

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

12.2020

Anno XLVIII


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


FONDAZIONE
UNESCO
SOCIO
SOSTITUTORE

L'ASAT IN ASSEMBLEA. TURISMO IN CRISI, FUTURO INCERTO

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

INVERNO DURO, MA VACCINO PIÙ VICINO

L'assessore Failoni
fa il punto sul turismo

OSSERVAZIONI ALLA FINANZIARIA

Asat e Cpi si rivolgono
alla politica locale

RIFUGISTI IN ASSEMBLEA ANNUALE

Giù i pernottamenti,
aumenta il lavoro al ristorante

FEDERALBERGHI: NON FERMARE LO SCI

Bocca: «Inaccettabile
senza ristori importanti»

«ASPETTIAMO, TI ASPETTIAMO»

Al via la comunicazione
per l'inverno trentino

RIPARTI TRENTINO



Gli interventi della Provincia autonoma di Trento
a sostegno dell'economia trentina.
Cerca la tua misura su www.ripartitrentino.provincia.tn.it



Interventi per
progetti imprenditoriali
in aree montane



Anticipazione della
cassa integrazione
ai lavoratori sospesi



Sostegno al reddito
per imprenditori o
liberi professionisti



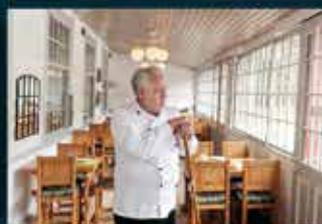
Ripresa trentino
Linea di credito



Bando manager



Contributi da utilizzare
in compensazione fiscale



Contributi a fondo perduto
"grandi perdite"



Bando aggregazioni
aziendali



Bando qualità in Trentino:
commercio e servizi



Bando qualità in Trentino:
strutture ricettive
e turistiche



Sommario



TEMA DEL MESE

- Il turismo ha perso 280 milioni di euro e la stagione invernale è incerta pag. 4
- Turismo, uno dei settori più colpiti dalla pandemia pag. 8
- Turismo italiano compromesso: in arrivo ancora mesi difficili pag. 10



VITA ASSOCIATIVA

- Inverno duro, ritorno alla «normalità» forse per Pasqua pag. 12
- Ristori per la stagione invernale nella legge di stabilità pag. 16
- Riforme green e digitali per un Trentino più «solido» pag. 20
- Calano i pernottamenti, aumenta il lavoro di ristorante pag. 24
- Crescere guardando al futuro pag. 26
- Covid-19, i nuovi trend di viaggi e vacanze pag. 28
- Vignaioli del Trentino: il vino a filiera forte pag. 30



FEDERALBERGHI

- Chiusura degli impianti sciistici: la decisione deve essere europea pag. 32



GIOVANI

- I Gat partecipano al 15° compleanno del Piano d'ambito economico pag. 33



LIBRI & TURISMO

- Sguardi sulla montagna: verso i 150 anni della Sat (1872-2022) pag. 34
- Grand Hotel Europa pag. 36
- Love holidays pag. 36



HOSPITALITY

- Il futuro dell'ospitalità ad Hospitality Digital Space pag. 38



TRENTINO MARKETING

- «Aspettiamo, ti aspettiamo» pag. 40



NORMATIVE

- Dubbi pag. 42

MAGAZINE

12.2020

Anno XLVIII

Chiusura Editoriale 10 dicembre 2020

Foto Copertina: Futuro incerto per il turismo - foto pxhere.com

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 Degasper, 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 Degasper, 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

Annus horribilis: non perdiamo la fiducia

Care colleghe e cari colleghi,

sta per concludersi quello che, per il turismo, è stato un anno terribile. Va detto, senza paura di esagerare. Poiché la pandemia legata al Covid-19 ha condotto ad una crisi del sistema economico. Ed il turismo è il settore più colpito, così come le imprese ricettive alberghiere ed extralberghiere.

La scorsa stagione invernale è terminata anzitempo, abbiamo trascorso una primavera in standby in attesa della ripartenza, la stagione estiva è stata parzialmente positiva solo nel mese di agosto. Ed ora ci ritroviamo all'inizio di una stagione invernale potenzialmente ottimale, visto che già a inizio dicembre è caduta la prima neve, senza la possibilità di poter partire con la stagione sciistica.

Sono infastidito dagli attacchi del Governo nazionale nei confronti della vacanza in montagna. Quasi come se solo nei rifugi, in hotel o sulle piste ci si contagiassero, e non a fare shopping assembrati nei centri storici. Sembra che il turismo della montagna invernale sia uno sfizio di alcuni pochi turisti. E che ci si possa rinunciare. Ma ricordo che sono migliaia le assunzioni invernali ed altrettante le famiglie e le persone che vivono di turismo invernale.

