Turismo & Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

12.2019 Anno XXXXVII

Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento
FEDERALBERGHI - TRENTINO

DOLOMITI DOLOMITEN DOLOMITES DOLOMITIS
FONDAZIONE UNESCO
SOCIO SOSTENITORE

RIFORMA TURISTICA, LE LINEE GUIDA DI FAILONI

Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% NE/ TN Taxe percue

OSSERVAZIONI ALLA FINANZIARIA 2020
Provincia, meno risorse per gli investimenti

LEGGE DI BILANCIO, SERVONO MODIFICHE
L'Asat ha incontrato i parlamentari trentini

TURISMO, INCONTRO DOMANDA E OFFERTA
A novembre si sono svolti i «Career Day»

GOOD BUY, EDIZIONE 2019 IN VAL DI SOLE
113 aziende e 21 buyer per i 18 anni dell'evento

SECONDE CASE E CONSUMO DI SUOLO
Legge Gilmozzi, un aiuto a ridurre il «disordine»

È IL MOMENTO DI ANDARE OLTRE

Accedi al *PLAFOND SOSTEGNO IMPRESE TRENTINE e beneficia dell'eccezionale riduzione commissionale sul rilascio di garanzie di Confidi Trentino Imprese**

Mai come oggi Confidi Trentino Imprese affianca PMI e professionisti nel percorso di innovazione, crescita e consolidamento facilitando l'accesso al credito a condizioni straordinarie con il rilascio di garanzie a prima richiesta fino all'**80%** per mutui di durata massima di 84 mesi.

*Valido fino al 31/12/2019

Per maggiori informazioni visita il nostro sito

CONFIDI
TRENTINO IMPRESE

www.confiditrentinoimprese.it

STUDIO DELTA 1969

Sommario

TEMA DEL MESE

Apt di natura privata e prodotti interambito creati dalle Agenzie territoriali pag. 4
Asat: «Sentiamo la necessità di una strategia condivisa» pag. 6
Futuro: ospiti sempre più al centro e sistema turistico integrato pag. 7
Asat, Deutsche Bank e Nexi pag. 8
Banda larga sicura e garantita: il progetto Fttr pag. 9

VITA ASSOCIATIVA

Manovra finanziaria: il punto di vista delle aziende trentine pag. 10
Coordinamento provinciale imprenditori: «Atto di fiducia sulla finanziaria» pag. 14
Asat e Federalberghi, le richieste per la legge di bilancio nazionale pag. 16
Nel 2020 arriva la nuova Trentino Guest Card pag. 18
Il turismo assume: in archivio i Career day pag. 19
B&B di Qualità: un convegno contro l'abusivismo pag. 20
Hotel design: migliorare l'esperienza degli ospiti pag. 22

FEDERALBERGHI

Federalberghi Extra presenta uno studio sul mercato extralberghiero pag. 24

GIOVANI

Giovani albergatori, viaggio studio a Madrid pag. 26

SPEAK ENGLISH

Luxury Hotel pag. 28

LIBRI & TURISMO

Mappe. Il teatro del mondo pag. 30
Il libro della neve. Avventure, storie, immaginario pag. 31

EXPO RIVA HOTEL

Hospitality 2020 implementa la formazione per il mondo Ho.Re.Ca. pag. 32

TRENTINO MARKETING

Good Buy Trentino: la 18esima edizione con 113 aziende e 21 buyer pag. 36

NORMATIVE

Impianti di messa a terra: la verifica è d'obbligo pag. 38
La legge Gilmozzi e le «sregolatezze» edilizie pag. 40
Dubbi pag. 42

MAGAZINE

12.2019 Anno XXXXVII

Chiusura Editoriale 05/12/2019
Foto Copertina: La Cantina sociale di Trento, sede dell'incontro autunnale dell'Asat. Daniele Panato

tempo di lettura autore dell'articolo

Registrazione Tribunale di Trento n° 163 R.S. del 17/11/1971
Roc n.5504 del 21/07/1998
Direzione, Redazione, Amministrazione:
Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it
Direttore Responsabile: Roberto Pallanch
Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Fabia Sartori Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza
Abbonamento annuo: € 40,00
Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento, Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO

Grafica e pubblicità: OGP srl - Agenzia di Pubblicità
Via dell'Ora del Garda, 61 - Tel. 0461 1823300 - Info: info.ogp@ogp.it - www.ogp.it
Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Fiducia nelle nostre imprese e rinnovato impegno per il futuro

Care colleghe e cari colleghi,

stanno per concludersi dodici mesi caratterizzati da un grande impegno dell'Asat nella sua attività sindacale, sia a livello provinciale che a livello nazionale.

Si chiude il primo anno di governo della nuova amministrazione provinciale e dell'assessore al turismo Roberto Failoni. Inizia a prendere forma la riforma del sistema della promozione turistica, che andrà a toccare alcuni «punti caldi», quali «l'apertura» agli operatori della guida di Trentino Marketing e la revisione del sistema territoriale delle Apt.

Accogliamo con favore l'istituzione del Cipat, il codice identificativo univoco che sarà attribuito a ciascun alloggio turistico. In questo modo le strutture ricettive che operano sul mercato trentino, dagli hotel agli appartamenti destinati all'affitto turistico, saranno chiamate a rispettare le stesse regole. Positiva anche l'introduzione della nuova Trentino Guest Card e la conferma del Tavolo azzurro e del board commerciale.

Abbiamo richiesto la revisione della «classifica» alberghiera ed ottenuto la disponibilità dell'assessore. Rimane da affrontare il tema dell'«infrastrutturazione» del territorio in vista delle Olimpiadi 2026.

Non deve calare la nostra attenzione riguardo a criticità da affrontare nel prossimo futuro. A partire dal «fattore» mobilità ed interconnessione al fine di rendere il più agevole possibile l'arrivo in Trentino coi mezzi pubblici e semplificare gli spostamenti sul territorio. Senza scordare la necessità di «attrezzarsi» per affrontare i cambiamenti climatici in atto. E la carenza di disponibilità di personale nel settore turistico, che stiamo cercando di affrontare mettendo in atto il Protocollo d'intesa per favorire l'occupazione tramite i Servizi per l'impiego.

Vi invito ad aver fiducia nella capacità delle nostre imprese, ad investire sulle vostre strutture per spingerne la crescita: da un'analisi condotta dall'Asat risulta che gli investimenti alberghieri (e quindi crescita degli hotel) vanno a velocità diverse a seconda della categoria delle strutture.

Termino con un auspicio per tutti noi. Che sia un'ottima stagione invernale, e che il momento di positività dell'economia e del turismo prosegua. E questo anche grazie al nostro assiduo impegno e alla nostra professionalità, alla qualità della nostra offerta, delle nostre strutture e dei nostri servizi.

Colgo l'occasione per augurare a tutti voi un sereno Natale ed un buon anno nuovo.

presidente Giovanni Battaiola

Apt di natura privata e prodotti interambito creati dalle Agenzie territoriali

4' e 45"

Fabia Sartori

Il nuovo sistema turistico territoriale potrà contare sull'indipendenza di Trentino Marketing, che smetterà di essere una «costola» di Trentino Sviluppo. Con il rinnovato assetto organizzativo, inoltre, nasceranno le Agenzie territoriali di innovazione di prodotto a fare da «coordinamento» per lo sviluppo di prodotti intersettoriali ed interambito, nonché per la gestione di tavoli lavoro con gli stakeholder locali.

Riguardo agli attuali 20 ambiti tra Apt (14) e Consorzi Pro Loco (6), è prevista una riduzione che porti ad un sostanziale dimezzamento di tali realtà (indicativamente 10). Con il principale obiettivo di rendere le «nuove Apt» soggetti di natura privatistica (mentre Trentino Marketing e le Agenzie territoriali di innovazione di prodotto rimangono realtà, nel primo caso, al 100% pubblica e, nel secondo caso, a finanziamento pubblico).

Da sottolineare che la riforma del sistema turistico porterà con sé anche modifiche sostanziali per quanto riguarda la tassa di soggiorno, che verrà resa «uniforme» su tutto il territorio trentino (oggi ogni località la applica nella sua personale declinazione). Resta da vedere se l'importo della tassa sarà correlato al numero di «stelle» dell'hotel, o se invece la quota a carico degli ospiti sarà la stessa a prescindere dalla categoria dell'hotel in cui soggiornano.

In breve, sono questi i «capisaldi» esposti dall'assessore al turismo **Roberto Failoni** in occasione dell'incontro autunnale dell'Asat. Failoni ha anche annunciato che, a breve, sarà pronto il disegno di legge della riforma, che arriverà in Consiglio provinciale a fine marzo. «Questo significa - precisa l'assessore - che abbiamo circa tre mesi per lavorare insieme ad eventuali cambiamenti e modifiche. E questo perché non voglio una riforma calata dall'alto, ma condivisa con le categorie ed i soggetti che lavorano in ambito turistico». Nel suo intervento Failoni ha anche enfatizzato il fatto che «dopo 34 anni (era il 1986) è tempo che il turismo trentino riveda il suo sistema turistico». Va detto che le novità contenute nel disegno di legge saranno operative dal 1 gennaio 2021.

Trentino Marketing. Continuerà ad essere una società in-house al 100% pubblica ma separata da Trentino Sviluppo. Orientata alla gestione strategica del turismo, la nuova realtà si impegnerà, tra l'altro, nella comunicazione del territorio attraverso il prodotto e nella gestione grandi eventi (le sarà affidata anche la competenza sugli impianti a fune). Rimarranno attivi gli organi di coinvolgimento degli attori territoriali (come il Tavolo azzurro), con l'apertura a questi ultimi anche del cda (sarà composto da cinque persone nominate dalla Giunta provinciale).

Foto Daniele Panato

L'attenta platea all'incontro autunnale

Foto Daniele Panato

Il presidente Battaiola parla agli associati presenti in sala

Ecco il nuovo sistema turistico con tassa di soggiorno uniforme su tutto il territorio e rinnovo di Trentino Marketing

Numerose le attuali **criticità**. A partire dall'eccessiva distanza con gli attori che lavorano nel turismo, per proseguire con scarso investimento nello sviluppo di prodotti, con l'esigua integrazione con gli altri settori (agricoltura, artigianato, cultura) e l'eccessiva focalizzazione sull'attrazione, piuttosto che sulla gestione dei flussi turistici. Ancora, l'attuale utilizzo dei dati è poco funzionale ad una conoscenza tempestiva del mercato/turista ed urgono titolarità e presidio diretto sullo sviluppo delle competenze digitali.

Apt. «Oggi Apt e Consorzi - spiega Failoni - ricevono un finanziamento pubblico totale dato da imposta di soggiorno e quota variabile di risorse provinciali. In moltissimi casi la seconda voce supera la prima. Inoltre, per alcuni ambiti accade che il finanziamento pubblico totale sia una corposa percentuale (in taluni casi anche l'84%) del fatturato annuo totale». Questo significa «non sostenibilità» dei 20 ambiti.

Le nuove Apt saranno soggetti di natura privatistica, con finanziamento pubblico (da definire ma non superiore al 49%) idoneo a garantire tale status. Una forte attenzione sarà riservata alla gestione della qualità dell'esperienza e alla fidelizzazione del turista attraverso informazione e animazione, qualità dell'ospitalità e dell'esperienza.

Anche in questo caso non mancano le **criticità**. Da un carente sviluppo prodotto ad una scarsa fidelizzazione dell'ospite, dalla gestione di finanziamenti pubblici con logiche private ad una visione troppo ancorata ai confini territoriali o amministrativi, fino ad un'eccessiva differenziazione delle attività e dell'organizzazione tra le diverse Apt.

Agenzie territoriali. «L'attrazione dei turisti avviene soprattutto con campagne di comunicazione legate al prodotto del territorio e al miglioramento dell'esperienza in loco», dice Failoni. Per questo la funzione di «sviluppo prodotto», che oggi è in capo alle Apt, verrà delegata alle quattro nuove Agenzie territoriali (società in-house con board locale), fermo restando la gestione del board su stimolo delle Apt, che vi parteciperanno attivamente (governance locale con board tecnico di 3/5 persone rappresentative dei territori più un manager d'area). Le Agenzie territoriali conteranno su un nuovo team di lavoro per lo sviluppo del prodotto interambito e intrasettoriali e si configurano come un soggetto pubblico che lavorerà sulla base di aggregazioni tra Apt, supportate dalle società di sistema. Infine, il finanziamento sarà con fondi pubblici (quota percentuale dell'imposta di soggiorno prodotta nei territori di riferimento, che non arriverà più in toto alle Apt, bilanciandone il finanziamento pubblico).

Asat: «Sentiamo la necessità di una strategia condivisa»

Foto Daniele Panato

L'assessore Roberto Failoni descrive la riforma del sistema turistico

3' e 20" Fabia Sartori

Le Apt potranno realizzare infrastrutture turistiche

Nella riforma del turismo c'è bisogno di una *vision*: bisognerebbe prima capire quali sono gli obiettivi, poi definire una strategia e solo alla fine decidere quante Apt servono e chi deve fare che cosa. Non solo. Le Agenzie territoriali dovrebbero essere agenzie di prodotto guidate da personaggi di spicco e competenti nelle rispettive materie.

È questa la posizione espressa dal Tavolo della politica turistica e organizzazione della promozione turistica dell'Asat per voce della sua responsabile **Marika Perli**. Che aggiunge: «I nostri ragionamenti sul rinnovo del sistema turistico devono partire dalla sostenibilità (intesa in tutte le sue declinazioni) e dall'*overtourism*: solo se assicuriamo un territorio dove nessuno dà fastidio a nessuno (cittadino o turista) riusciremo a distinguerci dalle altre mete turistiche». «Dobbiamo anche - afferma - essere in grado di gestire i cambiamenti e non subirne le conseguenze. Ed avere ben chiaro il concetto che i nostri prodotti sono lo sport (estivo e invernale), i laghi, la cultura, l'enogastronomia».

Tra le criticità riportate da Perli, poi, c'è il fatto che «la riforma dovrebbe essere una riforma scritta a più mani e che troppi aspetti restano oscuri o non definiti». «Alle varie Agenzie territoriali - dichiara - faranno riferimento singole Apt (territori) vicine sulla carta (geograficamente), ma fortemente lontane nel modo di vedere e di fare turismo. Infine, affidare l'accompagnamento strategico e tutta la formazione ad unico interlocutore potrebbe portare all'autoreferenzialità».

