesto sono a mio avviso tre, e tutte riguardano **l'idea di cultura**, intesa come trasferimento, diffusione, circolazione e produzione di **conoscenza**, anche pratica.

Agli asset tradizionali dell'impresa si stanno affiancando nuovi fattori chiave che io ritengo determineranno in un futuro neanche troppo lontano il successo o il fallimento dei **territori**, ancor prima che delle singole aziende. Perché cultura e conoscenza non sono questioni limitate ai singoli imprenditori o professionisti ma sono un fatto comune, un bene territoriale.

Per questo abbiamo bisogno di parlare di una **cultura d'impresa**, una **cultura dell'innovazione** e una **cultura dei servizi**.

La **cultura d'impresa** non è appannaggio esclusivo degli imprenditori, dei professionisti o delle associazioni di categoria. La cultura d'impresa è un valore da diffondere in modo estensivo: solo radicando la consapevolezza che **senza impresa non c'è sviluppo** né futuro riusciremo a risolvere un'arretratezza cronica del nostro Paese che vede nell'impresa, che genera benessere e ricchezza, un soggetto da "spremere", quando va bene, o da ostacolare, quando va peggio. Fare cultura d'impresa significa orientare le scelte dell'ente pubblico in funzione del sistema economico e, pur tutelando e sostenendo ciò che attiene al welfare, progettare una pubblica amministrazione che promuova il valore dell'impresa e ne riconosca il ruolo.

Per **cultura dell'innovazione**, invece, intendo tutto ciò che riguarda la capacità di **saper guardare oltre l'orizzonte** del presente per anticipare e prevedere tendenze e dinamiche dello sviluppo a livello globale. È un'abilità che non si improvvisa né si apprende velocemente ma si costruisce con una rete solida di relazioni tra più soggetti, con una predisposizione essenziale alla conoscenza a 360 gradi e con la capacità di saper trovare nuove strade e ripartire in fretta quando ci si imbatte negli ostacoli.

La cultura dell'innovazione **non è un fattore tecnologico** ma uno stato di “veglia” dell'azienda, che sa che il presente non è ormai più sufficiente a garantire la sopravvivenza anche domani; tanto più in un mondo nel quale i cambiamenti sono difficilmente prevedibili e, talvolta, molto rapidi.

Cultura dei servizi, infine, significa essere in grado di cogliere i profondi cambiamenti impressi, nell'ultimo decennio, al nostro settore, al terziario e, nel particolare, al turismo. Gli artefici di tali cambiamenti sono solo in parte noti ed evidenti, come lo sviluppo della rete o dei dispositivi di comunicazione mobile personale, divenuti sempre più complessi e sempre più in grado di scambiare informazioni – e quindi conoscenza – tra gli individui. Ma ci sono anche i grandi **cambiamenti degli stili di vita**, che da tempo si ripercuotono sulle abitudini turistiche degli italiani e degli stranieri, sia nelle modalità che nelle aspettative. Il consumo, anche del prodotto turistico, attraversa una fase di forte rivoluzione: il ruolo dell'intermediario – a qualsiasi livello e con qualsiasi fisionomia – è sempre più incerto, e ciò che diventa sempre più centrale nella transazione non è soltanto il bene, il prodotto o l'esperienza, ma la fiducia e il contesto entro il quale essa avviene.

Per cogliere queste novità e per poterle affrontare con successo è indispensabile una solida cultura dei servizi che sappia **affiancare e accompagnare le aziende associate** per guidarle in questi cambiamenti che non esiterei a definire epocali.

Anche il valore che le nostre associazioni offrono alla gestione aziendale delle imprese associate è destinato a crescere, grazie all'implementazione costante di servizi qualificati ed un'assistenza puntuale e precisa. Tutte attività che già risiedono nel **DNA di UNAT** – come delle altre associazioni aderenti a Confcommercio Trentino – ma che debbono essere ulteriormente **implementate e potenziate**.

Anche nel prossimo quinquennio dovremo continuare a lavorare e ad insistere:

- sulla rappresentazione degli interessi dell'associato;
- sull'accrescimento della sensibilità turistica in provincia;
- verso la diffusione della cultura imprenditoriale fra gli associati, compresa la formazione dei titolari e dei dipendenti;
- sul consolidamento di un'identità forte della comunità alberghiera;
- verso l'assistenza agli associati nelle loro esigenze e nei loro bisogni;
- sul rafforzamento dell'immagine del "marchio" Unat come soggetto autorevole.

Sono lieto di comunicarvi che Sebastiano Sontacchi è stato eletto alla presidenza di Fiavet Trentino Alto Adige, la federazione delle agenzie di viaggio della regione, la cui segreteria lavora a stretto contatto con Unat e le altre associazioni del comparto ricettivo. Questo rappresenterà un ulteriore stimolo per il progetto di potenziamento della nostra segreteria.

Infine vorrei esprimere il mio più grande **ringraziamento** a tutti voi, associati, consiglieri ed ex membri di Giunta, che con il vostro prezioso contributo avete reso possibile tutto quanto abbiamo fatto in questi anni e, soprattutto, le molte cose che ancora dobbiamo costruire per il bene delle nostre imprese e del nostro territorio.

Un ringraziamento anche al vicepresidente Enzo Bassetti, alla segreteria, nelle persone del dott. Alfonso Moser e del dott. Giovanni Benaglia, al Direttore dott. Giovanni Profumo e a tutta la struttura di Confcommercio Trentino.

Grazie.