

LadinHotel, per tor dant col cher

L cher, simbol de n turism che ge vel ben a sia tera, e che se aur a chi che vel la descorig con coriosità e respet



Guglielmo Lasagna di Joegn hotelieres premia i studenc de la Scola d'èrt de Poza autores di lurieres selezioné per l logo "LadinHotel".

"Tol dant ladin, tol dant col cher" l'é un di slogan che ne é stac porté dant te l'edizion 2010 de l'Aisciuda Ladina da Bertol, l personaje dessegnà da Claus Soraperra e Manuel Riz che l'é doventà simbol de la setemèna del lengaz, la manifestazion che da doi egn bina adum la maor istituzions de Fascia per conjobièr lengaz, cultura e identità ladines a duc i setores de la sozietà. L tem de ch'est an, l'identità tel contest economic, e en particulèr tel turism, à metù al luster che, ence chiò, l'è apontin l cher chel che veng. Cher simbol de n azet profesionèl e rencurà, ma soraldut sciantif e sinzier, carateristiches aprijèdes dal ghest ascort che vel cognoscer i lesc olache l va, e che en feries no l chier tant la proponetes de spas che l podessa troèr olachemai, ma soraldut la carateristiches e la particolaritèdes che l pel troèr demò aló. Saer se desferenzièr, tel mond globalisà de anchecondi, l'é un di valores che pel joèr de più per la proponeta turistica, l'é stat dit più outes ti momenc de debatit e confront endrezé te l'Aisciuda Ladina. L'é n conzet che i joegn hotelieres de Fascia, con a cef Guglielmo Lasagna, à scomenzà a descorig jà da vèlch an, e che se fèsc pian pian semper più lèrga. Te ch'est chèder una de la scomenzadives de

l'Aisciuda Ladina l'é stat l'idea de creèr n marchie, e ge dèr l met ai hotie che respon a na lingia de carateristiches de fèr pèrt de n "club de prodot" da l'onom "LadinHotel". L'é stat endrezà n concurs anter i studenc de la Scola d'èrt per studièr fora n logo per "LadinHotel" e te l'Aisciuda Ladina l'é stat ence chierì fora i lurieres che podessa vegnir touc desche logo de "LadinHotel".

Menues e scrites informatives te alberch ence per ladin, la doura de nosc lengaz – più desche lengaz simbol che desche lengaz de comunicazion – tel sit internet de l'hotel, la cognoscenza e la capacità del personal de enformèr i ghesc' sui lesc e sui fondamenc de basa de noscia cultura e tradizions, l'é anter i requisic che é stac pissé da Guglielmo Lasagna e dai etres joegn hotelieres, tel percors per pissèr co ge dèr atuazion concreta a ch'esta idea. L'emportant - l'é stat sottrissà da più pèrts ti debatic de l'Aisciuda Ladina – l'é che la esprescions de identità, cultura, tradizions e lengaz che vegn sportes les sie sinzieres e sciantives. Se l'é demò n faus l ghest lo percepesce e no joa a nia. Desche dir: se te noscia valèdes no vegn rencurà dassen l lengaz, la cultura e l'identità ladina, no se pel pissèr de les tor cà e desfrutèr demò desche atrazion turistica.