Anche il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** ha prodotto un'osservazione all'assetto del nuovo sistema turistico. «Nelle Agenzie territoriali - dice - entra una parte di denaro pubblico che non viene più dato alle Apt per salvaguardare la loro natura privatistica. Se vi sarà un "positivo" in bilancio, come impiegheranno tali risorse le Apt?». Failoni indica, in tal senso, l'opzione per ogni Apt di investire le risorse a disposizione, magari in cofinanziamento con altri soggetti privati, al fine di «realizzare quelle opere sui territori che altrimenti impiegherebbero troppo tempo per avere risposte concrete (ad esempio il campo da golf nel Basso Sarca).

Molti associati presenti in sala sono intervenuti a proposito della riforma. **Mauro Nardelli** si chiede «come avverrà il trasferimento di fondi pubblici alle Apt che diventano un soggetto privato» (Failoni dice che si tratta di un discorso tecnico in fase di studio). Mentre **Alberto Bertolini**, vicepresidente dell'Asat, si sofferma sul fatto che «con la nuova riforma si corre il rischio di un rialzo della tassa di soggiorno». **Diego Lasagna**, invece, ha ricordato che «gli albergatori fanno il possibile per offrire servizi migliori, ma ci sono alcuni servizi indispensabili che andrebbero garantiti (ad esempio un pediatra reperibile 24 ore su 24 nei periodi di picco turistico)». **Walter Nicolodi**, infine, è tornato sulla tassa di soggiorno precisando che «molti associati non partecipano alle assemblee sul territorio e l'aumento della tassa potrebbe non essere compreso».

Futuro: ospiti sempre più al centro e sistema turistico integrato

2' e 50"
Fabia Sartori

Presenze e arrivi premiano il Trentino con incrementi rispettivi del 19,2% e del 40,4% (trend decennale)

Il futuro del turismo trentino va nella direzione di «mettere al centro» l'esperienza che l'ospite vive sul nostro territorio. In maniera che il «post vacanza» divenga un momento di piena soddisfazione con «ritorno» del cliente in Trentino e recensioni positive sui social che possano fare da «volano» per l'avvicinamento di nuovi ospiti. Senza scordare il ruolo della «macchina operativa» capace di creare continue relazioni con milioni di ospiti potenziali (la piattaforma di comunicazione di Trentino Marketing è in grado di «toccare» oltre 50 milioni di contatti al mese). Tutto questo all'interno di un sistema turistico integrato ed omogeneo, con ruoli e funzioni specifiche, e la facoltà di proporre prodotti innovativi e competitivi.

«Occuparsi del turista a 360 gradi quando è sul territorio», spiega il Ceo di Trentino Marketing **Maurizio Rossini**, «significa porre estrema attenzione all'ambiente e alla qualità della vita, alla cura e alla bellezza, alla mobilità e alle esperienze uniche, ad offrire servizi di elevata qualità». Rossini ha parlato di Trentino come «destinazione intelligente» capace di «connettersi con il turista ed utilizzare strategicamente i dati e le informazioni raccolte». E questo anche attraverso la Trentino Guest Platform, la piattaforma dove i turisti possono reperire qualsiasi tipo di informazione o servizio utile alla loro vacanza (attiva dal 2020).

Foto Daniele Pangrazio

L'intervento del Ceo di Trentino Marketing Maurizio Rossini

Durante la sua presentazione, Rossini si è soffermato ad osservare i nuovi scenari globali: dai cambiamenti climatici al rischio di overtourism, dalle nuove forme di ospitalità ai nuovi comportamenti del turista, dalle tecnologie digitali alla maggior sensibilità verso l'ambiente.

Decisamente interessanti, poi, i dati di presenze e arrivi illustrati dal «numero uno» di Trentino Marketing. Negli ultimi dieci anni le presenze certificate in Trentino sono salite del 19,2% (del 18,1% negli ultimi cinque). E quelle certificate internazionali, da sole, hanno subìto nello stesso periodo un aumento del 33,9% (del 13,5% negli ultimi cinque anni). In termini di arrivi, gli ultimi dieci anni hanno visto un incremento del 40,4% (26,2% dal 2014). Nello specifico, gli arrivi internazionali, sono cresciuti del 46,5% (19,6% dal 2014).

Dal punto di vista della stagionalità, le presenze hanno il loro picco in estate (36,9% delle annuali) ed in inverno (36,4%). Anche se primavera (14,7%) ed autunno (12%) hanno assistito ad un deciso aumento negli ultimi dieci anni (rispettivamente 22% e 33,1%, contro il 17,6% e il 15,7% di inverno ed estate).

Ad attrarre maggiormente gli ospiti è la montagna (incidenza del 60%; località: Fiemme, Fassa, San Martino, Paganella, Sole, Rendena e Folgaria), mentre solo il 26% sceglie la vacanza al lago (Garda e Valsugana). Il territorio rurale e le città del Trentino riescono, infine, a incidere sul 14% delle presenze turistiche (si tratta dei territori di Comano, Pinè, Trento, Rovereto e delle località gestite dai Consorzi).

Asat, Deutsche Bank e Nexi: alleanza per adeguarsi alla PSD2

Foto Daniele Panato

Fabrizio De Vecchi,
Head of Marketing and Communications di Deutsche Bank

3' e 15"

Fabia Sartori

Condizioni agevolate per i soci: dalle commissioni ridotte alla piattaforma per l'e-commerce

Entro il 31 dicembre 2020 entreranno in vigore gli standard di sicurezza definiti dalla direttiva europea PSD2 (la nuova direttiva sui servizi di pagamento digitali), che introduce nuovi criteri di autenticazione dei clienti che effettuano pagamenti elettronici. Tutti gli operatori professionali hanno la necessità di adeguarsi alle nuove normative, di accettare sistemi innovativi di pagamento, di implementare nuovi servizi digitali per i clienti, di tutelarsi dal rischio crescente di truffe, di contenere gli investimenti in tecnologia e di limitare il peso delle commissioni sui pagamenti elettronici.

L'Asat vuole fare tutto il possibile affinché i suoi associati siano in grado di adeguarsi agevolmente alla direttiva europea PSD2. Che creerà contesto completamente nuovo rispetto ad oggi, senza portafogli, carte prepagate o di credito, perché tutti gli acquisti si potranno effettuare anche tramite degli «intermediari non tradizionali» (Amazon e Facebook). Per rispondere a tutte queste nuove esigenze l'Asat ha stipulato un accordo con il gruppo Deutsche Bank (DB), che si avvale della collaborazione specialistica del partner tecnologico Nexi, in maniera da mettere a disposizione dei propri associati soluzioni e servizi di pagamento digitali innovativi e a condizioni concorrenziali. **Simone Tosi**, vice president of cards issuing & acquiring Senior Business Relationship Manager di DB, ha sottolineato che «il partner tecnologico Nexi si occupa del 90% delle transazioni italiane».

A **Fabrizio De Vecchi**, Head of Marketing and Communications di DB, è toccata l'illustrazione dei principali vantaggi che gli associati dell'Asat possono trarre dalla convenzione stipulata.

- Commissioni acquiring (differenziate per tipologia di carta) tra le più competitive sul mercato.
- Terminali SmartPos di ultima generazione con possibilità di avere un servizio di assistenza continuativo nelle ventiquattr'ore e sette giorni su sette.
- Condizioni particolari per i canoni dei terminali Pos tradizionali (con traffico incluso in versione Gprs)
- Possibilità di gestire i flussi di incasso con accredito presso qualsiasi Istituto bancario (non serve avere il conto in DB).
- Nexi SmartPos Cassa: una soluzione a canone mensile senza acquisto della cassa fiscale, che consente di adeguarsi all'obbligo normativo sulla trasmissione telematica dei corrispettivi.
- Servizi accessori per alberghi tra cui il «Dcc» che permette ai titolari di carte di credito internazionali Visa e MasterCard di fare acquisti nella propria valuta e garantisce all'operatore la restituzione di un corrispettivo del controvalore in euro delle transazioni eseguite.
- XPay, la soluzione per l'e-commerce.
- Paym@il che permette di ricevere pagamenti, anche senza un sito e-commerce, condividendo un link tramite email o social network con i propri clienti.
- Touch Point Nexi: numero unico dedicato attivo ventiquattr'ore su ventiquattro e sette giorni su sette, con operatori dedicati alla assistenza tecnica Pos e servizio di acquiring.

Banda larga sicura e garantita: il progetto Fttr

2' e 30"

Fabia Sartori

Con il partner tecnologico Galileo Scarl la Wi-Fi è a basso impatto ambientale e con costi limitati

L'86% di recensioni negative degli ospiti riguardano il collegamento Wi-Fi. Il 36% dei clienti che «firmano» un commento negativo sulla connessione al web lo considerano un motivo sufficiente per non ritornare in una struttura, mentre il 73% degli ospiti di età inferiore ai 35 anni non tornerebbe mai in un hotel con connessione Wi-Fi scadente. Non solo. I clienti soddisfatti della connessione spendono in media il 50% in più. Oggi la linea dati con un Wi-Fi di qualità, perciò, è al primo posto delle richieste del turista. È necessario, quindi, offrire agli ospiti una connessione affidabile.

Partendo da questi dati oggettivi, l'Asat ha deciso di avviare un progetto per consentire alle strutture ricettive aderenti di risolvere i problemi di connettività ed offrire un servizio di qualità ai propri ospiti. Ecco come è nato il progetto Fttr (Fiber to the repeater), che ha trovato il suo partner tecnologico in Galileo Scarl, cooperativa sociale che si occupa di fornire servizi di connettività ad internet su banda larga.

«Negli ultimi anni - spiega l'amministratore delegato della Galileo Scarl **Pierluigi Tarcinelli** - diverse località del Trentino hanno aderito al progetto Fttr: a Folgaria, San Martino di Castrozza e di Dimaro-Folgarida le strutture partner vengono raggiunte dalla connessione a fibra ottica attraverso un sistema di antenne di rilancio (onde radio)». Tale progetto è basato, appunto, sulla tecnologia Fttr (Fiber To The Repeater). «In sostanza - chiarisce - vengono impiegati alcuni punti di diffusione che consentono grazie a segnali radio di portare la connessione a fibra nelle strutture alberghiere che aderiscono al progetto, a partire dalla fibra ottica di Trentino Digitale.

Gli scavi per la posa della fibra ottica

Questa tecnologia presenta diversi vantaggi: basso impegno di impianti e infrastrutture (non si devono fare scavi per ottenere la connettività), brevi tempi di realizzazione (quattro mesi in totale) e velocità di banda paragonabile a quelli della fibra ottica terrestre. Senza scordare la possibilità di coprire ampie aree a bassi costi e con bassa emissione di onde (eliminando l'impatto dei campi elettromagnetici sull'uomo). «Quindi, un progetto green a bassissimo impatto ambientale», precisa Tarcinelli, «che ha il valore aggiunto di una banda garantita, senza problemi di intasamento rete e di disservizi, e con una particolare attenzione alla sicurezza dei dati scambiati».

7' e 15"

Mancano informazioni sulla ripartizione dei soldi disponibili

Manovra finanziaria: il punto di vista delle aziende trentine

Le principali osservazioni prodotte dal Coordinamento provinciale degli imprenditori

Impossibile valutare complessivamente i potenziali effetti della manovra finanziaria provinciale per il 2020, senza conoscere nel dettaglio i principali capitoli di spesa che compongono il bilancio provinciale e la ripartizione di tali risorse sulle varie iniziative previste, integrati con le ipotesi di stanziamenti aggiuntivi in fase di assestamento. È quanto asserito dal Coordinamento provinciale degli imprenditori attraverso le parole di **Fausto Manzana** (presidente di Confindustria e del Coordinamento), che durante l'audizione della prima Commissione permanente consiliare ha portato le istanze del mondo imprenditoriale all'attenzione della politica trentina.

Da sottolineare, in tal senso, la presenza dei rappresentanti di tutti gli enti che compongono il Coordinamento: l'Asat (per cui era presente il direttore **Roberto Pallanch**) e Confcommercio, la Cooperazione Trentina e l'Associazione Artigiani e Piccole Imprese, Confesercenti del Trentino e Confindustria Trento.

«Da una prima analisi del bilancio - afferma Manzana - notiamo una **contrazione delle risorse a disposizione della spesa per investimenti**, che auspichiamo sarà compensata in sede di assestamento. Vorremmo disporre di maggiori informazioni sull'andamento della spesa corrente e sull'azione di contenimento della stessa». Manzana osserva che il «Fondo per la crescita», che sosterrà gli investimenti privati per lo sviluppo delle imprese e gli interventi strategici per la competitività del territorio, non è menzionato nella legge poiché è stato costituito su bilanci non oggetto della manovra. «Auspichiamo che lo stanziamento iniziale - chiarisce - sia **potenziato con nuove risorse**, già in fase di assestamento». «Condividiamo - aggiunge - l'istituzione del "Fondo Green Economy" con una dotazione iniziale di 10 milioni di euro, rivolto al finanziamento di investimenti pubblici innovativi e ad interventi di efficientamento energetico».

«In un contesto di risorse pubbliche in contrazione - afferma Manzana - l'unica possibilità che abbiamo per mantenere i livelli di benessere che conosciamo è incrementare il Prodotto interno lordo (Pil). Chiediamo di **garantire al sistema produttivo un contesto favorevole** all'attività d'impresa, attraverso semplificazione amministrativa, un carico fiscale sostenibile, disponibilità di manodopera, infrastrutture moderne, incentivi agli investimenti. L'economia necessita di ampia libertà di manovra per svilupparsi: serve una **semplificazione legislativa e amministrativa** massima».

Le imprese denunciano **difficoltà nel reperimento di personale**, qualificato e non, anche in ragione del mutato approccio del mondo giovanile al mercato del lavoro. «Con i bassi tassi di natalità e il conseguente invecchiamento della popolazione - dice Manzana - dobbiamo essere maggiormente inclusivi nei confronti di chi, nel rispetto delle nostre regole e delle nostre tradizioni, desidera integrarsi nella nostra comunità». Inoltre, il Coordinamento precisa che «le **politiche attive del lavoro** vanno sostenute con adeguate risorse, la cui destinazione dovrà essere opportunamente concertata coinvolgendo le organizzazioni imprenditoriali».

