



Associazione Valdostana Maestri di Sci

22° corso di formazione maestri sci

di fondo

biennio 2025 – 2026

Allievo Maestro

Lothar_Bianquin

Oltre la tecnica: le soft skills per l'insegnamento dello sci e per l'ideazione di nuove proposte professionali.

La figura del maestro di sci è oggi sempre più multidimensionale. Descrivi e approfondisci le soft skills che consideri fondamentali non solo per l'insegnamento tecnico ma anche per progettare e proporre attività innovative, complementari o multidisciplinari all'interno della tua futura carriera. Illustra come queste competenze possano valorizzare la tua proposta professionale, arricchire l'esperienza dei clienti e differenziare il tuo profilo nel contesto attuale della montagna e del turismo sportivo.

"Se un bambino non impara nel modo in cui insegniamo, dobbiamo insegnare nel modo in cui lui impara".#:

ùSkills ; Insegnamento ; Capacità ; Didattica ; Innovazione

INDICE:

- 1.0 Introduzione
 - 1.1 Origini e sviluppo della professione
 - 1.2 Il ruolo tecnico e il ruolo relazionale
 - 1.3 Le nuove esigenze del turismo sportivo e della montagna
 - 1.4 Marketing e pubblicità

- 2 Le soft skills essenziali per l'insegnamento
 - 2.1 Comunicazione efficace ed ascolto attivo
 - 2.2 La conoscenza delle lingue
 - 2.3 Empatia e gestione delle emozioni degli allievi
 - 2.4 Conoscenza della psicologia di base e dei segnali del corpo
 - 2.5 Capacità motivazionale e gestione del gruppo
 - 2.6 Problem solving e gestione degli imprevisti
 - 2.7 Leadership positiva e autorevolezza
 - 2.8 Adattabilità e flessibilità nella didattica
 - 2.9 Creatività e innovazione nella proposta didattica
 - 2.10 Collaborazioni multidisciplinari e lavoro in rete
 - 2.11 Le soft skills come strumento di fidelizzazione del cliente
 - 2.12 L'utilizzo delle AI

- 3.0 Conclusione

Oltre la tecnica: le soft skills per l'insegnamento dello sci e per l'ideazione di nuove proposte professionali

Introduzione

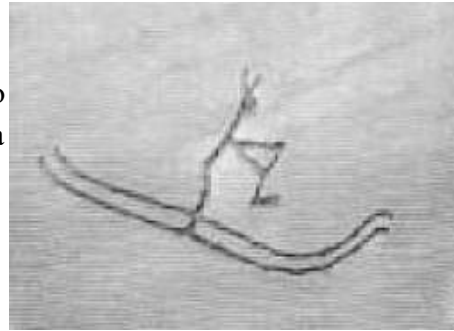
La figura del maestro di sci è ed è sempre stata centrale nello sviluppo e nella diffusione di questo sport. Prima, il maestro era visto principalmente come un tecnico, con il compito di insegnare la tecnica specifica. Oggi, però, il contesto sociale, economico e turistico è cambiato: il turismo sportivo è cambiato, il pubblico è sempre più esteso e diverso con le aspettative degli allievi che ormai non si limitano più all'apprendimento della tecnica, la lezione di sci è diventata più interattiva. La figura del maestro moderno oltre all'insegnamento della disciplina deve essere in grado di intrattenere, divertire, illustrare il territorio circostante e la cultura locale al cliente. Il maestro di sci è quindi chiamato a trasformarsi in una figura multidimensionale, capace non solo di insegnare, ma anche di comunicare, motivare, coinvolgere ed emozionare. La conoscenza e la formazione tecnica restano fondamentali, ma non sono più l'unica cosa che conta. Diventano quindi fondamentali le soft skills che un maestro possiede, cioè quelle competenze "secondarie" che riguardano la comunicazione, la gestione delle relazioni, l'empatia e la capacità di adattarsi a contesti ed allievi diversi anche per cultura e lingua. Con questo elaborato andremo ad analizzare quelle che secondo me sono le principali soft skills utili ad un maestro di sci, che non rappresenteranno solo un valore aggiunto all'insegnamento, ma un punto di partenza per progettare nuove attività professionali attorno alla figura del maestro di sci nordico. L'obiettivo finale è dimostrare che l'insieme di tecnica e competenze secondarie di vario genere consente offrono un'esperienza al cliente più ricca e stimolante, differenziandosi dalle lezioni classiche che offre il mercato, rendendo quindi il prodotto riconoscibile.

Capitolo 1 – La figura del maestro di sci nel contesto attuale

1.1 Origini e sviluppo della professione

Non si ha una data precisa della nascita dello sci di fondo, ma nasce nei paesi del Nord Europa come mezzo di trasporto. Le radici di questa disciplina affondano nella preistoria: il ritrovamento della "Ski di Hoting" in Svezia, datata circa 4.500-5.000 anni fa, mostra come il scivolare sulla

neve fosse una necessità primaria per la sopravvivenza, la caccia e lo spostamento tra comunità isolate . Antiche incisioni rupestri in Norvegia, come quelle di Rødøy, mostrano figure umane su assi di legno lunghe, dimostrando che lo “sci” e lo spostarsi sulla neve scivolando senza sprofondare era una pratica utilizzata già nell'Età della Pietra.



Per secoli, lo sci è rimasto uno strumento utilizzato solo per spostamenti e in campo militare. Già nel 1200, durante la battaglia di Oslo, i soldati norvegesi utilizzavano gli sci per le ricognizioni . Però per il passaggio dello sci da una pratica militare o mezzo di trasporto al essere considerato uno sport , e per puro divertimento arriverà molto più avanti .

Verso la metà del 1800 lo sci di fondo inizia ad essere considerato uno sport. Questo passaggio dalla necessità alla competizione è dato dalla prima competizione documentata che risale al 1842 a Tromsø, in Norvegia . In questo periodo, la tecnica era ancora rudimentale e legata al cosiddetto "passo norvegese", ma l'interesse generale per questa pratica iniziava a crescere.

