

SCENARI DEL TURISMO



Spazi adeguati, percorsi per passeggiate rilassanti e regole basilari di buon ton canino. Sempre più aziende si stanno attrezzando per consentire ai cani l'accesso agli uffici e una maggiore condivisione del tempo con il proprio umano.

neficarne sarebbero anche i cani, il cui benessere aumenta condividendo più tempo con il proprio umano. Ma quante sono le aziende che hanno già riconosciuto nelle scelte pet-friendly una strategia di soddisfazione e successo? Non molte (in particolare in Italia) secondo Info Jobs: il 91% non ammette l'ingresso degli animali e solo il 7% ha una policy strutturata per poterli accogliere con regolarità. Ciononostante le esperienze pionieristiche si sono rivelate delle scelte assolutamente strategiche e premianti. Google è da sempre dichiaratamente una dog company e anche la sua sede milanese ha ammesso l'accesso dei cani in azienda. Alla Nintendo di Vimercate sono in funzione i "Pet Fridays", i venerdì aperti ai lavoratori e ai loro animali domestici, e da Mars Italia la filosofia "dog welcome" è una realtà da oltre

un decennio. "Negli ultimi 10 anni, abbiamo investito in strutture progettate pensando agli animali, come ad esempio percorsi per portarli a spasso, zone in cui possono giocare, stanze per riunioni e altre attività in cui possano sentirsi a loro agio", si legge sul sito dell'azienda. "Abbiamo anche stilato la "Petiquette Policy", con norme per la convivenza con gli animali e il regolamento "Paw-ternity Leave", grazie al quale i nostri Associati possono usufruire di 10 ore di permessi retribuiti per aiutare i propri animali ad abituarsi a una nuova dimora. Con il nuovo decennio che ci vedrà sempre in prima fila nel creare uffici a misura di animali, stiamo continuando ad aggiungere servizi di vario genere per consentire un'integrazione sempre maggiore degli animali all'interno dei nostri spazi".

Dog Manager

Viaggiare per lavoro può essere impegnativo per chi vive con un cane e non può contare su altri membri della famiglia che se ne prendano cura. Questa necessità lavorativa può condizionare le scelte di vita, impedendo, anche a chi avrebbe desiderio di farlo, di adottare un animale domestico. Ma con il diffondersi di una sensibilità aziendale pet-friendly si comincia a pensare anche a soluzioni per permettere ai viaggiatori d'affari di porta-



SCENARI DEL TURISMO

re con sé in trasferta il proprio amico a quattro zampe. Questo garantirebbe una riduzione dello stress durante il viaggio stesso, un miglioramento del rendimento negli incontri di business e l'aumento della fidelizzazione del dipendente alla propria azienda. Così, se già nel turismo leisure la tendenza a viaggiare con il proprio cane al seguito sta crescendo, anche il turismo business potrebbe presto manifestare l'esigenza e la preferenza per hotel che sappiano accogliere al meglio cani e padroni.

Parliamo di accoglienza anche nei confronti del cane, perché non si tratta solo di consentire l'accesso ai cani in alcune stanze e in alcune aree dell'albergo, ma piuttosto di avere le competenze e la visione per far sì che il soggiorno sia piacevole e rilassante anche per l'animale domestico. «Mantenere la relazione e la vicinanza con il proprio umano è senz'altro importantissimo per il cane, ma ci sono anche altre esigenze della sua specie che devono essere prese in considerazione per offrirgli una dimensione etologicamente corretta e quindi una esperienza di viaggio rilassante e tranquilla», ci ha spiegato **Patrizia Daffinà**, etologa e fondatrice della famosa spiaggia Baubeach Village, vicino a Fiumicino. Da questa esperienza – che è dal 1998 la prima spiaggia “per cani liberi e felici” e uno dei pochi luoghi al mondo dove riescono a convivere pacificamente e senza limitazioni fino a 150 cani accompagnati dai propri umani – è nato il primo corso di formazione per Dog Manager IHOD®, Basato sul metodo Ideal Habitat Of Dogs e sull'Approccio empatico relazionale, il corso intende formare professionalità che possano realizzare e gestire in modo etologicamente corretto spazi privati o pubblici, ricreativi o turistici, inclusi hotel, in grado di accogliere anche grandi numeri di cani accompagnati.

«La maggior parte o la quasi totalità delle realtà che si sono aperte negli ultimi anni al turismo pet-friendly sono orientate alle esigenze della persona e non alle esigenze dell'animale. Nei tre moduli del corso, con lezioni tenute da 20 docenti diversi, vogliamo offrire un bagaglio culturale sull'etologia del cane e la comprensione dell'Approccio empatico relazionale, elementi di psicologia, veterina-



ria e marketing pet-friendly, persino approfondimenti per le attività da svolgere insieme al cane, dall'arte allo yoga, dalle attività olistiche allo sport. Non ci si può improvvisare in questo campo perché il rischio è quello di far sentire l'ospite con il suo cane relegati in una condizione diversa dagli altri ospiti e quindi limitati. Al contrario è necessario avere le competenze per organizzare gli spazi dell'accoglienza e far sentire cane e umano rilassati, garantendo per tutti qualità e sicurezza».

Il corso per diventare Dog Manager (www.baubeach.net) si svolge nei fine settimana dall'1 febbraio 2020 alla metà di giugno per un totale di 100 ore (70 di didattica e 30 di tirocinio) in parte in aula, nella sede dell'associazione a Fregene, o anche online, e in parte nello stabilimento balneare Baubeach, a Maccarese. Si tratta di una opportunità formativa e professionalizzante originale e interessante, che può mettere gli operatori del turismo in condizione di operare scelte consapevoli ed efficaci per aprirsi a una nuova fetta di mercato. «Innanzitutto è fondamentale comprendere che ci sono caratteristiche strutturali imprescindibili per garantire la serenità al cane e all'uomo: spazi esterni adeguati e con ampiezza sufficiente al numero di cani che si intende ospitare per diminuire le condizioni di attrito e di conflitto; percorsi sicuri per calmare l'animale e limitarne lo stress; stanze “a prova di cane”, senza moquette né oggetti che possa distruggere», ha chiarito Patrizia Daffinà. «Un hotel che voglia davvero trattare il cane come ospite, e quindi generare una fidelizzazione straordinaria in una clientela che rappresenta una fetta di mercato che non ha visto crisi, deve saper gestire e saper prevenire lo stress del cane».

La stanza pet-friendly deve essere a prova di cane: niente moquette, oggetti da mordere e uno spazio esterno sufficiente per passeggiare