Gli **investimenti pubblici in infrastrutture** per la mobilità sono volano per lo sviluppo del territorio. «Apprezziamo - sottolinea - le importanti risorse a finanziamento di opere viarie e speriamo che i lavori programmati abbiano un immediato "cantieramento". Viabilità e infrastrutture vanno presi in considerazione dalle politiche economiche di un territorio. Nel rispetto dell'ambiente occorre mantenere alta l'efficienza dei collegamenti, sia tra località del fondovalle sia tra queste e le valli periferiche. L'orografia trentina, infatti, dal punto di vista della mobilità non è particolarmente favorevole. Occorre pensare ad una viabilità che minimizzi, per quanto possibile, problemi e inutili sprechi».

Il Coordinamento vorrebbe conoscere le risorse che verranno dedicate agli **investimenti per l'innovazione**, fondamentali per la crescita delle imprese, nonché l'impostazione della nuova «Legge unica per l'economia».

Per quanto riguarda la «**valorizzazione del ruolo della Camera di Commercio a supporto delle politiche provinciali**» l'auspicio è che venga dato seguito all'Accordo di programma tra la Provincia e l'ente camerale. «Riteniamo utile - dice - l'analisi dell'efficacia delle politiche pubbliche a favore del sistema economico locale. Per questo andrebbe potenziato il centro studi, che potrebbe essere di supporto anche alle categorie presenti nell'ente camerale».

Il bilancio 2020 è previsto in calo, ma con la prossima manovra di assestamento sarà riportato ai livelli del bilancio 2019. Manzana evidenzia una forte riduzione dei bilanci per il 2021 e per il 2022. «Serve - aggiunge - un **confronto costante e deciso con il Governo nazionale**, rivendicando l'importanza della nostra Autonomia e tutelando le risorse finanziarie necessarie al suo funzionamento. Sarà necessario, contestualmente, reperire nuove fonti di finanziamento per le politiche provinciali, a cominciare dai **fondi europei** che potranno compensare il calo generalizzato delle risorse del bilancio provinciale».

In tal senso, il Coordinamento chiede di conoscere la situazione attuale dell'utilizzo di fondi europei da parte della Provincia (quante delle risorse assegnate saranno effettivamente spese e quante sono in scadenza senza essere ancora impiegate). Il Coordinamento si rende disponibile a contribuire con proposte per valorizzare tali risorse a beneficio del territorio ed evitare di perderne l'assegnazione.

Il presidente del Comitato provinciale degli imprenditori e di Confindustria Fausto Manzana

Le proposte puntuali sui disegni di legge di stabilità e della manovra collegata

L'Asat, in rete con le altre categorie di rappresentanza del mondo imprenditoriale trentino, siede al tavolo del Coordinamento provinciale degli imprenditori. Nel processo di valutazione della manovra finanziaria provinciale per il 2020, l'Asat ha contribuito ad elaborare una serie di osservazioni al fine di dare risoluzione ai principali problemi che caratterizzano il mondo degli imprenditori alberghieri. Ecco, di seguito, i punti più rilevanti per il settore turistico.

Promozione turistica. La manovra finanziaria rimanda la riforma del sistema della promozione turistica ad un Disegno di legge provinciale al fine di garantire una maggiore efficienza e razionalizzazione.

Una strada in costruzione

Interviene, invece, sul sistema di finanziamento comunale di Apt e Consorzi pro loco. «La quota versata dai Comuni a detti enti - afferma Manzana - in futuro verrà detratta da quanto la Provincia sarebbe tenuta a versare a titolo di perequazione all'ente stesso sulle cifre raccolte con l'imposta di soggiorno. A tal riguardo esprimiamo preoccupazione per un eventuale **calo del gettito** fino ad ora garantito dalla Provincia alle Apt».

Irap. In materia fiscale il Coordinamento apprezza il mantenimento dell'aliquota agevolata dell'Irap al 2,68%. Proposto l'inserimento di un'agevolazione (in analogia alla Provincia di Bolzano) che riconosca la riduzione Irap di 1,22 punti percentuali solo alle aziende che applicano i contratti **collettivi nazionali di lavoro (CCNL) o territoriali** stipulati dalle organizzazioni sindacali dei lavoratori e dei datori di lavoro.

E questo in sostituzione alla riduzione generalizzata di 1,22 punti percentuali. Per porre rimedio al problema delle cosiddette "**holding industriali**", che vengono equiparate agli istituti di credito ai fini dell'imposizione Irap con le conseguenti maggiorazioni, il Coordinamento propone che l'aliquota venga ridotta dell'1,97% per le società di partecipazione non finanziaria i cui componenti positivi di reddito non derivano prevalentemente dallo svolgimento di attività di assunzione e gestione di partecipazioni.

«Siamo contrari - aggiunge - all'incentivazione della sottoscrizione di contratti collettivi aziendali finalizzati alla **riduzione dell'orario di lavoro a parità di livello retributivo**. Tale misura potrebbe generare tensioni sindacali e non si ritiene possa portare a un miglioramento della produttività». «Chiediamo la reintroduzione della detrazione fiscale - prosegue - per le imprese che versano un contributo alle Apt. La possibilità di detrarre fino al 50% di quanto versato può essere un incentivo alle imprese a compartecipare alle spese delle Apt».

Imis. Le aliquote agevolate Imis sono prorogate solo fino al periodo d'imposta 2020 compreso. La mancata conferma dell'agevolazione per i bilanci 2021 e 2022 desta preoccupazione nelle imprese: l'auspicio è il mantenimento dell'aliquota agevolata anche per gli anni successivi al 2020.

Enti locali. Preoccupano le previsioni degli articoli che allentano i vincoli di spesa per gli enti locali, in particolare per quanto riguarda le assunzioni di personale (viene meno il vincolo del turn-over) e il superamento dell'obbligo di gestione associata. «L'intento di valorizzazione del ruolo dei Comuni - chiarisce Manzana - andrà a produrre un aumento della spesa pubblica. Chiediamo che vengano monitorati i costi di queste misure e di sapere che impatto avranno sul bilancio provinciale».

Cipat. La manovra prevede l'attribuzione a ciascun alloggio per uso turistico di un codice identificativo (Cipat) univoco, che dovrà essere pubblicato in tutte le iniziative di promozione, commercializzazione dell'offerta, effettuate direttamente o indirettamente. «In merito - spiega Manzana - proponiamo che gli alloggi ad uso turistico siano identificati con l'esposizione di una targa riportante il Cipat, in modo da contrassegnare fisicamente l'unità immobiliare e rendere più trasparente il mercato degli affitti turistici».

Valorizzazione degli esercizi alberghieri dismessi. È importante riqualificare gli alberghi dismessi. «Permettere - spiega - il cambio di destinazione d'uso per queste strutture ricettive significa non solo recuperare volumi esistenti ma anche togliere dal mercato posti letto che non contribuiscono ad elevare la qualità degli standard alberghieri». Per elaborare un piano di interventi di riqualificazione è necessaria una ricognizione delle strutture ricettive dismesse.

È necessario introdurre l'obbligo per i comuni a effettuare un censimento degli esercizi alberghieri dismessi, prima previsto solo in caso di approvazione di un nuovo PRG o di una variante da parte del comune interessato.

«Siamo favorevoli - dice - ad agevolare i cambi d'uso: in caso di modifica della destinazione urbanistica dell'area su cui insiste l'esercizio alberghiero dismesso, il certificato di destinazione urbanistica che attesta tale modifica costituisce titolo per la cancellazione del vincolo di non frazionabilità e del divieto di divisione previsto dalle attuali disposizioni di settore e urbanistiche. Chiediamo che questa possibilità - aggiunge - sia estesa anche ad alberghi non ancora dismessi, ma che per localizzazione, dimensione o vetustà si trovino in una situazione di particolare difficoltà nel proseguire l'attività».

«Oltre al contributo per la demolizione dell'esercizio alberghiero e messa in pristino del sedime e relative pertinenze - conclude - vorremmo fosse concessa al proprietario dell'immobile, ai fini di una ristrutturazione urbanistica o di una riqualificazione paesaggistico-ambientale, la possibilità del recupero della superficie utile lorda tramite la ristrutturazione edilizia e la ri-localizzazione della volumetria o della superficie utile lorda tramite accordo urbanistico».

La cucina di un albergo dismesso

Coordinamento provinciale imprenditori: «Atto di fiducia sulla finanziaria»

Il quadro definitivo si avrà solo col prossimo bilancio di assestamento (quindi entro l'estate 2020)

4' e 10" Roberto Pallanch

La prima lettura del testo della legge finanziaria provinciale, legge di stabilità e legge collegata, nel Coordinamento provinciale imprenditori ha provocato reazioni preoccupate, e anche un po' di fastidio. Il fastidio derivava dal fatto che una corposa mole di testi e dati veniva messa a disposizione per usare un termine calcistico «in zona Cesarini», rendendone difficile l'approfondimento ed il confronto interno al Coordinamento stesso e con la Giunta Provinciale.

Nel merito, la documentazione aggiungeva poco o nulla rispetto ai dati già messi a disposizione e spiegati nell'incontro che viene normalmente convocato dalla Giunta provinciale per illustrare alle parti sociali le linee principali della manovra. Emergeva, però, il dato tendenziale di un preoccupante calo di risorse finanziarie, ma soprattutto l'impossibilità di vedere non solo nel bilancio del 2020, ma anche nelle previsioni triennali, un riferimento agli impegni di investimento e di spesa dichiarati.

Sul calo di risorse, consapevole delle difficoltà, il Coordinamento si era già espresso chiedendo **una revisione delle priorità della programmazione pluriennale** sulla base delle risorse disponibili. Intervento, questo, opportuno per dare il senso di marcia di questa legislatura, anche rivedendo quanto impostato, laddove possibile, dalle precedenti gestioni amministrative. Insomma, un'operazione coerente e qualificante di alcuni momenti di discussione politica e degli strumenti di programmazione che la nuova Giunta ha promosso. Tra questi ultimi ricordiamo il Piano

In Consiglio provinciale si discute la finanziaria

di sviluppo provinciale, gli Stati generali della montagna, gli Stati generali della ricerca, i quali avevano prodotto qualcosa di buono e potevano costituire il punto di riferimento per le successive scelte a partire appunto da quelle finanziarie. Diversamente, sia i dati del bilancio triennale sia quelli del prossimo anno non consentivano di leggere con chiarezza le intenzioni politiche.

È parso al Coordinamento, peraltro in linea con una impostazione consolidata, che a fronte del calo di risorse ci fosse la necessità di chiarezza sulla volontà di razionalizzare e qualificare la spesa, di contenere la spesa corrente, di destinare risorse a progetti di investimento e, in definitiva, di porre molta attenzione e coraggio nell'allocazione delle risorse.

Il Coordinamento poneva, poi, il problema delle azioni da porre in atto per il reperimento di risorse europee. Non è mancato uno sguardo alle dinamiche nazionali, per spingere verso l'applicazione di clausole di neutralizzazione fiscale al fine di evitare che la manovra finanziaria del Governo producesse pesanti e negativi effetti sulla disponibilità di risorse per l'Autonomia e forti rigidità nelle politiche fiscali e di bilancio provinciali.

Non meno attenzione chiedeva il Coordinamento rispetto alla difesa e alla valorizzazione del ruolo dell'Autonomia nel rapporto con lo Stato, e riguardo all'insieme delle relazioni politiche ed istituzionali intrattenute. L'Autonomia è stata il primo e più importante fattore di crescita del nostro Trentino.

Altresì, un quadro di incertezza sulla destinazione delle risorse, poca chiarezza sulle progettualità effettivamente attivate, sui tempi del loro avvio e realizzazione hanno indotto il Coordinamento a chiedere un incontro per ottenere informazioni aggiuntive e sciogliere i molti dubbi. In sede tecnica e parallelamente in sede politica. Ne sono derivati utili chiarimenti, innanzitutto sulle **risorse finanziarie messe a disposizione sul bilancio 2020, che vengono confermate pari a quelle stanziate lo scorso anno**. L'Asat, in particolare, ha ottenuto forti rassicurazioni sulle risorse per il turismo, che è stato detto saranno pari a quelle del 2019.

Il Palazzo della Provincia di Trento

A ragione da parte del Governo provinciale, è stato detto che la manovra di bilancio nazionale potrà avere un peso ed eserciterà dei vincoli sulla legge di bilancio trentina, e si dovrà attendere il bilancio di assestamento del prossimo anno per avere un quadro definitivo e per la verifica di quanto è scritto oggi nella documentazione fornita. Il bilancio di assestamento sarà, dunque, la vera cartina di tornasole di quanto dichiarato.

In questo contesto dovranno trovare attuazione gli investimenti e l'avvio di progettualità che la stessa Giunta Provinciale ritiene rilevanti, innovativi e caratterizzanti il profilo politico di questa legislatura. In definitiva, il Coordinamento provinciale imprenditori ha ritenuto di esprimere un **atto positivo di fiducia** rispetto ai chiarimenti ottenuti e alle scelte sottostanti a questo bilancio, che risultano logici e coerenti, ma che verifica e giudizio finale sono rimandati da qui a entro l'estate del prossimo anno.

Asat e Federalberghi, le richieste per la legge di bilancio nazionale

L'Asat avanza una serie di proposte concrete al fine di rendere migliore, dal punto di vista del turismo e dei suoi «attori», il disegno di legge che riguarda il bilancio di previsione dello Stato per il 2020 ed il bilancio pluriennale per il triennio 2020-2022. A partire dalla sollecitazione a rendere operativa l'assegnazione di un codice identificativo per ciascuna struttura ricettiva (anche per immobili destinati a locazioni brevi), al fine di garantire «stesse regole per chi lavora sullo stesso mercato». Per proseguire con lo «stop» alla contribuzione addizionale per i lavoratori assunti a tempo determinato. E concludere con il mantenimento della «tax credit», ovvero il credito d'imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive.

Il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**, il direttore dell'Asat **Roberto Pallanch** e il vicedirettore dell'Asat **Davide Cardella** hanno incontrato, nelle scorse settimane, il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei Ministri **Riccardo Fraccaro** ed i parlamentari trentini della Lega **Diego Binelli**, **Vanessa Cattoi**, **Martina Loss** e **Mauro Sutto**. «Le proposte che avanziamo - chiarisce Battaiola - sono frutto del lavoro della nostra Associazione e dell'intero sistema associativo che fa capo a Federalberghi». All'attenzione degli interlocutori del Governo nazionale sono stati portati una serie di emendamenti predisposti da Federalberghi e l'Asat ha provveduto a segnalare i temi prioritari. Va detto anche che i confronti tra il Sottosegretario ed i parlamentari trentini leghisti con i «vertici» dell'Asat sono da considerarsi veri e propri momenti di incontro tra le istituzioni nazionali e Federalberghi.