Ma è solo nel 1888 che grazie all'attraversata della Groenlandia da parte di Fridtjof Nansen , lo sci nordico inizia a diventare "popolare". Nansen e il suo team percorsero circa 500 km in condizioni estreme; il suo libro *Pa ski over Grønland* (1890) fu un manifesto culturale che scatenò la moda dello sci in tutta Europa. Questa impresa trasformò lo sci da pratica esotica scandinava a fenomeno globale, portando alla fondazione dei primi club alpini e nordici in Europa centrale.



Nasce qualche anno dopo figura del maestro di sci di fondo, basata sull'insegnamento della tecnica. Inizialmente, il maestro era una guida alpina o un militare che insegnava la tecnica dello sci nordico. ma con l'inclusione dello sci di fondo nei primi Giochi Olimpici Invernali di Chamonix nel 1924, si creò la necessità della nascita di una figura professionale.

Negli anni, questa figura è cresciuta, insieme alla tecnica specifica ed ai materiali, trasformandolo in qualcosa di più evoluto. Il passaggio cruciale è avvenuto attraverso tre grandi rivoluzioni , come la tecnica di pattinaggio introdotta da Bill Koch negli anni 80' , il cambio dei materiali , della tecnica in generale e della figura del maestro

“fonti : FIS - International Ski Federation History ; Swedish National Heritage Board “

1.2 Il ruolo tecnico e il ruolo relazionale

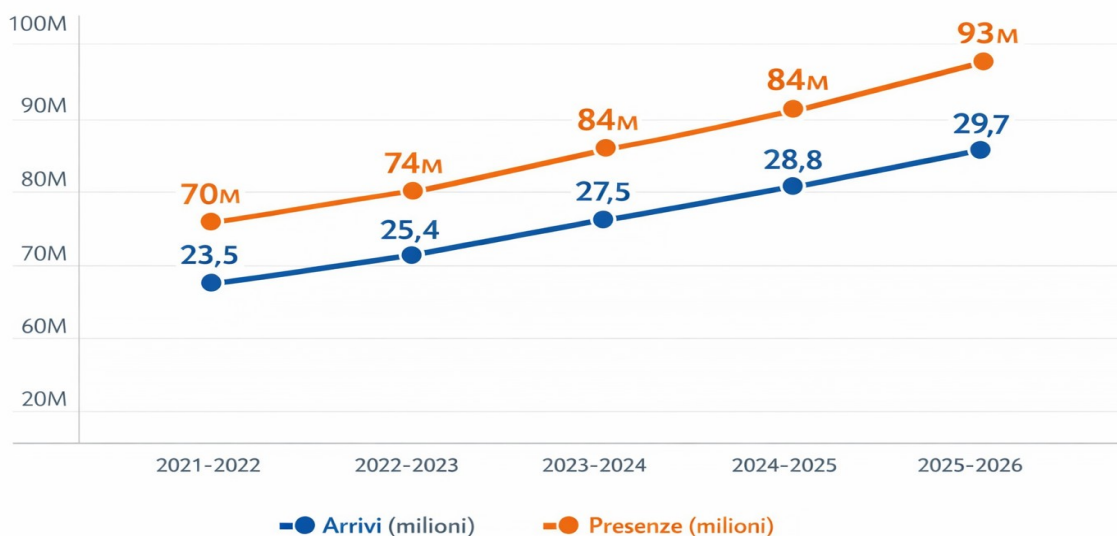
Come detto in precedenza il maestro non è più soltanto un insegnante della tecnica ma anche un educatore, un motivatore ed un profondo conoscitore del territorio che lo circonda. Le lezioni non sono più soltanto momenti di apprendimento, ma esperienze di condivisione che uniscono sport, emozioni e contatto con la natura. Le competenze tecniche rimangono comunque la base di questa professione : conoscere la meccanica del gesto specifico, saper adattare gli esercizi alle capacità dell'allievo e garantire la sicurezza in ogni situazione è essenziale. Tuttavia, il ruolo del maestro è anche quello di trasmettere la passione per la disciplina che lui stesso ama , ma senza una buona capacità nel relazionarsi , anche una lezione perfetta sotto il profilo tecnico , rischia di risultare noiosa e poco entusiasmante per il cliente neofita che cerca un'esperienza un po' più coinvolgente. Un allievo che si sente accolto, motivato e compreso si appassionerà più facilmente, tenderà a coinvolgere altre persone a praticare la disciplina contribuendo alla crescita dei volumi di clientela che di riflesso aumentano le risorse permettendo al professionista di affermarsi sempre di più come figura professionale .

1.3 Le nuove esigenze del turismo sportivo e della montagna

Con il turismo montano in aumento, che solo nel annata 2025-2026 registra in Italia 29,7 milioni di arrivi e 93 milioni di presenze (dicembre 2025-marzo 2026), superando i già ottimi risultati del 2024 (28,8 milioni di arrivi) , anche la tipologia di clientela con cui si andrà a trattare sarà molto diversa e sempre più "turistica".

Evoluzione del turismo montano invernale in Italia (2021-2026)

Arrivi e presenze turistiche nel periodo dicembre-marzo.



Inoltre i dati del Rapporto Skipass Panorama Turismo (ed. 2023-2024) mostrano come la motivazione principale che spinge il turista verso la montagna invernale stia cambiando : seppur la pratica sportiva resti centrale, oltre il 40% dei turisti dichiara di scegliere la destinazione in base alla qualità dei servizi di "wellness e relax" e alla bellezza del paesaggio, ponendo la parte sportiva in secondo piano rispetto al benessere generale. Questo fenomeno, definito come "*Slow Tourism*", rende lo sci di fondo come l'attività ideale per chi cerca una connessione profonda con la natura senza lo stress della velocità , delle code e del affollamento. Molto spesso quindi gli allievi non andranno a ricercare una lezione che porti solo ad un aumento delle performance , ma sempre di più desiderano un

esperienza in cui poter vivere lentamente e a pieno la montagna , altri invece associano lo sport ad un momento per loro e la loro salute psicofisica altri ancora associano lo sport ad un momento di socializzazione. Il maestro quindi deve essere bravo a comprendere ed