Da sinistra a destra il presidente Battaiola e il sottosegretario Fraccaro

Durante l'incontro con Fraccaro, poi, non è mancata una richiesta in chiave trentina, al fine di migliorare il livello di raggiungibilità per il nostro territorio. «Vorremmo che Olimpiadi - dichiara Battaiola - facesse rima con connettività. L'elettrificazione della Valsugana ci consentirebbe di raggiungere Venezia da Trento in circa un'ora. È anche fondamentale collegare Trento direttamente con l'aeroporto di Verona». Fraccaro ha concordato sulla sostenibilità del «collegamento ferroviario tra Trento e Verona, così come quello tra Rovereto e Riva del Garda». «Nel primo caso - prosegue Fraccaro - il finanziamento prevede un investimento pubblico, mentre il presidente della Provincia **Maurizio Fugatti** ipotizza per il secondo un cofinanziamento tra pubblico e privato. Il treno che collega Trento con la Val di Fassa, invece, al momento non trova sostenibilità».

Battaiola ha incontrato il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei Ministri Fraccaro e i parlamentari trentini della Lega

4' e 30"

Un momento dell'incontro con il sottosegretario Fraccaro

Tornando alle istanze avanzate dall'Asat su scala nazionale, Battaiola ha espresso la soddisfazione del comparto turistico riguardo alla «sterilizzazione degli aumenti delle aliquote Iva, che avrebbero penalizzato maggiormente il settore del turismo». Poi è toccato al focus sul «decreto attuativo per l'istituzione del codice identificativo degli alloggi turistici». «Il decreto crescita del giugno 2019 - ricorda - contiene un emendamento che prevede che tutte le strutture ricettive, inclusi gli immobili destinati alle locazioni brevi, vengano iscritte in una banca dati istituita presso l'Agenzia delle Entrate. Ad ogni struttura verrà assegnato un codice identificativo, che dovrà essere pubblicato obbligatoriamente in tutte le forme di comunicazione rivolte al pubblico». L'Asat fa presente che, ormai, sono scaduti i termini fissati per l'adozione del decreto attuativo.

Ancora, l'attenzione si è spostata sulla «contribuzione addizionale per i lavoratori assunti a tempo determinato». «In caso di successive riassunzioni del medesimo lavoratore - spiega Battaiola - è prevista una maggiorazione della contribuzione dello 0,5% (che si somma ogni volta). E questo porta ad un aumento dei costi ingiustificato considerata la natura stagionale delle attività turistiche e la presenza di picchi lavorativi non prevedibili». Non solo. Il presidente dell'Asat ha sollecitato il Governo verso il «completamento degli adeguamenti antincendio per le strutture ricettive e per i rifugi alpini» e la conferma del «credito d'imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive».

A tenere banco, infine, è stata l'imposta di soggiorno. «La normativa sul federalismo fiscale municipale non chiarisce quale ruolo è assegnato al gestore della struttura ricettiva, tenuto a riscuotere dal turista l'imposta di soggiorno per poi riversarla al suo comune. Nel silenzio della legge, la giurisprudenza ha ritenuto che il gestore della struttura ricettiva debba essere considerato come un «agente contabile». Ed egli risponde del reato di peculato nel caso in cui non riversi tempestivamente l'imposta di soggiorno al comune (reato punito da 4 anni a 10 anni e 6 mesi di reclusione). L'Asat, perciò, sostiene che debba essere formulata una legge atta a stabilire il ruolo di «responsabile del pagamento dell'imposta» per il gestore della struttura ricettiva. E questo al fine di evitare di attribuirgli compiti e responsabilità previste per gli enti di riscossione. In Trentino questo problema non esiste in quanto, in caso di inadempienza, sussiste una sanzione amministrativa ma non penale.

Nel 2020 arriva la nuova Trentino Guest Card

Procedure di attivazione in vigore dal 1 dicembre

2' e 30"

	Attuale	Dal 1 dicembre 2019
Trasporti pubblici (Autobus, Bus, Treni regionali)	Gratuiti	Gratuiti
Oltre 100 proposte tra Castelli, musei e servizi	Gratuiti	Gratuiti
MUSE	Gratuito	7 € adulto (anziché 11) + gratuità minori al seguito
Castello del Buonconsiglio	Gratuito	7 € adulto (anziché 10) + gratuità minori al seguito
Altri servizi di visita e accompagnamento: Canyon Rio Sass, Parco Fluviale Novella, L'Orrido Ponte Alto, Grotte Castello Tesino	Gratuito	Tariffa scontata 20%
Parcheggio e mobilità Val di Tovel PNAB	Gratuito	Gratuito (esclusi luglio e agosto)
Parco Faunistico Spormaggiore	Gratuito	Non più incluso (salvo aggiornamenti)

La piattaforma **Trentino Guest Card** troverà nel 2020 un diverso e più ampio modello di distribuzione. Con il nuovo anno ogni struttura ricettiva del sistema turistico trentino potrà emettere la nuova versione della Trentino Guest Card (che assumerà una grafica su fondo verde). Per consentire un progressivo avvio di questa funzione, ogni **nuovo operatore** ha ricevuto da Trentino Marketing un'email con link di attivazione riservato. A cui è possibile scaricare anche un manuale di comprensione delle modalità di emissione. Completata la registrazione, l'operatore sarà pronto ad emettere le «Card».

Chi avesse smarrito o non ricevuto il link di attivazione potrà attivarlo dalla propria area riservata in www.stu.provincia.tn.it

Dicembre ha segnato l'avvio della nuova stagione di emissione della TGC (per le strutture chiuse nella stagione invernale l'operatività sarà rinviata alla prossima estate). Anche agli **operatori turistici trentini già protagonisti** nell'uso della «Card» sono stati comunicati i principali cambiamenti rispetto all'esperienza precedente (le modifiche andranno ad innestarsi nelle card territoriali ove presenti, che mantengono la loro autonoma regolamentazione per i servizi aggiuntivi). Eccoli riportati:

Finanziamento diretto da parte della Provincia. La nuova «Card» non sarà più cofinanziata con risorse Apt/Cpt, ma sostenuta dalla Provincia attraverso Trentino Marketing.

Distribuzione universale. Verrà garantita a tutti gli ospiti di strutture ricettive accreditate nel sistema turistico provinciale, tenuti al pagamento dell'imposta di soggiorno.

Senza condizioni. La nuova versione della TGC sarà disponibile per qualsiasi tipo di soggiorno, anche di una sola notte.

Carnet servizi. Nella tabella a fianco vengono elencati i servizi che passano da gratuiti a scontati.

Le informazioni riguardanti la TGC eventualmente pubblicate sulle pagine web di ciascuna struttura ricettiva vanno modificate. Attualmente molti siti riportano la precisazione «Entri in più di 60 musei Muse e Mart inclusi!». È meglio eliminare l'inciso «Muse e Mart inclusi!». Finché non sarà distribuito il nuovo materiale (cartelline, foglio A4 e chip trasporti) resta utilizzabile quello reso disponibile in precedenza. Da inizio dicembre non sono più utilizzabili le cartine. Trentino Marketing raccomanda la distribuzione solo digitale delle prossime «Card». Per quanto riguarda gli operatori dei nuovi territori, l'obiettivo cui riferire una distribuzione diffusa della «Card» resta la prossima stagione estiva, soprattutto con il supporto della propria Apt e lo sviluppo di una versione di Guest card di destinazione con ulteriori servizi di valore. Ogni operatore resta comunque titolare della funzione d'emissione (potrà emettere TGC ogniqualvolta sarà utile).

Per ulteriori informazioni contattare il team Trentino Guest Card presso Trentino Marketing:
tel. 0461-219357
innovazione@trentinomarketing.org

Il turismo assume: in archivio i Career day per lavorare nel settore

2' e 10"

Domanda e offerta si sono incontrate presso i Cfp del territorio

Quattro *Career day* per lavorare nel settore turistico. Ad organizzarli nel mese di novembre è stata l'Agenzia del Lavoro, mettendo così in atto gli intenti dichiarati con la firma del Protocollo d'intesa per favorire l'occupazione nel settore turistico tramite i Servizi per l'impiego. Il quale è stato promosso dall'Asat e sottoscritto da diversi soggetti ed enti, quali l'Asat, l'Ebtt (Ente bilaterale del turismo trentino) e l'Enbit (Ente bilaterale del turismo e del commercio distribuzione e servizi), la Cgil con Filcams Cgil, la Cisl con Fisascat Cisl e la Uil del Trentino con Uiltucs, Confesercenti del Trentino e Confcommercio imprese per l'Italia Trentino, e l'Agenzia del lavoro della Provincia di Trento.

Decisamente partecipate le giornate di «reclutamento», che hanno fatto registrare quasi 200 partecipanti. I quali, a tempo opportuno, si erano iscritti nella lista costituita dall'Agenzia del Lavoro per lavorare nel settore del turismo.

Queste persone, appunto, hanno avuto l'opportunità di incontrare le aziende del settore ed effettuare alcuni colloqui di selezione. L'iniziativa ha previsto, preliminarmente, la raccolta di curriculum vitae di persone interessate a lavorare nel settore turistico e la successiva predisposizione di apposite liste di lavoratori per aree e profili professionali. Quindi, dalla raccolta dei curriculum si è passati alla chiamata e alla proposta di opportunità grazie ai Career day.

I quali hanno interessato, alla fine dello scorso mese di novembre, l'intero territorio. Lo «start» ufficiale ai Career day è stato dato ad Ossana e Tesero nel pomeriggio di venerdì 22 novembre. L'iniziativa, poi, è proseguita in quel di Tione (venerdì 29 novembre) e si è conclusa in Primiero, a Transacqua (sabato 30 novembre). Durante il «reclutamento» le professioni che interessano il settore del turismo sono state suddivise in aree: dalla cucina (cuochi/chef di cucina, pizzaiolo) al ricevimento (receptionist, il portiere, ecc), dalla sala bar al wellness.

Passo ulteriore, dopo le «giornate di reclutamento» ed il contatto diretto con alcuni datori di lavoro del settore, sarà la segnalazione delle candidature dei partecipanti anche alle associazioni di categoria del turismo, agli enti bilaterali e ai diversi operatori del turismo che faranno richiesta di personale presso il Centro per l'impiego.

Per maggiori informazioni: www.agenzialavoro.tn.it oppure www.agenzialavoro.tn.it/Agenzia/Centri-per-l-impiego.

B&B di Qualità: un convegno contro l'abusivismo

3' e 45"

Il «rispetto delle regole» attira più di 100 presenti

Gestori dei B&B attenti e responsabili

Diffondere e promuovere la cultura del rispetto delle regole insieme ad una conoscenza del sempre più gravoso fenomeno dell'abusivismo che danneggia non solo le attività turistiche «regolari», ma anche la qualità del turismo. Ecco il filo conduttore del seminario «La corretta gestione del B&B in Trentino» promosso dall'Associazione B&B di Qualità in Trentino. Che è stato in grado di catturare l'attenzione di oltre cento persone tra associati e funzionari degli enti pubblici.

Stefania Angeli, la presidente dell'Associazione B&B di qualità in Trentino, ha spiegato come gli associati aderiscano a un proprio disciplinare che fissa come regola fondamentale e vincolante il rispetto di tutte le norme di settore: da quelle fiscali alla conformità della struttura alle disposizioni urbanistiche e di igiene degli alimenti, garantendo così «qualità» all'ospite. Le strutture vengono controllate attraverso sopralluoghi e si impegnano in una formazione costante sia di carattere tecnico normativo sia attraverso corsi rivolti ad esaltare la capacità del «saper accogliere».

L'Associazione, quindi, promuove comportamenti non concorrenziali ma costruttivi tra gli associati e tra tutti gli operatori del ricettivo, riconoscendo il valore delle peculiarità di ogni tipologia ricettiva e l'importanza di fare rete per promuovere un turismo di qualità. «È importante collaborare e lavorare nel rispetto delle norme, degli ospiti e dell'ambiente, segnalando invece quanti non rispettano le regole e lavorano in modo abusivo», è il messaggio che tutto il direttivo dell'Associazione ha voluto dare ai partecipanti.

Il direttore dell'Asat **Roberto Pallanch** è intervenuto esprimendo apprezzamento per l'attività che l'Associazione porta avanti e per l'offerta di qualità delle strutture che vi aderiscono. «La componente extralberghiera - ha detto - rappresenta una parte importante del turismo trentino, ed è importante fare rete. È poi necessario regolamentare le nuove forme di ospitalità secondo il principio "stesso mercato stesse regole"».

Il vicepresidente **Andrea Daprà** ha evidenziato, poi, l'importanza del fatto che la legge provinciale di ricettività turistica (L.p. 7/2002), in occasione della prossima rivisitazione, riconosca maggior valore ai B&B di Qualità, «superando quei vuoti normativi oggi presenti che sono terreno fertile per una concorrenza sleale». Inoltre, Daprà ha rilevato come i B&B di qualità sono un'or-

ASAT, L'IMPEGNO DELLE DONNE PER LE DONNE

Emanuela Felicetti, membro di Giunta dell'Asat, è stata confermata come componente del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile (Cif) che rimarrà in carica fino al termine della presente consiliatura. Istituito nel 2012 in seno alla Camera di Commercio, l'organismo si compone di diciannove delegate: quindici in rappresentanza delle categorie economiche, delle libere professioni, delle organizzazioni sindacali e in difesa dei consumatori, presenti in Consiglio camerale, più, di diritto, le quattro imprenditrici che siedono in Giunta camerale.

Il Cif sostiene per sua natura lo sviluppo dell'imprenditoria femminile in provincia di Trento. E lo stesso presidente della Camera di commercio **Giovanni Bort** ha detto che «i dati confermano la costante crescita del numero di imprese guidate da donne e ciò riflette l'affermarsi di un cambiamento socioculturale che declina al femminile le scelte professionali, un tempo ad esclusivo appannaggio maschile». Insomma, un cambiamento che si rifletterà non solo sul tessuto economico ma anche su quello sociale.

Il 2019, poi, è stato teatro di rinnovo di «cariche» per molte delle quote rosa che lavorano in Associazione. **Laura Licati** è stata confermata come membro del Coordinamento provinciale anti mobbing.

La vicepresidente dell'Asat Emanuela Felicetti

La presidente dell'Associazione B&B di Qualità Stefania Angeli

ganizzazione di strutture che portano avanti quel modello di ospitalità famigliare basato «sulla relazione», oggi così apprezzata dagli ospiti che soggiornano in montagna.

Durante il convegno **Luigi Altamura**, comandante della polizia municipale di Verona, è intervenuto evidenziando le varie forme di contrasto all'abusivismo condotte dagli enti preposti al controllo nella città di Verona. «L'obiettivo - ha spiegato - è quello di accrescere la sicurezza e valorizzare le strutture che hanno svolto sempre una attività regolare. Le attività ispettive sono state condotte attraverso interviste dirette ai turisti per conoscere la meta del loro soggiorno, la verifica delle segnalazioni provenienti dai vicini e condomini, il sito internet, le caratteristiche strutturali degli immobili locati abusivamente che spesso differivano da quanto dichiarato presso gli uffici comunali e catasto, le spese e gli incassi dichiarati in occasione della dichiarazione dei redditi». In merito alla parte fiscale, è stata la consulente dell'Associazione **Laura Fraizingher** ad esporre le modalità di verifica condotte recentemente su alcuni associati da parte dell'Agenzia delle Entrate, spiegando agli associati come gestire la propria contabilità al meglio per essere sempre in regola.

Il convegno è proseguito, poi, con un dibatto tra gli associati e i funzionari provinciali presenti in sala: **Eva Dandrea**, direttrice dell'Ufficio ricettività e professioni turistiche, **Paolo Nascivera**, direttore dell'Area Innovazione e Conoscenza di Trentino Marketing ed il comandante della Polizia Locale di Trento e Monte Bondone **Lino Giacomoni** hanno risposto alle domande di natura tecnica, fiscale e di marketing. Infine, **Iginio Babich** ha presentato il software gestionale «IDA» già utilizzato da molte strutture, in grado di automatizzare gli obblighi di legge, ed ha presentato la nuova versione web su Cloud accessibile da qualsiasi dispositivo.

Hotel design: come migliorare l'esperienza degli ospiti

Elementi di design nella hall di un hotel

Non è facile soddisfare gli ospiti del 2020. Eclettici, dalle aspettative elevatissime e con le dita costantemente in moto, impegnate a digitare su piccoli dispositivi capaci di condividere ogni istante della loro permanenza in hotel (specialmente quelli meno piacevoli) con chiunque sia disponibile all'ascolto o alla visione. Ormai sempre più abituati ad attendersi esperienze straordinarie in luoghi che sono fonte d'ispirazione, con il loro stilo esotico e le loro ambientazioni sorprendenti, senza però rinunciare al comfort domestico. Come generare il sempre più improbabile «effetto wow» dunque? Architetti e *interior designer* sono chiamati a trovare un equilibrio tra questi estremi, verso soluzioni sempre più sofisticate. Principio guida che non può mai mancare è quello della personalizzazione di ogni posto. Un'idea? Prevedere diverse aree che valgano la pena di scattarsi un *selfie*, cosa che interessa particolarmente l'ospite ma anche l'albergatore desideroso di ottenere un'ottima pubblicità gratuita.

«Casa dolce hotel» può riassumere in poche parole la tendenza alberghiera a dotare le camere di angoli cottura, di dimensioni e fornitura variabili, finalizzati ad allungare la permanenza media degli ospiti e a competere con la nutrita e agguerrita concorrenza di attori come Airbnb. Una scelta che sta diventando un nuovo standard di servizio. Così, molto diffusa è la propensione a rinfrescare ogni stanza in modo da renderla anche solo leggermente diversa dalle altre, in modo da far sentire chi vi soggiorna come se si trovasse in un ambiente unico e autentico (con buona pace delle albergatrici che per decenni si sono premurate di abbinare tendaggi, moquette e arredamenti).

Dalle camere alla lobby, anche le hall sono rivisitate in un'ottica più calda e accogliente rispetto all'allure pragmatica e respingente degli anni scorsi. Dalla fredda eleganza di front-desk dall'altezza proibitiva a zone *lounge* in cui effettuare il check-in su tablet, sprofondati in morbide poltrone mentre si sorseggia un drink. Tendono a scomparire gli spazi sconfinati con reception gigantesche, che vanno invece ripensate con maggior creatività e flessibilità in favore di aree più invitanti, in grado di stanare la gente dalle proprie camere e far sì che possa socializzare e,

Valorizzazione del territorio, condivisione e tecnologia sono tra i progetti più innovativi

3' e 20" Francesca Maffei

perché no, acquistare con maggior probabilità i servizi proposti dall'hotel. La hall è, peraltro, la zona più consona per creare quella compenetrazione esterno-interno che riscuote sempre più successo, con l'introduzione di elementi naturali come cascate d'acqua, boschi verticali, pareti ad alimentazione solare, oggetti decorativi fatti a mano o comunque provenienti dall'artigianato locale, clessidre nei bagni per il risparmio idrico, terrazze multilivello ed arredamenti fatti con materiale riciclato. Anche le stoffe sono in fase di mutazione, con una preferenza per la lana, il lino e il cotone rispetto all'opulenza di pesanti velluti o ai materiali sintetici, con colorazioni tenui e tono su tono che richiamino le nuance presenti in natura piuttosto che create artificialmente. Arrivando alle zone comuni meno *cool* dell'hotel, come deposito bagagli, *ski* o *bike-room* e garage, un'alternativa è offerta dai graffiti, forme di *street art* che entrano in albergo aggiungendo all'insieme un ulteriore retrogusto della comunità locale.

Che altro può migliorare infine l'esperienza dell'ospite quando si tratta di hotel design? Sicuramente la tecnologia, intendendo con essa anche i robot, che a loro volta avranno bisogno di spazi progettati per potersi muovere e interagire con gli esseri umani. Meno scontato (ma non meno efficace), inoltre, un tocco di storia. Ovvero la predisposizione di un angolo *vintage* in cui dare rilevanza al contesto storico in cui l'albergo è nato e si è sviluppato. Ciò può essere ottenuto tramite una mini-pinacoteca oppure con l'esposizione di cimeli o pezzi di mura antiche.

Strategie che portano l'hotel a diventare una destinazione a sé, in quanto spazio disegnato a soddisfare differenti e specifiche esigenze. I clienti sono, d'altronde, sempre più orientati verso ciò che si può sperimentare e condividere, a discapito di ciò che si può possedere. A patto che sia memorabile.

Federalberghi Extra presenta uno studio sul mercato extralberghiero

2' e 40"

Airbnb non è più il canale di prenotazione dominante. E gli operatori sono presenti su numerose Ota

Nel mondo extralberghiero la motivazione del viaggio e la vocazione della destinazione influiscono in modo determinante sulle scelte del viaggiatore, anche in merito al canale di prenotazione da utilizzare per prenotare un alloggio. Dalla ricerca è emerso chiaramente che non è più predominante un solo canale, come si poteva invece prevedere fossero *Airbnb* o canali di «nicchia» come avveniva fino a qualche anno fa. Gli operatori, invece, sono oggi presenti su numerose *Ota* ed anche alcuni *Wholesaler*.

Ospiti di un alloggio turistico extralberghiero

È quanto emerge da una ricerca innovativa promossa da **Federalberghi Extra**, il sindacato italiano delle attività ricettive extralberghiere, con la collaborazione di **Octorate**, società che offre soluzioni per gestire le prenotazioni di alberghi e strutture turistiche. Tale analisi fornisce informazioni aggiornate sull'andamento del mercato, confrontando diverse tipologie di alloggio e di canali di prenotazione nelle principali destinazioni italiane.

Di particolare interesse i dati relativi a finestra di prenotazione, durata del soggiorno e importo medio prenotazione, dai quali emergono chiaramente le scelte dei viaggiatori e le differenze di approccio di un turista che sceglie di soggiornare a Venezia piuttosto che a Milano (solo per citare due destinazioni oggetto dello studio). Degna di rilievo anche la forte dinamicità tariffaria nelle varie stagionalità o in concomitanza di eventi particolari, dalla quale possiamo notare tecniche di revenue management che denotano un livello di professionalizzazione sempre più accentuato tra gli operatori.

Sala piena e posti in piedi durante il seminario di presentazione che si è svolto a Rimini nel corso del Sia Hospitality Design. «L'attenzione che abbiamo ricevuto - afferma il presidente di Federalberghi Extra **Marco Coppola** - conferma l'interesse che il mercato dedica alle attività extralberghiere e la voglia sempre maggiore di preparazione espressa dagli operatori». «Chi svolge quest'attività in modo corretto e professionale - prosegue - ha tutto l'interesse a promuovere la trasparenza per valorizzare il contributo offerto allo sviluppo del sistema turistico italiano».

Una sintesi del rapporto di ricerca è disponibile sul sito *www.extra.federalberghi.it*.

GRUPPO CASSA CENTRALE
CREDITO COOPERATIVO ITALIANO

Auguri

A chi da sempre crede in noi.
A chi rende questo Gruppo ogni giorno più forte.
A chi costruisce insieme a noi un domani migliore.

Buone feste!

Casse Rurali Trentine

Giovani albergatori, viaggio studio a Madrid

3' e 35"

Alla scoperta della catena alberghiera Paradores e visita in Ambasciata

Madrid è stata la destinazione del viaggio studio internazionale del gruppo Giovani albergatori (Gat). Si tratta della settima edizione del momento di formazione all'estero, il cui obiettivo è quello di approfondire l'organizzazione turistica della destinazione estera in questione. Gli albergatori del Trentino sono rimasti in terra spagnola da martedì 5 a venerdì 8 novembre. In totale sono stati 22 i giovani imprenditori turistici trentini a prendere parte al viaggio, tra cui la presidente dei Gat **Francesca Braus**, cui si sono aggiunti nove «colleghi» provenienti dalla Valle d'Aosta. Presente in qualità di referente formativa anche la responsabile dell'Ufficio Marketing dell'Asat **Monica Basile**.

L'accoglienza di Simone Turchetta in Ambasciata

Filo conduttore del viaggio è stata la «scoperta» della catena alberghiera Paradores, i cui hotel sono dislocati su gran parte del territorio spagnolo (dai Pirenei alle Isole Canarie) e sono situati in edifici di grande interesse storico e artistico (castelli, monasteri o palazzi storici). Non solo. I Giovani albergatori del Trentino sono stati ricevuti presso l'Ambasciata italiana a Madrid, dove si è svolto il seminario di formazione «L'innovazione nel settore turistico alberghiero». Da non scordare, poi, che il viaggio studio per sua connotazione costituisce un'imperdibile occasione per rinsaldare i rapporti di amicizia e collaborazione tra colleghi e crearne di nuovi.

Paradores

Dopo aver visitato la città di Madrid (capitale della Spagna), nella prima intera giornata di permanenza (mercoledì 6 novembre), i giovani albergatori hanno preso parte al seminario «Alla scoperta della catena dei Paradores». «Abbiamo potuto approfondire - spiega la presidente Braus - la modalità di sviluppo sostenibile per cui vecchi castelli o edifici storici vengono ristrutturati e trasformati in hotel». Non solo. Queste strutture ricettive diventano anche punto di riferimento per i residenti, in quanto creano una serie d collaborazioni con piccole attività locali.

Successivamente (giovedì 7 novembre) i partecipanti al viaggio studio hanno raggiunto il Parador della città di Alcalá de Henares,

Un momento della visita all'interno dell'Ambasciata italiana a Madrid

dove il direttore **Pedro Soria Álvarez** e la vicedirettrice **Isabel Hernández Flores** hanno tenuto un momento di approfondimento sulla valorizzazione delle risorse umane e sulla collocazione dei Paradores all'interno di città dell'Unesco. Poi, nel pomeriggio, la delegazione si è trasferita nella città di Segovia per la visita al Parador ivi situato. I Giovani albergatori hanno incontrato la coordinatrice del Dipartimento eventi/business del Parador di Segovia **Francesca Iacovelli**, che ha illustrato le modalità secondo cui la catena punta a valorizzare il patrimonio Unesco anche attraverso la creazione di itinerari ad hoc (ad esempio il Sentiero di Santiago di Compostela).

Il gruppo dei Giovani albergatori davanti alla casa di Cervantes ad Alcalá de Henares

Ambasciata italiana a Madrid

L'ultima giornata di permanenza (venerdì 8 novembre) è stata caratterizzata dalla visita in Ambasciata. Dopo il saluto del consigliere economico e commerciale dell'Ambasciata **Simone Turchetta** si è svolto il seminario «L'innovazione nel settore turistico alberghiero» organizzato dall'addetta commerciale dell'Ambasciata **Mariangela Sconziano** e curato dal dottor **Italo Durazzo** (Ceo Entretanto) e dalla professoressa **Carmen Abril**, PhD Business and Economics ed esperta in Innovation management, creatività e costruzione di marchi, nonché docente universitaria presso la IE Business School e la università Complutense. Tre i principali argomenti affrontati: le aziende «Customer Centric» che pongono al centro l'ospite, la pianificazione dell'offerta alberghiera con caratteristiche innovative e la definizione di un piano d'azione alberghiero innovativo. «Ognuno di noi - racconta la presidente Braus - è stato invitato a riflettere attivamente sulla propria struttura, per pianificare potenziali ed efficaci elementi di miglioramento innovativi. E tutto ciò in maniera concreta, senza sforzi economicamente o concretamente insostenibili».

Da sottolineare, infine, che i partecipanti hanno espresso un elevato grado di soddisfazione (i questionari anonimi somministrati indicano un punteggio di 8,2 su 9), sia dal punto di vista formativo e dello sviluppo di competenze e conoscenze sia dal punto di vista della socialità.

Luxury Hotel

2' e 10"

Francesca Maffei

Any doubt about future developments? Go luxury! Resilience seems to be the keyword that describes this segment also during economic downturns and market crisis. Globally speaking, data show that the demand for luxury goods, services and holidays never stops, even though sometimes, for short periods, it can slow down to due outside shocks that can affect it.