ad adattarsi alle esigenze del cliente , proponendo a ciascuno l'esperienza che desidera e “cucita” sul cliente , senza standardizzare le lezioni. Inoltre la montagna stessa è e sta diventando sempre più multidimensionale , dove il turismo , gli sport invernali , attività gastronomiche e centri benessere convivono. Secondo le analisi di ISTAT e ENIT (2024), l'impatto economico delle attività extra-scistiche (come l'enogastronomia e le esperienze culturali) incide ormai per oltre il 35% della spesa totale del visitatore della montagna. In questo contesto, il maestro di sci non è più solo un tecnico della neve, ma si trasforma in un vero e proprio "ambasciatore del territorio". La conoscenza di questa "nuova facciata " della montagna quindi può essere un grande "à tu" per un maestro che conosce bene il luogo e potrà intrattenere e consigliare ai suoi clienti i luoghi da visitare. Detto ciò la capacità del maestro di adattarsi al cliente fornendoli la lezione migliore per le sue esigenze e i suoi obbiett , mischiata ad un approfondita conoscenza del ambiente , montagne , fauna , flora e attività locali e della storia della nostra terra , combinata a delle basi tecniche , teoriche e di insegnamento dategli dal corso maestri , riuscirà a fornire un attimo

prodotto , vendibile sul mercato e che quasi si auto-pubblicizza .

1.4 Marketing e pubblicità

Lo sci di fondo è ed è sempre stato il “ cugino meno popolare” dello sci alpino. Invertire questa tendenza è quasi impossibile , ma far conoscere il nostro sport , e farlo piacere alla gente dovrebbe essere il compito di un buon maestro di sci. In un era sempre più social , nella quale le informazioni volano sotto gli occhi di tutti è sempre più facile far conoscere cose nuove , sponsorizzare prodotti ed attività , tramite contenuti social semplici da realizzare ma che hanno un impatto pazzesco sulle persone. La creazione di una pagina social diretta sia ad un gruppo di appassionati , atleti o amatori , ma anche a neofiti che vogliono approcciare lo sci nordico o che non ne hanno mai sentito parlare amplierebbero l’interesse della massa , portando lo sci di fondo ad aver sempre più fruitori , giovando a tutto il movimento ed ai maestri.

L’efficacia di questa strategia è confermata dai dati del Rapporto Digital 2024 (We Are Social/Meltwater), il quale evidenzia come oltre il 75% degli utenti utilizzi i social network come fonte



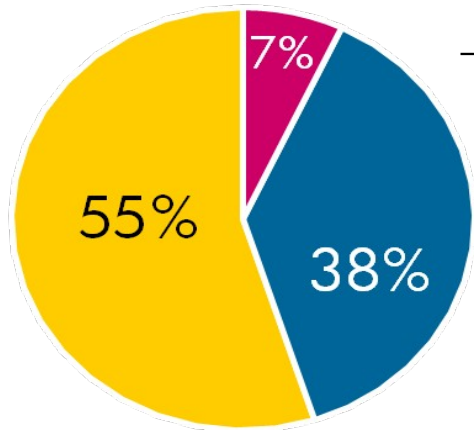
principale di ispirazione per il tempo libero e lo sport. Per un maestro, la creazione di una pagina social che comunichi apertamente tramite video, post, reel o storie, non è più un optional ma una necessità. Questi strumenti permettono di raggiungere anche tutti i neofiti che non ha mai approcciato lo sci nordico.

2 Le soft skills essenziali per l'insegnamento

2.1 Comunicazione efficace ed ascolto attivo

Il come un maestro comunica con gli allievi è una delle parti più importanti per una lezione efficace. Secondo gli studi di Albert Mehrabian sulla comunicazione, l’efficacia di una spiegazione dipende per il 55% dal linguaggio non verbale (gestualità, postura), per il 38% dal

paraverbale (tono della voce) e solo per il 7% dalle parole .



Dr. Albert Mehrabian's 7-38-55% Rule

Elements of Personal Communication

- 7% spoken words
- 38% voice, tone
- 55% body language

Anche se questi dati sono generici e mediati tra migliaia di persone e possono dunque variare a seconda dell'età e della persona con cui interloquiamo. Il maestro deve quindi saper adeguare le proprie spiegazioni a seconda del cliente, che sia un adulto, un bambino, un atleta esperto o alle prime armi o ancora uno straniero che ha quindi difficoltà con la lingua. Bisogna anche però personalizzare le spiegazioni in maniera individuale. Non tutti riusciamo ad apprendere le cose alla stessa maniera, bisogna quindi avere un bagaglio tecnico e lessicale ampio che ci permetta di effettuare le spiegazioni in maniera differente a seconda dell'allievo che abbiamo davanti. Secondo la Teoria delle Intelligenze Multiple di Howard Gardner non esiste un'unica forma di intelligenza e di apprendimento. Nello sci di fondo come negli altri sport, il maestro deve saper parlare all'intelligenza corporeo-cinestetica (chi impara provando), a quella visivo-spaziale (chi impara guardando) e a quella logica (chi impara tramite descrizioni accurate del movimento e delle sensazioni). Rita Dunn, scrittrice, ricercatrice e pedagoga americana che ha dedicato la sua vita per studiare gli stili d'apprendimento diceva che "Se un bambino non impara nel modo in cui insegniamo, dobbiamo insegnare nel modo in cui lui impara". E questa frase va riportata allo sci di fondo e non solo ai bambini ma ad ogni cliente/atleta che un maestro si trovi davanti.



Oltre ad una buona comunicazione però , il maestro deve esser capace di ascoltare. Un ascolto attivo dunque consente di capire le problematiche del cliente , potendo così adattare la lezione a seconda delle sue difficoltà . Tramite l'ascolto inoltre possiamo capire cosa il nostro allievo non ha capito , dialogando con lui dunque possiamo capire quale parte della spiegazione non è stata chiara , se non ha capito come svolgere un determinato movimento o esercizio , e quali sono le sue difficoltà , cercando così un modo per superarle, possiamo inoltre indurre il cliente/ atleta stesso tramite delle nostre domande ad arrivare ad una quasi auto-correzione che sarà più facile per lui da metabolizzare , infatti , studi fatti da Muska Mosston, ex ginnasta e militare nato in Israele e Sara Ashworth collaboratrice di una vita che dopo la morte di Muska ha continuato e perfezionato il suo lavoro , dimostrano che l'insegnamento basato sulla scoperta guidata (dove il maestro ascolta e pone domande invece di dare solo ordini) aumenta la ritenzione motoria del 30-40% rispetto al comando diretto.

2.2 La conoscenza delle lingue

Anche se può sembrare banale , la conoscenza delle lingue è fondamentale nel ruolo di maestro di sci , soprattutto l'inglese. Come detto in precedenza , la montagna sta diventando negli anni



sempre più turistica , portando quindi anche molti stranieri a varcare le nostre vallate. Non è detto quindi che tutti i clienti parlino la nostra lingua o che comunque comprendano i termini tecnici che andremo ad utilizzare. La conoscenza delle lingue dunque diventa fondamentale per effettuare una lezione efficace e per intrattenere i clienti. Inoltre , bisogna ricordare che il ruolo del maestro è

quello di offrire una lezione efficace , e quindi senza la conoscenza delle lingue o si manca al proprio dovere , effettuando una lezione scadente , oppure rifiutando la lezione si andrà a perdere una parte di clientela. Il dato più rilevante è che nel 2024 , tenendo conto del turismo generale italiano, le presenze straniere hanno superato quelle italiane, attestandosi al 54,5% del totale “fonte: ISTAT 2025”.

In montagna , con l'aumento dei prezzi stiamo andando sempre di più verso questo trend:

I Turisti Stranieri sono il "motore" della crescita, solo nel 2025, gli arrivi internazionali nelle località di montagna sono aumentati di circa l'8-9%. Al contrario invece da parte dei turisti italiani si registra un leggero trend negativo (circa -4% nelle presenze montane) in quanto gli italiani risentono maggiormente dell'aumento dei prezzi e tendono a ridurre la durata del soggiorno o a preferire un turismo di pochissimi giorni o addirittura di un solo giorno creando un turismo "mordi e fuggi"

(Fonte: JFC Osservatorio Italiano Turismo Montano).

Inoltre i dati forniti dal Report Winemag/VRetreats e Osservatorio Bper Banca 2026. evidenziano una differenza anche sul quanto i turisti siano disposti a spendere durante le loro vacanze , notando che gli stranieri sono disposti in media a spendere di più che quelli italiani, ed i giorni di permanenza sono maggiori.

Indicatore	Turisti Italiani	Turisti Stranieri
Spesa media giornaliera	€ 135	€ 182
Permanenza media	2,6 - 2,9 notti	3,3 - 3,6 notti
Motivazione principale	Weekend, relax, vicinanza.	Esperienza completa, sport, natura.
Origine principale	Prossimità regionale.	Germania, USA, UK, Polonia, Rep.Ceca.

Inoltre la nostra regione è bilingue , quindi oltre che l'italiano , la conoscenza del francese è fondamentale. La clientela si aspetta quindi che riescano a svolgere una lezione interamente nella loro lingua , e bisogna saperli accontentare per rendere il prodotto che vendiamo ancor migliore. La conoscenza del inglese e del francese sono dunque essenziali nella nostra realtà per poter svolgere la nostra professione al meglio.

2.3 Empatia e gestione delle emozioni degli allievi

L'empatia è la capacità di mettersi nei panni di un altro , capire le sue emozioni , le sue paure il suo stato d'animo e i suoi bisogni. Molto spesso , quando si provano cose nuove , si è un po'

prevenuti , e si può avere paura , provare ansia e frustrazione. Un maestro empatico , sa riconoscere queste emozioni , e intervenire con parole o azioni incoraggianti , rassicuranti o strategie motivazionali.

L'importanza di questo approccio è confermata da numerosi studi di pedagogia sportiva. Secondo la Scuola dello Sport del CONI, un clima

relazionale positivo può aumentare la velocità di apprendimento motorio fino al 30%, poiché riduce i livelli di cortisolo (l'ormone dello stress) che, se presente nel corpo in maniera eccessiva, blocca la fluidità dei movimenti e la memoria a breve termine. Daniel Goleman , psicologo e divulgatore , che è considerato il principale divulgatore del concetto di



Intelligenza Emotiva (IE) , grazie al suo trattato "Intelligenza Emotiva" espone come la capacità di sintonizzarsi con l'allievo trasforma la lezione da semplice istruzione tecnica a "esperienza sicura", permettendo al neofita di osare e progredire senza il timore del giudizio.

La gestione delle emozioni non riguarda solo gli allievi. Anche il maestro può avere una giornata no , o ritrovarsi in situazioni che possono scuoterlo. Avere gruppi non eterogenei , reagire ad imprevisti o avere un cliente che "ostacola" la lezione sono tutte situazioni che richiedono autocontrollo ed equilibrio emotivo. A supporto di ciò , i dati raccolti da ricerche sul Burnout e sullo stress lavorativo nelle professioni sportive (Journal of Sports Sciences) indicano che la resilienza del maestro , cioè la capacità di mantenere un atteggiamento positivo e costruttivo nonostante gli imprevisti è il fattore che incide maggiormente sul grado di soddisfazione finale del cliente.

Quindi è confermato che mantenendo un atteggiamento positivo e costruttivo si può effettuare una lezione piacevole ed efficace , portando ad un'esperienza del cliente migliore, ed ad un apprendimento più rapido.

2.4 Conoscenza della psicologia di base e dei segnali del corpo

Un bravo maestro per essere definito tale deve riuscire a mettere a proprio agio le persone con

cui andrà a lavorare , che siano clienti di una scuola di sci , atleti o conoscenti che si appoggiano a lui per le prime esperienze sugli sci , migliorare la loro tecnica o semplicemente per fare attività fisica al aria aperta e staccare dalla vita di tutti i giorni. In primo luogo se il cliente/atleta con cui andremo a lavorare si fida di noi , è a proprio agio , e crede nel lavoro che effettuiamo con lui sarà più facile che si impegni e che non si distraiga , rendendo la lezione molto più efficace e interessante. In secondo luogo un cliente che oltre ad aver imparato qualcosa e raggiunto il suo obiettivo durante la lezione sarà invogliato a tornare . Dunque possiamo dire che la pubblicità più efficace la si fa sul campo , e lasciare al cliente un esperienza e delle emozioni positive è essenziale.