This top-quality industry yearly sells something like 280 million room-nights around the globe, a number that keeps growing steadily and which comprises both leisure and business travellers. The worldwide middle class, especially in very dense populated countries like Asia, is becoming wealthier and wealthier, a factor that pushes hospitality individual properties and chains to build or renovate more rooms suitable to such a target of high-end consumers. An issue especially true also on a local scale like our region, which continuously attracts interests and investors - among the latest, the brand-new Lefay Dolomiti resort.

To be more precise in a wider perspective, except North America (+0.4%), Central America (+10%) and Northern Africa (+4.4%), the RevPAR of luxury hotels has slightly declined in the last few months, albeit balanced by the increase in prices year after year: South America -9.5%, Southern Africa -4.9%, Australia together with Oceania -7.3%, Asia -3.7%, Middle East -10.1% and finally Europe with its -2.8%. Many are of course the different reasons behind these numbers, like political crisis, migrations, terrorism and big events with their subsequent effects (such as the FIFA World Cup in Russia last year), because after a boom in demand, needless to say, the following year will be usually weaker. Moreover, the previous figures are strongly influenced by the dramatic amount of luxury rooms that are being built presently, resulting in a change on the overall performances - RevPAR included.

A perfect example is China, not only because of its outbound tourism but for its hotel industry, where more than 21,000 new units have been counted under construction in 2019, both in boutiques enterprises and collections. Furthermore, the concept of luxury hospitality has drastically changed, involving not only 5-star hotels but all those types of hospitality able to deliver a unique stay with a special attention to the details that matter to that specific guest, with a service absolutely personalized.

In the era of uncertainty, the luxury segment can really represent an optimistic trend, a dimension that is not only reserved to the super-rich and the famous but to a much broader audience, eager to live the experience of a lifetime. And ready to repeat it over and over again.

A 5-star luxury hotel

OGP
Illustrazione: Elia Rossi

Forza dalla Natura.

Energia elettrica al 100% da fonti rinnovabili con il massimo risparmio.

A fianco degli operatori del settore turistico,

Contattaci oggi per ottenere le migliori agevolazioni.

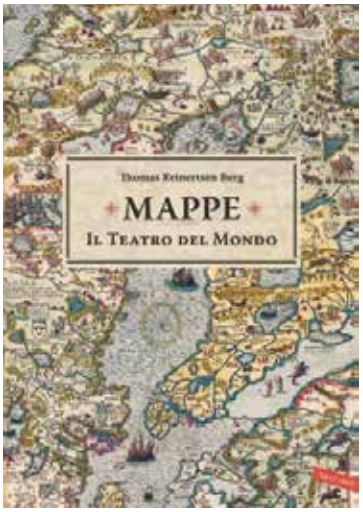
Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO
Tel. 0461.923666 (interno 4) | Fax 0461.923077
cape@asat.it | **www.capenergia.it**

Con il patrocinio di ASAT Associazione ed Imprese turistiche della Provincia di Trento.

100% ENERGIA PULITA DOLOMITI ENERGIA

CAPE
CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Mappe. Il teatro del mondo



Thomas Reinertsen Berg
Mappe. Il teatro del mondo
Antonio Vallardi Editore, 2018
pp. 352 -
€ 19,90

Le mappe, scrive **Berg**, sono immagini del mondo. Esprimono che cosa si considera importante e che cosa si è in grado di fare nell'epoca in cui sono disegnate. Oggi siamo tutti debitori della geografia digitalizzata e qualsiasi mappa tematica è basata su immagini satellitari.

Google, che nel 2005 lancia Google Earth e Google Maps, ha capito che le mappe sono un oggetto della quotidianità, il che giustifica la possibilità di vendere spazi pubblicitari. E non è una novità, perché cartografia e cartamoneta, come fa notare l'autore, sono sempre andate a braccetto. Fin dall'istituzione della biblioteca di Alessandria cresciuta grazie all'obbligo imposto a chiunque attraccava nel porto di lasciare copia delle proprie conoscenze in modo da favorire i futuri commerci. Nel tardo Medioevo i mercanti che vanno per mare «inventano» i portolani per una navigazione più sicura (il primo conosciuto della Repubblica marinara di Pisa nella seconda metà del 1200). Più tardi, dopo la scoperta dell'America, gli stessi mercanti o la Compagnia delle Indie sollecitano portolani e mappe più maneggevoli, ispirando i cartografi del Cinquecento alle prime edizioni degli Atlanti.

Questo testo non si limita però ad una trattazione storica della cartografia. Fornisce delle chiavi di lettura, perché «le mappe sono immagini del mondo. Hanno qualcosa in comune con le narrazioni religiose: si propongono di descrivere l'aspetto del cosmo e di dare un ordine e una struttura a un ambiente apparentemente privo di confini. Hanno un valore politico, economico, religioso, pratico, militare e organizzativo».

La cartografia greca è scientifica e teoretica. Già nel VI secolo a.C. **Talete di Mileto** immagina la Terra sferica e, un secolo più tardi, **Parmenide** divide la terra in fasce climatiche, come farà anche **Aristotele**. Il quel osservando le eclissi di luna ribadisce la sfericità della terra ed è convinto si possa raggiungere l'India navigando verso ovest.

Eratostene, basandosi su studi astronomici, calcola la circonferenza della terra in poco meno di 40.000 chilometri, sottostimando di un niente la circonferenza reale. In base a queste indicazioni **Cratete di Mallo** costruisce il primo mappamondo di cui si abbia notizia del diametro di circa tre metri, andato perduto (il più vecchio mappamondo conservato è del tedesco **Martin Behaim** del 1492, che colloca il Giappone dove c'è il Messico).

Di contro la cartografia romana è pragmatica, serve a gestire un Impero. Mentre per i cristiani le mappe servono a disegnare l'opera di evangelizzazione: non conta dare un'immagine precisa del mondo, ma come il Divino lo permea. Per tutto il Medioevo si avranno quindi mappe teologiche, catechetiche e narrative.

Tra i capitoli più felici del testo quelli riguardanti la nascita della fotogrammetria con l'incedere parallelo di fotografia e aeronautica (che ricevono dalla Grande Guerra un impulso fondamentale) e, soprattutto, le pagine dedicate al «pianeta azzurro» con il lavoro pionieristico e certosino di **Marie Tharp** che dal 1952 elabora su carta anni e anni di rilevazioni sonar fino alla pubblicazione delle prime copie del *World Ocean Floor Panorama* nel 1978. Grazie alle rilevazioni di Geosat e Ers-1, nel 1997 i geofisici e oceanografi **Smith** e **Sandwell** pubblicano una carta più completa dei fondali marini, poi aggiornata nel 2014.

Ma è pur sempre una mappatura con una precisione di gran lunga inferiore a quella del pianeta Venere effettuata dalla sonda Magellano. Pezzi del vecchio pianeta Terra attendono ancora di essere conosciuti e messi su carta.

Il libro della neve. Avventure, storie, immaginario

Franco Brevini
I libro della neve. Avventure, Storie, Immaginario
Il Mulino Editore, 2019
pp. 460 - € 45,00

4' e 20"
Gianfranco Betta

Un trattato sulla neve che si presta a molteplici letture: la letteratura, campo di elezione di **Brevini**, con citazioni degli autori che hanno scritto dell'inverno; la linguistica, con i tanti aggettivi impiegati per neve e ghiaccio in diversi contesti culturali; ma anche la fauna che popola le terre fredde o una dissertazione storica sui cristalli di neve (oltre 30.000 forme classificate dai giapponesi); e la pittura con un ricchissimo apparato iconografico. Ma anche la «neve polare» con un'accurata ricostruzione delle spedizioni ai Poli e il loro tributo di vite umane. Come avvenuto per chi in guerra ha dovuto scontrarsi con neve e ghiaccio, da Annibale a Napoleone; dalla «Guerra bianca» condotta a 3.000 metri di quota sulla Marmolada, l'Ortles, l'Adamello, con le valanghe che mietono più vittime del nemico, alla campagna di Russia. Alla bufera di neve, con la perdita di orientamento che essa comporta, e alle valanghe sono dedicati specifici capitoli con dovizia di citazioni letterarie e documentazione storica ma anche scientifica per spiegarne cause e impatti, fino ad annotazioni autobiografiche con riferimento all'esperienza e al rischio vissuti in prima persona.

Ma, si chiede Brevini, in che momento si passa da un'accezione negativa del «crudo verno» ad una considerazione diversa che riabilita l'orrido paesistico legittimando il suo ingresso nel regno dell'estetico? Per capire questa riabilitazione, secondo Brevini «è necessario non affidarsi al *tempo* della neve ma piuttosto ai *luoghi* della neve, cioè non all'inverno in sé ma ai paesaggi e agli scenari creati in inverno dalla neve». Luoghi non da attraversare o da cui ricavare da vivere, ma da cui ricevere intense emozioni.

Nella seconda metà dell'Ottocento approdano sulle Alpi gli sci, le «svelte ali per volare sulla neve faticosa». Che, con riferimento ad alcune incisioni rupestri databili a circa 40.000 anni fa, sarebbero anteriori addirittura alla ruota. Lentamente lo sci si afferma come strumento per esaltare la discesa e «il passo in cui mondanità e sport si intrecciano è presto fatto»: «quanto l'alpinismo aveva predicato la lentezza, il gesto misurato, la valutazione saggia, la sofferenza e il sacrificio, tanto lo sci celebrava la rapidità, la leggerezza, il gioco, il divertimento. Salire è duro, impegnativo e rischioso, scendere è solo piacevole». Gli sci costituivano uno sport tipicamente novecentesco, nella stessa misura in cui l'alpinismo restava legato all'Ottocento.

E per venire agli anni più vicini, «nel secondo dopoguerra la neve è entrata nella vita della persone come sport, come vacanza invernale, come divertimento». La neve diventa «l'oro bianco», un volano dell'economia, con conseguente colonizzazione meccanica della montagna, che aveva già fatto irruzione nel corso dell'Ottocento, alimentata dallo spirito positivista dell'epoca.

Dalla fine del Novecento, in molte località turistiche la stagione invernale diviene più importante di quella estiva. La tesi finale di Brevini è che lo spopolamento della montagna e di molte vallate alpine sia stato impedito proprio dagli sport bianchi (aggiungendo che «l'altra faccia della medaglia del boom dello sci fu un'imponente cementificazione»). Rilevando in conclusione come lo sci «tiene, ma appare ormai un prodotto maturo» e si «porta dietro molte contraddizioni, in parte irrisolte».

Hospitality 2020 implementa la formazione per il mondo Ho.Re.Ca.

Novità per espositori e visitatori nelle quattro diverse aree tematiche

Quattro aree tematiche (Contract & Wellness, Beverage, Food & Equipment, Renovation & Tech) e due aree speciali (Solobirra e RPM Riva Pianeta Mixology). Due concorsi dedicati alla birra artigianale per la birra migliore e la best label 2020 e 100 appuntamenti formativi di Hospitality Academy. Oltre 500 aziende selezionate tra le eccellenze per una vetrina completa del settore Ho.Re.Ca. ed un'unica location da 40.000 metri quadrati suddivisi in 9 padiglioni. Tutto questo è **Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza**, la fiera italiana leader nel settore dell'ospitalità e della ristorazione, in programma **dal 2 al 5 febbraio 2020 nel quartiere fieristico di Riva del Garda**.

I visitatori all'ingresso della fiera

Hospitality Academy: l'importanza della formazione

Per la 44esima edizione, Expo Riva Hotel ha scelto di rinnovarsi. E non solo nell'immagine con il nuovo brand Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza, ma anche nei contenuti e nell'offerta. Prosegue e si rafforza il format di Hospitality Academy, piattaforma di incontro e formazione dedicata all'hotellerie e alla ristorazione realizzata in collaborazione con Teamwork. Accanto a news #HTrends, seminari e workshop itineranti, Hospitality Academy ha ideato **la nuova piattaforma online #HAcademy**, confermandosi il punto di riferimento per gli operatori professionali per conoscere e approfondire tutte le novità del settore Ho.Re.Ca..

Registrandosi al portale è possibile consultare l'intera offerta formativa, scaricare report aggiornati dedicati al settore, realizzati da Hospitality in collaborazione con autorevoli esperti del mercato, avere accesso a tutti i materiali presentati dai relatori negli oltre 100 appuntamenti delle quattro giornate di fiera. Si tratta di uno strumento agile ed accessibile che consente ai professionisti di effettuare ricerche mirate e di condividere consigli e riflessioni sui propri social, stimolando un dialogo continuo tra gli addetti ai lavori.

4' e 15"

Tra i 100 appuntamenti di Hospitality Academy, nelle quattro giornate di fiera troveranno spazio approfondimenti su design e comfort in hotel, sulla comunicazione, sulla gestione delle risorse umane e riguardo alle *best practice* nella ristorazione. Particolare attenzione sarà riservata alla comunicazione online e attraverso i social, che risultano i principali canali per attrarre gli ospiti. Albergatori e ristoratori potranno, inoltre, partecipare a workshop dedicati alle tendenze del settore dell'ospitalità tra enoturismo, ecosostenibilità, wedding, meeting e congressi, fino alle ultime tecnologie. Completeranno l'offerta formativa seminari operativi per affrontare al meglio il lavoro di tutti i giorni, come la definizione delle tariffe o il controllo di gestione. Il programma con tutti gli appuntamenti sarà presto online (www.hosp-itality.it).

2 // 3 // 4 // 5
FEBBRAIO
2020

TRENTINO

graphics | TheStudio / ph | Damiano Verdiani

RIVA DEL GARDA FIERECONGRESSI LANCIA

IL NUOVO MARCHIO DELL'ACCOGLIENZA

EXPO RIVA HOTEL DIVENTA HOSPITALITY

La 44° edizione della più completa fiera italiana dedicata all'ospitalità e alla ristorazione vi aspetta a Riva del Garda. Contract&Wellness, Beverage, Food&Equipment, Renovation&Tech: una panoramica di tendenze e innovazioni per i professionisti del mondo Ho.Re.Ca.

Ti Aspettiamo!

HOSPITALITY
IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA

@hospitalityriva

hosp-itality.it
#HOSPITALITYRIVA

RIVA DEL GARDA | TN
QUARTIERE FIERISTICO

Riva del Garda Fierecongressi
Casse Rurali Trentine
Cassa Rurale Alto Garda
GARDA
FEDERTURISMO CONFINDUSTRIA

DOVE TROVARE L'ASAT AD HOSPITALITY

Per l'intera durata di Hospitality, lo stand dell'Asat si troverà al primo piano all'interno del *Padiglione B3 (Stand A27)*, praticamente nello stesso dello scorso anno. Per raggiungerlo, una volta all'ingresso della Fiera a piano terra basterà attraversare il primo padiglione fino a quando si incontrano le scale mobili che portano al primo piano. Così è possibile raggiunge il Padiglione B3 e visitare lo Stand A27.