Dunque una conoscenza della psicologia di base e riconoscere cosa comunicano i segnali del corpo della/e persona/e che ha davanti e dei segnali del corpo che lui stesso da aiuta il maestro a raggiungere questi obiettivi.

Per prima cosa il maestro deve curare la sua presentazione , l'abbigliamento deve essere sempre ordinato e presentabile , pulito e profumato , così da dare un senso di professionalità al cliente che si fiderà maggiormente. Quando si andrà a presentare togliere gli occhiali è un ottima maniera per entrare in contatto col cliente , che seppur un gesto da poco è molto impattante. Essere solare e mai troppo invasivo rende la lezione piacevole per il cliente , guardarlo negli occhi quando gli si parla da un segno di sicurezza in quel che diciamo , il modo in cui parliamo, i toni e le pause che prendiamo durante la spiegazione sembrano cose banali , ma se si sanno gestire aumentano il livello di attenzione del ascoltatore , sottolineano le parti importanti del discorso e danno un senso di sicurezza in quel che diciamo. In effetti uno dei concetti chiave della comunicazione efficace si racchiude nella frase "non sempre è importante quello che dici ma come lo dici" e vuole sottolineare il fatto che il tono di voce, il linguaggio del corpo e le espressioni facciali (comunicazione paraverbale e non verbale) spesso trasmettono più del contenuto verbale stesso, influenzando come il messaggio viene percepito e generando sensazioni piuttosto che parole. Quindi seppur nel ruolo del maestro è molto importante quel che diciamo , una comunicazione efficace non passa soltanto in quel che diciamo , ma a come lo diciamo , andando a stimolare il subconscio delle persone , facendoci comprendere meglio. In dimostrazione di questo Il concetto che "come dici qualcosa è più importante di cosa dici" è supportato da studi sulla comunicazione non verbale e paraverbale , come già detto in

precedenza , la regola 7-38-55 di Mehrabian, suggerisce come il significato emotivo sia trasmesso per il 55% dal linguaggio del corpo, per il 38% dal tono di voce e solo per il 7% dalle parole, evidenziando come il canale non verbale sia prevalente per la percezione del messaggio, influenzando la coerenza e la fiducia nelle relazioni.

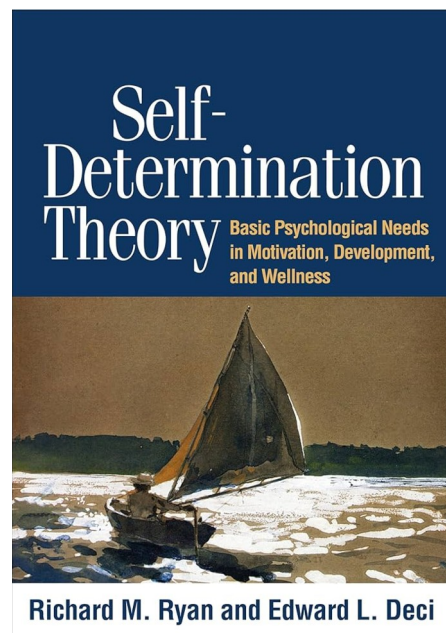
Altrettanto importante è il saper leggere i segnali del corpo che un cliente ci dà anche inconsciamente. Notare dove guarda , come è posizionato il suo corpo , e i movimenti , specialmente involontari che ha lo rendono un libro aperto che possiamo utilizzare per indirizzare la lezione in modo tale da renderla efficace e interessante. Peter Drucker, economista e saggista diceva: “La cosa più importante nella comunicazione è ascoltare ciò che non viene detto”. Quindi per essere un ascoltatore efficace bisogna saper ascoltare anche con gli utilizzando i segnali dati dal subconscio del ascoltatore per “sentire anche quel che non viene detto” adattando così la lezione alle esigenze del allievo.

2.5 Capacità motivazionale e gestione del gruppo

Un'altra skills fondamentale per un maestro di sci è la capacità di motivare gli allievi e di gestire dinamiche di gruppo anche molto diverse tra loro. In una lezione di sci nordico, infatti, non tutti gli allievi partono dallo stesso livello tecnico, né possiedono la stessa fiducia nelle proprie capacità. C'è chi arriva carico di entusiasmo e chi invece teme di non essere all'altezza. Secondo la Self-Determination Theory di Deci e Ryan, la motivazione di un allievo è dovuta dal soddisfacimento di tre bisogni psicologici: autonomia, competenza e relazionalità. Il maestro deve quindi saper riconoscere i diversi bisogni motivazionali, fornendo stimoli adeguati a ciascuno.

Motivare significa creare un clima positivo: utilizzare parole incoraggianti, valorizzare ogni piccolo progresso, rendere la lezione interessante e varia. Una persona che percepisce fiducia da parte del maestro sarà più propensa a impegnarsi, a non arrendersi e a vivere l'esperienza come un momento piacevole e non come una prova da superare.

La gestione del gruppo non riguarda solo l'aspetto emotivo, ma anche quello pratico. In caso di livelli tecnici molto diversi, il maestro deve trovare soluzioni che permettano di mantenere alto l'interesse di tutti. Suddividere il gruppo in micro-attività, proporre progressioni tecniche

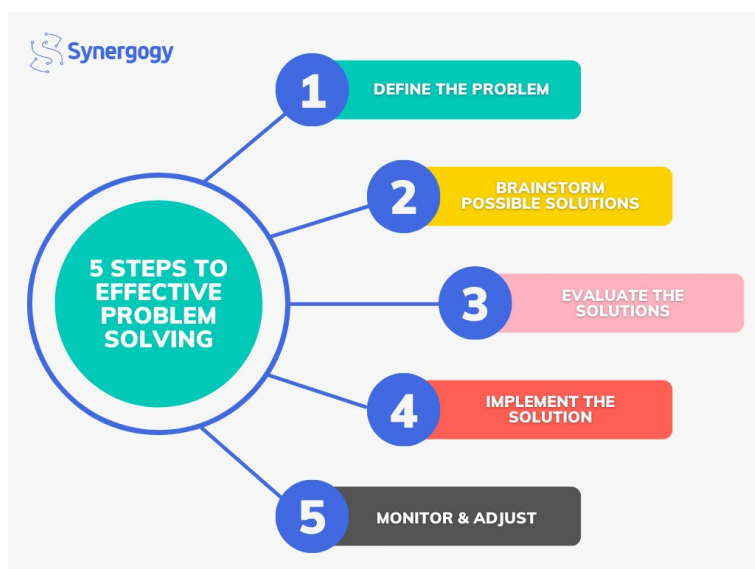


differenti o creare momenti di svolgimento individuale sono tutte strategie utili. L'importante è che nessuno si senta escluso o "di intralcio".

Un gruppo ben gestito si trasforma spesso in un ambiente di apprendimento collaborativo: gli allievi si aiutano, si sostengono, si divertono e condividono l'esperienza. Questo tipo di atmosfera aumenta la qualità della lezione e allo stesso tempo rafforza il valore professionale del maestro, che diventa per il cliente una figura rassicurante e competente.

2.6 Problem solving e gestione degli imprevisti

Lo sci nordico si pratica in un ambiente naturale, dinamico e che può variare in poco tempo. Per questo motivo, il problem solving rappresenta una soft skill fondamentale per un maestro. Durante una lezione possono verificarsi vari imprevisti: meteo in rapido cambiamento, piste ghiacciate o troppo morbide, attrezzatura che si danneggia, allievi che faticano più del previsto o che, al contrario, richiedono un livello maggiore di difficoltà.



Il maestro deve essere in grado di prendere decisioni rapide e sicure, dimostrando calma e professionalità. Un imprevisto, se gestito con sicurezza, può essere trasformato in un'opportunità didattica. Ad esempio, una pista ghiacciata può diventare un'occasione per insegnare tecniche di equilibrio; una salita impegnativa può essere sfruttata per spiegare la gestione dello sforzo e della respirazione; una nevicata improvvisa può trasformarsi in un momento di racconto sulla montagna, la sua storia, i ghiacciai e il loro rapido ritiro.

La capacità di problem solving non riguarda solo l'organizzazione tecnica della lezione, ma anche la gestione delle emozioni che un imprevisto può generare negli allievi. Molte persone, soprattutto i principianti, si spaventano facilmente quando la situazione cambia. In quei momenti il maestro deve trasmettere tranquillità e fiducia, mostrando che ha il controllo della situazione. Questo genera sicurezza e permette all'allievo di vivere l'esperienza in modo più sereno.

2.7 Leadership positiva e autorevolezza

In molte situazioni il maestro di sci è la figura di riferimento per il gruppo non solo dal punto di

vista tecnico, ma anche da quello umano. Una leadership positiva si costruisce attraverso l'autorevolezza, la coerenza e il rispetto. Essere leader non significa imporre la propria volontà, ma saper portare il gruppo verso l'obiettivo, facendo sentire tutti partecipi e ascoltati.

L'autorevolezza del maestro deriva principalmente da tre fattori:

1. Competenza tecnica

Gli allievi capiscono immediatamente se il maestro conosce e ha la padronanza completa della disciplina, quindi, rimanere sempre allenati, aggiornati e continuando a studiare anche dopo il completamento del corso e fuori dai corsi di aggiornamento può far accrescere la credibilità e la fiducia che un cliente/atleta ha verso di lui. Un buon maestro deve esprimere autorevolezza e disponibilità, rendendo la lezione un'esperienza educativa e piacevole. Le competenze tecniche inoltre vanno adattate al cliente e al livello, utilizzando termini che egli possa comprendere e parlando in maniera chiara e semplice.

2. Coerenza nei comportamenti

Il maestro è ed deve essere un esempio, la puntualità, la cura dell'attrezzatura, il rispetto delle regole e della pista e cortesia nei confronti non solo dei colleghi o dei clienti ma in generale trasparire solarità ed educazione contribuiscono alla sua credibilità professionale.

3. Chiarezza comunicativa

anche se è stato ampiamente trattato prima l'argomento, la chiarezza comunicativa serve anche a creare una leadership da parte del maestro che viene ascoltato e capito dai suoi allievi.

La leadership positiva è particolarmente importante nelle situazioni di difficoltà. Se il gruppo si trova in un tratto impegnativo, se le condizioni meteorologiche peggiorano o se qualcuno entra in crisi, è il maestro a dover prendere il controllo con fermezza e calma. Un leader capace garantisce sicurezza e serenità, trasformando una possibile esperienza negativa in una prova superata.

2.8 Adattabilità e flessibilità nella didattica

Una delle soft skills fondamentali per un maestro di sci è la capacità di adattarsi rapidamente alle esigenze di ciascun allievo. Ogni persona apprende in modo diverso: c'è chi ha bisogno di vedere un gesto per replicarlo, chi necessita di spiegazioni verbali più dettagliate, chi preferisce procedere lentamente e chi invece vuole essere subito stimolato.

Il maestro deve possedere un repertorio ampio di spiegazioni, esercizi e varianti, così da poter modificare l'approccio didattico in tempo reale. Questo significa:

- creare percorsi personalizzati;
- adattare la durata degli esercizi;
- variare le metodologie (metodo: prescrittivo, misto, con assegnazione dei compiti, partecipativo, induttivo globale, analitico);
- modificare l'ambiente di lavoro (piano, salita, neve più compatta, ecc.);
- alternare momenti ludici a momenti più tecnici.



La flessibilità non riguarda solo l'insegnamento, ma anche la gestione delle energie degli allievi. Se una persona mostra un carico interno molto alto (stanchezza psico-fisica percepita diversa per ogni allievo e ogni sciatore), il maestro deve saper rallentare o eventualmente cambiare esercizi, metodologie di insegnamento, tracciato e modo di fare. Se un allievo appare annoiato, bisogna cercare di capire cosa riporterebbe l'attenzione sul maestro e sulla lezione, ad esempio con i bambini è spesso utile introdurre un gioco, un esercizio piacevole o una mini-sfida.