Martedì 4 febbraio, poi, è in programma il convegno dell'Asat dal titolo «Credito alle imprese - Ruolo e strumenti del Confidi», che si svolgerà tra le ore 14 e le ore 16 nella Sala convegni (all'ingresso della Fiera presso il Padiglione B2). Inoltre, l'Asat organizza un incontro all'interno degli spazi del programma Hospitality Academy dal titolo «Caccia agli energivori: guida alla scelta oculata delle apparecchiature in cucina e lavanderia, per ottenere risparmio e migliori prestazioni». L'appuntamento è fissato per lunedì 3 febbraio dalle ore 15 alle ore 15.50 con il relatore **Stefano Tonini**, direttore di Tonini Grandi Impianti Srl (Soluzioni personalizzate per il Food Service Equipment).

Novità 2020 per espositori e visitatori

Molte le novità nelle quattro aree tematiche. L'area Food & Equipment amplia lo spazio riservato al food con 1.500 metri quadrati per accogliere anche nuove tipologie di prodotto come surgelati, fresco, pasti veloci, superfood e per la gelateria e la pasticceria. Sono stati implementati inoltre 6 percorsi speciali dedicati alle nuove tendenze, alle abitudini ed alle tradizioni alimentari come Gluten e Lactose Free, Bio, Vegan, Halal e Kosher per consentire agli espositori di comunicare al meglio la disponibilità di questi prodotti e agli operatori di rintracciarli con maggiore facilità.

L'area beverage nel 2020 vedrà l'esposizione anche di impiantistica per la produzione e l'imbottigliamento della birra.

Tra le novità più interessanti, spicca il raggruppamento della proposta "arredo e benessere": in un'unica area tematica denominata Contract & Wellness verrà allestita un'ampia offerta di accessori per interno e soluzioni per l'outdoor, oltre a prodotti per centri benessere e fitness e un'esclusiva area dedicata al *glamping* e al green living. Cresce, infatti, l'interesse per il turismo all'aria aperta, che in Italia genera un giro d'affari pari a 5 miliardi di euro, unito alla necessità di comfort e attenzione all'ecosostenibilità. I quali hanno attirato l'attenzione di Hospitality, pronta a interpretare anche questa tendenza per una più completa proposta per aziende e professionisti dell'accoglienza.

Un'immagine di repertorio dell'Expo Riva Hotel

Formazione, anche questo è Hospitality

IL TUO HOTEL
HA PROBLEMI DI RUMORE?
TI AIUTIAMO NOI!

Le nostre soluzioni di risanamento acustico riguardano interventi relativi a:

- Pareti divisorie tra stanze
- Pareti verso vano scale/corridoio
- Vani ascensore/vani impianti
- Solai (rumore da camminamento, voci tra un piano e l'altro)
- Correzione di eco/riverbero di sale ristoranti, bar, sale riunioni ecc.

Esempio di risanamento acustico "slim" di parete divisoria tra stanze: ingombro totale 2.5 cm

VOUCHER PER UNA CONSULENZA ACUSTICA GRATUITA

Cosa aspetti? Prenota la tua consulenza acustica gratuita!

3therm®

www.3therm.it

Il tuo Consulente del Silenzio:
Vesci Danny
tel. **+39 366 47 18 463**
mail: **dannyvesci@gmail.com**

Good Buy Trentino: la 18esima edizione con 113 aziende e 21 buyer

3' e 45"

Good Buy Trentino ha festeggiato, quest'anno, la sua diciottesima edizione. Si tratta della formula B2B (business to business) organizzata da Trentino Marketing per far incontrare gli operatori turistici della domanda estera e italiana con quelli dell'offerta trentina. E l'edizione della «maggior età» si è svolta all'insegna del cambiamento.

Quindi, come per ognuno di noi il compimento dei diciotto anni rappresenta una tappa importante della vita, lo stesso si può dire per il workshop, che si è evoluto non solo per la valenza commerciale con numeri in notevole crescita, ma anche per gli aspetti formativi e di confronto per gli stessi operatori trentini. Insomma, Good Buy Trentino con la sua ultima edizione dedicata alla vacanza estiva 2020, svoltasi in Val di Sole a settembre 2019, è diventato ancor più un appuntamento strategico per la promozione e la commercializzazione delle vacanze estive e invernali del Trentino.

L'intervista a **Mirta Valentini**, responsabile dell'area Sales Support di Trentino Marketing e alla sua collega **Elisabetta Gutterer**, è d'aiuto a comprendere meglio l'evoluzione del workshop.

L'ultima edizione del workshop in Val di Sole

Quali sono le caratteristiche principali di Good Buy Trentino?

«Questo evento ruota soprattutto attorno a tre parole chiave, interconnesse tra di loro: relazioni, opportunità e crescita».

Ovvero?

«Partiamo dalla prima, "relazioni": Good Buy Trentino è nato per favorire, ad anni alterni, la promozione e la commercializzazione di proposte di vacanza estiva e invernale, mettendo in relazione diretta buyer internazionali e seller trentini (hotel, Apt, consorzi, società degli impianti). E questo attraverso degli incontri B2B e momenti di accoglienza, convivialità e scoperta del territorio. L'obiettivo è quello di creare relazioni finalizzate ad aspetti commerciali, ma anche basate sulla valorizzazione del rapporto umano e della familiarità, elementi che caratterizzano l'offerta turistica del Trentino. La seconda parola chiave è "opportunità", poiché da questi incontri nascono importanti occasioni di business, alle quali un numero sempre più alto di operatori chiede di partecipare».

Come dobbiamo, invece, intendere la «crescita»?

«Come crescita professionale. Good Buy Trentino offre ai nostri partecipanti trentini momenti di approfondimento con eventi formativi mirati e personalizzati, nonché occasioni di confronto tra gli stessi operatori. Da questo

Relazioni, opportunità, crescita: ecco la «ricetta» del successo del workshop

punto di vista il format costituisce una straordinaria occasione di arricchimento personale che ha dei risvolti positivi anche per ciascuna attività aziendale. Quest'anno, ad esempio, abbiamo approfondito un tema di grande attualità come l'online-review (le recensioni online) grazie ad un evento organizzato in collaborazione con il portale di recensione "Holiday Check e Trust You", il mèta-review utilizzato anche da Google. Quello della formazione per i seller sarà un aspetto di Good Buy Trentino su cui lavoreremo molto anche in futuro. La parola "crescita" è legata anche ad un altro aspetto importante su cui stiamo ponendo particolare attenzione, allargando la sfera dei settori di Good Buy Trentino: quello delle "esperienze turistiche". Da questo punto di vista abbiamo cominciato a coinvolgere i fornitori di servizi in un'ottica di crescita professionale, per cogliere le nuove opportunità offerte dal mercato e contribuire all'incremento di un settore che può diventare strategico per un territorio come il Trentino».

Quanti partecipanti per Good Buy Trentino?

«Dalla prima edizione estiva, quella di Riva del Garda del 2004, a quella di quest'anno in Val di Sole, siamo passati da un'adesione di 52 aziende trentine a 133, con un aumento del 156%. Per quanto riguarda, invece, i buyer siamo passati da 12 Paesi a 21 (di cui 6 di provenienza extraeuropea) con un incremento del 75%. Nel 2019 il 56% delle aziende buyer ha partecipato per la prima volta. Nelle edizioni invernali dell'evento abbiamo raggiunto quota 26 Paesi, con una crescita del 117%. In diciotto anni di attività sono stati organizzati più di 19.000 incontri tra domanda e offerta. Nelle nove edizioni estive, più l'edizione di The Alps (unica tappa in Italia) abbiamo fatto conoscere il Trentino a circa 700 tour operator».

Quali sono stati i Paesi di provenienza dei buyer nell'ultima edizione?

«I 62 buyer sono arrivati da Austria, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Corea, Federazione Russa, Francia, Germania, India, Israele, Italia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Spagna, Svezia, Ucraina, Usa».

Foto ricordo al diciottesimo compleanno di Good Buy

In base a quali criteri sono stati scelti?

«I buyer sono stati scelti privilegiando settori come la vacanza attiva estiva, oltre ovviamente a quelli generalisti, identificando gli interessi specifici di ognuno per creare un raccordo diretto con la proposta del territorio».

Quanti appuntamenti tra buyer e seller sono stati organizzati?

«Oltre 1.200, peraltro in una location insolita e davvero suggestiva come il convento dei frati Cappuccini di Terzolas».

Gli ospiti stranieri hanno avuto occasione di scoprire la Val di Sole?

«Certo. Abbiamo dedicato un'intera giornata alla scoperta della Val di Sole e della Val di Rabbi. I buyer hanno potuto praticare rafting, mtb, bike, trekking o provare l'offerta wellness, con terme, barefoot. Nonché appuntamenti enogastronomici, come l'aperitivo a Pejo 3000 e la cena itinerante-sensoriale al rifugio "Lo Scoiattolo" nel cuore del Parco Nazionale dello Stelvio-Trentino».

Impianti di messa a terra: la verifica è d'obbligo

2' e 50"

Stefano Hueller

Se l'hotel ha più di 25 posti letto il controllo è biennale, altrimenti va fatto ogni cinque anni

È obbligatorio sottoporre a periodica manutenzione i dispositivi che compongono gli impianti di messa a terra presenti nelle strutture ricettive. E questo al fine di verificare la loro continua efficienza. Tali controlli devono essere effettuati da organismi abilitati e non vanno confusi con la normale manutenzione periodica degli impianti elettrici effettuata dagli elettricisti.

L'impianto di messa a terra è presente negli alberghi per evitare l'elettrocuzione e la fulminazione di origine atmosferica, e per non incorrere nella folgorazione delle persone per contatti indiretti. Si tratta dell'insieme di dispersori, conduttori di terra, conduttori equipotenziali, collettori di terra e conduttori di protezione destinati a realizzare la messa a terra di protezione. Fanno parte dell'impianto di messa a terra anche i segnalatori di primo guasto (ove esistenti) ed i dispositivi di protezione dalle sovracorrenti o dalle correnti di dispersione predisposti per assicurare la protezione dai contatti indiretti.

Il DPR 462/2001, ovvero la norma principale in materia, prevede che siano soggette all'obbligo della verifica della messa a terra tutte le attività lavorative che abbiano almeno un lavoratore al proprio interno. Come previsto dal Testo unico sulla sicurezza, per «lavoratore» si intende la persona che, indipendentemente dalla tipologia contrattuale, con o senza retribuzione ed anche al solo fine di apprendere un mestiere, svolge un'attività lavorativa all'interno di un'organizzazione pubblica o privata. Sono pertanto comparati ai lavoratori i soci lavoratori, gli stagisti, gli apprendisti, i lavoratori socialmente utili.

L'obbligo è biennale per gli impianti in ambienti a maggior rischio in caso d'incendio, cioè quelle attività soggette al controllo dei Vigili del Fuoco. Nel nostro comparto generalmente l'obbligo di verifica biennale è previsto per tutte le strutture con più di 25 posti letto o che abbiano al loro interno un rischio tale da rientrare tra le attività soggette al controllo. L'obbligo per le altre attività (alberghi con meno di 25 posti letto, ristoranti, bar) è invece quinquennale.

I soggetti che possono effettuare queste verifiche sono quelli abilitati dal Ministero dello sviluppo economico per svolgere le funzioni di verifica di parte terza, secondo la norma tecnica UNI CEN EN ISO-IEC 17020:2012 tipo A, su installazioni ed impianti indicati nel DPR 462/2001. In caso di mancata adempienza della verifica periodica sono previste le sanzioni a carico del datore di lavoro incluse nel D.lgs. 81/08.

Per le modalità di svolgimento della verifica dell'impianto si deve fare riferimento alla norma CEI 0-14, che rappresenta la guida all'applicazione del DPR 462/01. In particolare, le fasi dei controlli prevedono sempre un'analisi della documentazione, una verifica strumentale e il rilascio del certificato e del verbale di verifica.

Foto pixabay.com

Cavi elettrici componenti il sistema di messa a terra

Studio Giovanelli S.r.l.

Andrea Giovanelli, titolare di Studio, laurea in finanza all'Università Bocconi di Milano. Master annuale in Direzione aziendale presso Cescom-Bocconi.

Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa.

Per oltre dieci anni esperto della Provincia di Trento in comitati tecnici per incentivi. Supera l'esame Consob per l'Albo dei promotori finanziari.

AREA CONSULENZIALE F2

"Contributi a fondo perduto e incentivi"

Siamo specializzati nella ricerca e nella fruizione di contributi ed incentivi, risorse finanziarie effettivamente fruibili da imprese o soggetti che intendono operare nuovi investimenti o anche avviare delle start up.

Supportiamo il Cliente a 360 gradi, dalla analisi iniziale con verifica di fattibilità, esame dei contributi fruibili in rapporto all'investimento prospettato, inoltro delle domande di contributo (spesso Bandi, relativamente articolati) e, in via continuativa, fino alla materiale liquidazione del contributo concesso.

Operiamo ai diversi livelli: Provincia, Regioni, Stato, Unione Europea.

Il compenso dovutoci è essenzialmente "a risultato", ad ottenimento del provvedimento di concessione del contributo, a tutela del Cliente e quale stimolo a ricercare il miglior risultato possibile per Cliente e Consulente.

Collaboriamo con importanti studi, anche per la costituzione di start up innovative, che consentono di cumulare benefici fiscali, finanziari ed agevolazioni e contributi.

Collaboriamo con una società autorizzata da Consob per l'equity crowdfunding, attività in forte crescita, che prevede strumenti partecipativi al capitale di rischio della start up innovativa. L'investimento di persone fisiche e società si lega a importanti recuperi di imposta, oltre alla possibilità di investire in realtà con un forte potenziale di crescita.