Un maestro rigido rischia di rendere la lezione monotona, mentre un maestro flessibile trasforma ogni uscita in un'esperienza nuova e dinamica. Oggi, questa capacità è cruciale per differenziarsi nel mercato sempre più competitivo del turismo sportivo.

2.9 Creatività e innovazione nella proposta didattica

Il maestro di sci moderno non è più solo un insegnante, ma un creatore di esperienze. La creatività permette di rendere le lezioni più coinvolgenti e allo stesso tempo di ideare nuove proposte aggiornate al cambiamento del turismo montano, che va sempre più verso esperienze personalizzate e multidisciplinari.

Le attività che si possono svolgere sono parecchie, ad esempio:

- Esperienze "slow ski", esperienze legate anche ad una parte spirituale e di contatto con la natura, molto amate dalle persone molto spirituali;
- Lezioni combinate con attività di benessere, come yoga, stretching posturale o risveglio

muscolare , con colazione al seguito possono essere un ottima opzione per portare clienti alla suola di sci;

- Pacchetti per famiglie, con lezioni di gruppo , più economiche o lezioni che si dividono tra adulti e bambini , cosi da lavorare meglio e avere momenti di relax pe i genitori ;
- Uscite al tramonto o notturne possono essere molto apprezzate in quanto esperienze nuove e difficilmente replicabili se non si è dei buoni conoscitori del territorio;
- Team building aziendali, nelle grandi aziende la collaborazione e il fattore di benessere psicofisico sta sempre più a cuore dei vertici, per questo la proposta di delle giornate sugli sci da fondo per allenarsi , rilassarsi e creare gruppo sarebbe un ottima scelta ;
- Progetti scolastici che integrano sport, educazione ambientale e sicurezza in montagna.

Essere creativi offre l'opportunità al maestro di crescere molto come professionista in quanto ampliando il mercato automaticamente anche le ore richieste aumentano , e in quanto persona conoscendo e svolgendo attività nuove.

2.10 Collaborazioni multidisciplinari e lavoro in rete

Rendere una lezione più attraente per il pubblico è un ottima maniera per far aumentare i flussi di persone che praticano lo sci di fondo. Per fare ciò , collegare l'attività principale (la lezione) con un attività secondaria , ma sempre inerente , o collegata al benessere psicofisico è un ottima maniera per raggiungere quest'obbiettivo.

Collaborare con altri professionisti , enti locali , sfruttare al massimo l'ampiezza di attività che la professione del maestri di sci nordico permette di svolgere , e prendere accordi con persone terze è una strategia che porterebbe molte persone ad avvicinarsi alla disciplina .

Questa idea è supportata anche dai dati più recenti sul turismo di montagna, come quelli raccolti dai principali osservatori del settore (ad esempio JFC e Skipass Panorama Turismo). Questi studi confermano evidenziano come il "turista della neve" stia cambiando: oggi oltre il 50% degli utenti non cerca più solo la prestazione sportiva, ma un'esperienza completa che unisca sport, relax e salute. Secondo queste ricerche, le località che offrono



servizi integrati (sport + benessere + cultura locale) vedono un aumento della soddisfazione del cliente e una maggiore fedeltà nel tempo, questo è ricollegabile al fatto che maggior parte dei turisti vuole vivere una giornata piacevole che faccia bene sia al corpo che alla mente. Secondo le statistiche, le località e i professionisti che riescono a unire la lezione di sci con altri servizi del territorio sono quelli che lavorano di più e hanno i clienti più soddisfatti.

Le ricerche di mercato dicono chiaramente che la gente preferisce i "servizi completi": il turista vuole sentirsi guidato non solo in pista, ma in tutta la sua giornata sulla neve. Inoltre, i dati sul benessere psicofisico e studi sul turismo di "Outdoor & Wellness" dimostrano che lo sci di fondo è visto sempre di più come un'attività per combattere lo stress. Per questo motivo, un maestro che collabora con le altre realtà locali e propone la lezione come parte di un'esperienza di benessere totale riesce ad attirare molte più persone, rendendo lo sci di fondo uno sport più accattivante.

Le collaborazioni possono riguardare:

- guide ambientali ed escursionistiche: Collaborare con guide di media montagna e esperti raccontatori del territorio per offrire un servizio di "gite" lungo le piste da fondo, legate al racconto del paesaggio, della storia del territorio, legate ad un miglioramento della tecnica generale.
- Gite al di fuori del tracciato: La carica da maestro di sci nordico offre anche la possibilità di accompagnare i clienti in tracciati non battuto, utilizzando gli sci, da fondo e da sci alpinismo, le ciaspole e i ramponcini, ampliando molto il raggio d'azione del maestro.
- Centri benessere: I pacchetti di esercizio e benessere fisico come illustrato in precedenza sono molto graditi dai turisti della montagna. Un'opportunità che si può sfruttare è di vendere pacchetti che includano la lezione seguita da un ingresso in centri benessere come "recupero dall'attività e momento di relax dopo l'attività fisica che stanca sia a livello mentale che psicologico, che soprattutto per i principianti è molto alta anche se svolgono tracciati poco impegnativi e per un tempo relativamente breve. Inoltre il collegamento mentale che avranno tra il benessere provato nell'attività successiva alla lezione, creerà in loro un ricordo piacevole che spingerà il cliente a tornare e fidelizzarsi.
- Ristoranti ed enogastronomia: Il turista medio va in vacanza per rilassarsi, e l'organizzazione è fondamentale. Può essere piacevole quindi mescolare la lezione di sci ad un pranzo/cena o degustazioni, dopo la lezione, che creano un senso di tranquillità nel cliente che non dovrà organizzare, ma che avrà già tutto organizzato e non dovrà preoccuparsi di prenotare o fare code per mangiare. Inoltre vale lo stesso concetto utilizzato in precedenza dell'associazione mentale tra le attività.

- atleti di alto livello: Organizzare giornate aperte a tutti con atleti professionisti o ex professionisti dello sci nordico o del biathlon , creando un evento , è un buon modo per portare nuove persone sulla pista da fondo e quindi nuovi clienti o possibili tali.
- marche di abbigliamento e di attrezzatura : stesso concetto con marche di abbigliamento e attrezzatura , che per sponsorizzarsi offrono noleggi a basso costo , invogliando le persone a provare la disciplina oltre che i materiali , così che i maestri ne possano avere un vantaggio , come anche i marchi presenti con i fruitori che si legano e fidalizzano al marchio



- lezioni di biathlon: Il biathlon è indubbiamente uno degli sport invernali più in crescita del momento, la Coppa del Mondo di biathlon raggiunge circa 26 milioni di telespettatori per ogni tappa, per un totale di circa 400 milioni di ore di visione a stagione. Anche gli eventi dal vivo attirano sempre più pubblico: i

Campionati del Mondo di Biathlon 2024 a Nové Město hanno registrato circa 210.000 spettatori. Inoltre, l'interesse sui social media è aumentato molto, con centinaia di milioni di visualizzazioni e un forte incremento dell'engagement negli ultimi anni. Il biathlon si sta diffondendo sempre di più anche fuori dai paesi tradizionali, grazie soprattutto alla visibilità dei Giochi Olimpici Invernali di Milano-Cortina 2026, che hanno contribuito alla diffusione di questo sport nel mondo. Infatti durante gli ultimi giochi olimpici invernali il biathlon ha attirato un pubblico enorme, l'arena di Anterselva, con oltre 19.000 posti, ha registrato la maggior parte delle gare sold-out e si è stimata la presenza di circa 200.000 spettatori complessivi.

Dunque , se si ha il corso allenatori per la disciplina , far provare alle persone , sempre più interessate a questo sport , l'emozione di provare uno sport così particolare , diverso e sempre più popolare è un'ottima maniera per ampliare la clientela di un maestro.

Fonti: International Biathlon Union (IBU), European Broadcasting Union (EBU), FISU.

- operatori alberghieri: La collaborazione con operatori alberghiere e strutture è un grande “ a tu “ che un maestro può utilizzare , creando dei pacchetti che includano nel soggiorno

una lezione o pacchetti di più giorni in stile “settimana bianca” che possono includere anche attività alternative descritte in precedenza possono ampliare di molto la mole di lavoro di un maestro. Un esempio concreto sono i pacchetti che ti propongono le agenzie o gli operatori alberghieri , che vendono insieme al soggiorno una svariate attività come gite in barca ed escursioni e esplorazioni dei fondali marini

L’obiettivo è creare pacchetti e attività alternative , legate allo sci di fondo che valorizzino il territorio, migliorino, e rinnovino il servizio offerto. Un maestro che sa lavorare in team diventa una risorsa fondamentale per scuole di sci, enti del turismo e strutture ricettive.

2.11 Le soft skills come strumento di fidelizzazione del cliente

Fidelizzare un cliente è una parte essenziale della professione , riuscire a mantenere un cliente negli anni porta molti introiti al maestro , oltre che alla sua scuola di sci e al territorio dove lavora. Utilizzare la soft skills per questo obiettivo è dunque fondamentale

Le soft skills permettono di:

- creare un rapporto umano autentico;
- far sentire il cliente importante;
- offrire un servizio personalizzato;
- lasciare un ricordo positivo;
- generare passaparola spontaneo

Un cliente soddisfatto parlerà bene della lezione, porterà amici e familiari e migliorerà la reputazione del maestro. In questo senso, la relazione è uno strumento commerciale potentissimo, come può esserlo una pubblicità.

2.12 L’utilizzo delle AI

Una delle più grandi novità degli ultimi tempi sono le intelligenze artificiali , che effettuano una marea di compiti per noi , in pochi secondi e con un enorme portata di informazioni , elaborate in pochissimo tempo. Nello sci di fondo l’utilizzo delle AI può diventare un sostegno importante per il maestro , per velocizzarli il lavoro e aiutarlo a svolgere la sua professione.

- Creazione di immagini e contenuti multimediali: Come detto in precedenza per portare sempre più persone a praticare lo sci di fondo c'è bisogno di una buona pubblicità, con una comunicazione efficace e che invogli a provare lo sport in questione. Le AI, possono dunque essere molto utili in questo aspetto, creando in pochi secondi locandine personalizzate e con un design moderno, biglietti da visita, aiutando nel montaggio video e nella creazione di contenuti social efficaci.
- Analisi video: per un Maestro/allenatore, possono venir molto utili le AI per le analisi video, ad esempio ci sono applicazioni che tracciano linee sullo schermo seguendo dei punti selezionati che si muovono durante il video, come ad esempio sulle mani per vedere se si utilizzano le braccia in maniera corretta.



Dunque per un maestro sfruttare questa incredibile innovazione a proprio vantaggio può sembrare inutile, ma potrebbe invece rivelarsi un arma vincente sotto tanti punti di vista, per migliorare il servizio e per pubblicizzarlo al meglio.

3.0 Conclusioni

Le soft skills sono delle abilità che ognuno di noi ha o può imparare con l'esercizio e con il tempo, e per un maestro di sci nordico sono nel contesto attuale essenziali per contraddistinguersi dalla massa, dare al cliente il prodotto che si aspetta e anzi ancor migliore, così che sia invogliato a tornare. Queste skills devono essere intrinseche in un maestro moderno, che deve saperle usare senza neanche rendersene conto, in quanto col cambiamento della società tutto è cambiato, così come la professione del maestro. Il digitale inoltre è un grande strumento che se utilizzato nella giusta maniera, può essere molto utile ai maestri, per pubblicità, analisi video e aumento degli afflussi di fruitori delle piste da fondo e crescita del movimento. E le nuove generazioni hanno la capacità e l'opportunità di sfruttare questo potente mezzo per dar qualcosa di più allo sci di fondo e tutto il suo ambiente.

Queste skills “secondarie” stanno prendendo sempre più importanza nel ruolo del maestro di sci moderno , e impararle ed utilizzarle costantemente gioverebbe in primis al maestro stesso e inoltre al ambiente dello sci nordico italiano e mondiale che ne ha un gran bisogno.