Per informazioni: *0461 390136* o *consulenza@studiogiovanelli.com*

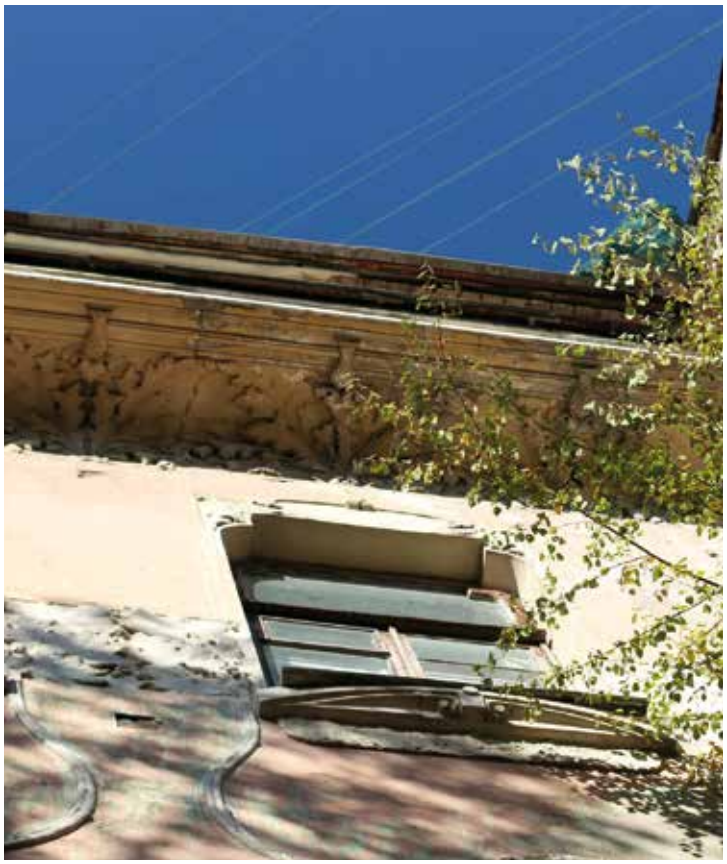
Studio Giovanelli S.r.l.

Via Guardini 33 | 38121 Trento | I
tel. 0461 390136
info@studiogiovanelli.com
consulenza@studiogiovanelli.com

La legge Gilmozzi aiuta a contenere le «sregolatezze» edilizie

Lo studio analizza il rapporto tra alloggi residenziali e famiglie residenti

La legge Gilmozzi ha determinato un contenimento delle attività edificatorie più intense e sregolate registrate nei comuni turistici prima del 2005. L'attuale riduzione dell'attività edilizia, invece, è imputabile agli andamenti ciclici del settore edilizio e agli effetti della crisi economica e non all'introduzione della norma stessa, che invece rappresenta un'importante misura di salvaguardia del consumo di suolo. A dirlo è lo studio riportato nel documento «Consumo di suolo e "seconde case" nelle aree turistiche del Trentino» pubblicato nel mese di luglio dall'Osservatorio del paesaggio trentino.



Un immobile in stato di degrado dovuto al suo inutilizzo

L'Asat ha sempre denunciato l'eccessiva presenza delle seconde case in Trentino. E questo a causa degli effetti negativi generati: sottoutilizzazione o degrado degli immobili che non vengono mantenuti, difficoltà dei residenti a trovare abitazioni (impatto sociale) e pesanti ripercussioni sulla qualità dell'offerta turistica. Impatti negativi si hanno, inoltre, sulle infrastrutture viarie e di servizio. Nell'insieme, perciò, l'effetto del proliferare delle «seconde case» genera una diminuzione della qualità di vita tanto per i turisti quanto per i residenti.

In molteplici sedi l'Asat ha sostenuto che un ulteriore incremento degli alloggi destinati al tempo libero e alle vacanze, e l'eliminazione di fatto di una programmazione dell'espansione degli stessi, renderebbe difficile per i cittadini residenti acquistare o locare gli immobili a prezzi accessibili. Non solo. Ciò andrebbe a rendere ancora più sbilanciato il rapporto tra i posti letto delle attività alberghiere e quelli offerti nelle case per il tempo libero, ovviamente a svantaggio dei primi.

Attraverso una puntuale analisi statistica il documento «Consumo di suolo e "seconde case" nelle aree turistiche del Trentino» studia e approfondisce le tematiche legate al consumo di suolo.

4' e 15"

Laura Licati

Quali i fenomeni di edificazione a fini turistici ed il rapporto tra la popolazione residente e il numero di alloggi disponibili nei comuni regolamentati dalla legge provinciale 16 del 2005 (Legge Gilmozzi, introdotta per limitare il consumo eccessivo di territorio e l'edificazione di case ad uso turistico nei comuni ad alta vocazione turistica, a vantaggio di edifici destinati a «residenza»).

Foto pixabay.com

La ricerca ha analizzato la disponibilità di alloggi residenziali nei comuni turistici rispetto al numero di famiglie residenti. Dal rapporto tra la consistenza del patrimonio edilizio residenziale ed i dati demografici, emerge che nei comuni soggetti alla legge Gilmozzi sono presenti 158.000 alloggi, pari al 41% del patrimonio immobiliare residenziale della provincia. Nelle stesse aree risiede il 30% circa delle famiglie trentine. «Questo squilibrio - si legge nel documento - porta ad avere nei comuni soggetti a legge Gilmozzi (quindi comuni turistici, ndr) un rapporto di 2,26 alloggi per ogni nucleo familiare residente contro un dato rilevato nei comuni non turistici di 1,36 alloggi per famiglia». Lo studio stima, quindi, che nelle aree turistiche sia presente uno «stock» potenziale di poco meno di 88.000 alloggi non occupati stabilmente da residenti. Perciò, dei 158.000 alloggi presenti nei comuni soggetti alla legge Gilmozzi, *la percentuale di quelli non occupati stabilmente è circa del 56%*.

Il rapporto tra la consistenza del patrimonio immobiliare residenziale e le famiglie residenti diventa ancora più rilevante in alcune aree superando i 3 alloggi/famiglia. Riportiamo alcuni valori: nel comune di **Mezzana** ha un valore di 7,16 alloggi/famiglia, a **Pinzolo** il rapporto è di 5,43, a **Mazzin** 5,33, **Lavarone** 4,84, **Carisolo**, **Giustino**, **Massimeno**, **Bocenago** tutti con valori superiori ai 4 alloggi per famiglia. Valori ancora compresi tra 3 e 4 alloggi/famiglia si registrano nei comuni di **Ronzone**, **Carano**, **Pieve tesino**, **Ruffrè-Mendola**, **Canal San Bovo**, **Folgaria**, **Castello Tesino**, **Ossana**, **Campitello di Fassa-Ciampedel**, **Dimaro-Folgarida**, **Andalo**, **Luserna-Lusérn**, **Caderzone Terme**, **Peio**, **Bieno**, **Spiazzo**, **Sfruz** e **Cavedago**.

Lo studio evidenzia, poi, l'andamento dell'attività edilizia nelle località turistiche, in particolare studiandone lo sviluppo nell'intervallo di tempo successivo all'entrata in vigore della legge Gilmozzi. I dati segnalano che, nel periodo compreso tra il 2005 e il 2018, nei comuni soggetti alla legge Gilmozzi vi è stato un incremento di nuovi alloggi pari al 13,7%. Le quote di «seconde case» comunque consentite urbanisticamente dalla legge risultano poi spesso inutilizzate. Sempre nei territori turistici si rileva un rallentamento nell'attività edilizia rispetto a quanto riscontrato nei periodi antecedenti all'introduzione della norma, in particolare a partire dal 2011, anno coincidente con la crisi economica e con le conseguenti ripercussioni sull'attività edilizia. Tuttavia, anche nei comuni non soggetti ai limiti dettati dalla legge Gilmozzi si registra una simile diminuzione dell'attività edilizia. *Vi è quindi un'analogia tra gli andamenti dell'attività edilizia registrati per le aree turistiche e per quelle non turistiche.*

Per una lettura completa dello studio consultare il sito dell'Osservatorio del paesaggio nella sezione riservata alla documentazione.

Dubbi Quotidiani Dicembre 2019

Abbiamo in progetto un'importante ristrutturazione dei piani di camere dell'hotel, al cui primo piano c'è l'appartamento dei titolari e volevamo sapere se questo può rientrare nelle agevolazioni da richiedere sull'intero progetto

Per rispondere ci riferiamo alle delibere attuative della legge provinciale 6/1999. La quale prevede che «non sono ammissibili a contributo le spese relative ad alloggi del gestore, per il custode e per il personale o, comunque, non destinati all'esercizio dell'attività, fatti salvi gli alloggi per il personale non dotati di autonoma cucina per le attività di alloggio». Nel caso concreto, quindi, la risposta è negativa: l'appartamento del gestore non può riceve alcuna agevolazione secondo la suddetta legge provinciale.

Una ristrutturazione in corso

Vorrei realizzare alcuni interventi strutturali nei magazzini e in alcune sale comuni che potrebbero causare temporaneamente l'indisponibilità di alcune parti del mio albergo. Devo presentare una modifica dell'autoclassifica?

La risposta è negativa. L'albergatore non è tenuto a presentare la dichiarazione di modifica dell'autoclassifica, qualora l'offerta ricettiva sia inferiore per quantità o qualità a quella normalmente disponibile per circostanze eccezionali o per ragioni legate a temporanee difficoltà di organizzazione gestionale ovvero all'esecuzione di opere di ristrutturazione. Per continuare l'attività senza modifiche alla classifica è però necessaria l'autorizzazione da parte del dirigente del Servizio turismo. Pertanto, si deve presentare preventivamente allo stesso servizio una richiesta motivata con l'indicazione del tipo di diminuzione dell'offerta ricettiva e del termine entro cui l'esercizio alberghiero assicurerà nuovamente i servizi sospesi.
Il periodo di temporanea diminuzione dell'offerta ricettiva non può superare i 180 giorni ed è rinnovabile per una sola volta. I casi in cui può essere richiesta la diminuzione temporanea dei servizi sono:

- indisponibilità di alcune unità abitative;
- indisponibilità totale o parziale di sale comuni;
- indisponibilità di servizi accessori;
- indisponibilità del servizio di ristorante
- indisponibilità dei servizi igienici per i locali destinati alla somministrazione di alimenti e bevande negli esercizi alberghieri che effettuano tale servizio esclusivamente a favore delle persone alloggiate.

Qual è il limite per l'uso del contante?

Le norme sulla limitazione all'uso del contante dicono che è vietato il trasferimento di denaro contante e di titoli al portatore (in euro o in valuta estera) effettuato a qualsiasi titolo tra diversi soggetti italiani (persone fisiche o giuridiche) quando il valore oggetto di trasferimento è complessivamente pari o superiore a 3.000 euro. Il limite per il pagamento in denaro contanti per l'acquisto di beni e di prestazioni di servizi legate al turismo effettuati dalle persone fisiche di cittadinanza diversa da quella italiana (stranieri UE ed extra UE) è fissato a 15.000 euro.

NEL TURISMO

Crescita professionale

LA TUA CRESCITA È SEMPRE AL CENTRO DELLE NOSTRE ATTENZIONI

I nostri percorsi di formazione AUTUNNO 2019

TRENTO
- Accoglienza in tutti i sensi
- Tour enogastron alla scoperta delle eccellenze gastronomiche del Trentino
- Brand Loyalty: quanto conosci i tuoi clienti?
- Google & Web analitycs Benchmarking
- 2020: Un anno a tutto sport!
- Storytelling: Raccontarci sui social
- Vendita attiva e intelligente al telefono e per email
- La qualità del servizio in tutti i punti dell'Hotel
- La qualità del Prezzo
- Housekeeping
- Sei in Trentino da poco e vuoi lavorare nel tursimo?
- Mistery Guest: capisci quanto sbagli solo "da cliente»
- Un benvenuto Trentino: finger Food e cocktail con le mele della val di Non e i piccoli frutti di S. Orsola
- Allergie e intolleranze in cucina
- Caffetteria e latte art
- Birre e birrifici trentini

ROVERETO
- Quando una struttura è davvero accessibile
- Approccio Psicosomatico alla postura per Wellness e Spa - BASE
- Approccio Psicosomatico alla postura per Wellness e Spa - AVANZATO
- Il massaggio olistico
- Caffetteria e latte art - storia, produzione, preparazione e arte
- Pane e focacce

ARCO
- Tedesco per il turismo (livello intermedio)

BESENELLO
- Servizio e gestione sala
- I primi piatti

CALLIANO
- La pizza napoletana

CAVALESE
- Val di Fiemme e Fassa: Territorio e tradizione nei paesaggi e nei prodotti
- Pasticceria da ristorazione

CLES
- L'anaunia: La strada dei sapori tra storia e natura
- Selvaggina

COMANO TERME
- Cucina trentina

FAI DELLA PAGANELLA
- Primi piatti e zuppe

LEVICO TERME
- Detox anche nelle strutture ricettive
- La castagna in cucina: dall'antipasto al dolce

M. DI CAMPIGLIO
- Gestione SPA e Welness

MALE'
- Vendita attiva e intelligente al telefono e per email
- La qualità del servizio in tutti i punti dell'Hotel

MEZZANA
- Accoglienza al top

POZZA DI FASSA
- Il Bar: dal caffè al cocktail

PREDAZZO
- Vendita attiva e intelligente al telefono e per email
- La qualità del servizio in tutti i punti dell'Hotel

RIVA DEL GARDA
- Il Garda: clima mite, paesaggi e prodotti
- Conciliare intolleranze, allergie e veganismo

TRANSACQUA
- Pasticceria mignon

VERMIGLIO
- Menù autunnale

VIGO DI FASSA
- Gestione SPA e Welness

FAD *(formazione a distanza on line)*
Inglese
Tedesco
Francese
Spagnolo

I corsi sono rivolti a chi opera in qualità di dipendente, collaboratore familiare, titolare o socio di aziende del settore turistico della provincia di Trento la cui azienda risulti in regola con i versamenti al nostro ente.

SE LAVORI NEL TURISMO AL CENTRO DELLE NOSTRE ATTENZIONI CI SEI TU

Per maggiori info. ritira questo libretto da: sede Ebtt, sindacati, associazioni datoriali, centri per l'impiego oppure visita il nostro NUOVO SITO: www.ebt-trentino.it

ENTE BILATERALE TURISMO DEL TRENTINO

Corso Buonarroti, 55 - 38122 Trento - Tel. 0461 824585 - Fax 0461/825708 - Email: info@ebt-trentino.it

Tanti auguri di Buone Feste

ESPERIA®
printevolution

www.esperia.tn.it