Non scordiamo che, poi, come accaduto per la stagione estiva, il Trentino e i suoi attori mettono la sicurezza sanitaria davanti a tutto. Ne è stato un esempio la stagione estiva, quando i protocolli sono stati applicati rigorosamente ed i turisti hanno dimostrato di essere soddisfatti per la serietà con cui le nostre strutture si sono impegnate in tal senso.

Nel caso di un ulteriore periodo di difficoltà del turismo invernale, come in parte si è già avverato e a fronte di un improbabile prossima e piena ripresa, l'Associazione sta lavorando per avere ristori certi e congrui per le strutture ricettive e per i dipendenti che devono essere correttamente retribuiti. Per noi albergatori i mancati introiti di Natale e Capodanno arrivano a sfiorare i 200 milioni di euro. Tocchiamo il miliardo di euro se sarà l'intera stagione invernale ad essere cancellata. Dovrà essere, perciò, compito dello Stato e della Provincia autonoma quello di «ristorare» una cospicua parte delle perdite al fine di garantire la sopravvivenza delle imprese, senza le quali e senza la ricchezza da loro prodotta vengono a mancare molti dei presupposti economici e finanziari della nostra Autonomia istituzionale.

Per quanto riguarda noi albergatori, vi invito a continuare con la tenacia e l'impegno che ci contraddistinguono, al fine di «salvare» le nostre imprese e in questo modo continuare a contribuire al benessere delle nostre famiglie, dei nostri collaboratori e in generale dell'economia e della Comunità trentina.

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



Il presidente Giovanni Battaiola

Il turismo ha perso 280 milioni di euro e la stagione invernale è incerta

4

Il virus del Covid-19 ha colpito con forza il settore turistico con la prima ondata, togliendo al comparto, tra fatturato diretto e indotto, quasi 280 milioni di euro. La seconda ondata rischia di avere un effetto pesantissimo sul comparto, con la stagione invernale che rischia di non partire affatto. Per questo, dopo una prima fase in cui si è fatto di tutto per mantenere in vita le aziende turistiche, serve ora una fase due che dia fiato sul breve periodo alle imprese alberghiere e ricettive, riproponendo alcune misure, come quelle degli aiuti a fondo perduto. Ma

guardando anche al futuro, con una serie di interventi sul medio-lungo periodo che rendano il Trentino un ambiente maggiormente favorevole a chi fa impresa, e in particolare nel settore ricettivo.

Dall'assemblea annuale dell'Asat, l'Associazione delle imprese turistiche della provincia, tenutasi in videoconferenza per rispetto delle norme anti-pandemia, arriva un appello alla Provincia autonoma di Trento e al Governo nazionale a mettere in atto una serie di contromisure per prevenire quello che la seconda ondata rischia di far diventare reale: un nuovo stop al comparto turistico, bloccato dalla pandemia in forte ripresa.



Foto pixabay.com

L'appello del presidente Giovanni Battaiola: «La politica locale e nazionale avvii un rilancio, nel breve e lungo periodo, di un settore fondamentale per l'economia»

Nella sua relazione, il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**, ha chiarito le difficoltà in cui il settore si è trovato con la prima ondata del Covid-19 e come questo abbia un'influenza pesante anche sul morale degli imprenditori. All'assemblea hanno partecipato, sempre in modalità videoconferenza, anche il presidente della Provincia **Maurizio Fugatti**, l'assessore al turismo **Roberto Failoni** ed il direttore generale di Federalberghi **Alessandro Nucara**. Decisamente partecipata l'assemblea, con più di 200 associati collegati.

«Viviamo un comune senso di frustrazione - ha detto Battaiola - per non poter esercitare le nostre attività imprenditoriali limitati dalla pandemia, da regole di salvaguardia sanitaria e



z dell'Asat Giovanni Battaiola all'assemblea annuale 2019

dal mutato approccio delle persone nei confronti della propria quotidianità e della propria vita individuale e sociale. Il timore del virus, al pari delle limitazioni amministrative che sono state adottate in questi mesi, ha condizionato pesantemente il turismo e lo condiziona ancora per molto tempo.

È una vera e propria catastrofe per il nostro settore, sia a livello trentino, sia nazionale ed internazionale. Numerosi studi hanno evidenziato che il turismo in senso lato, delle attività ricettive, di quelle dell'accoglienza, dei trasporti, dei viaggi, è il settore economico più colpito. La mobilità nazionale e internazionale delle persone è stata impedita, con effetti economici pesantissimi sia sul piano macroeconomico che sul piano aziendale, colpendo in maniera particolare i settori economici collegati alla mobilità ed i territori».

La ricaduta negativa della pandemia sulle imprese è stata finora durissima: «Federalberghi parla di una perdita di fatturato del settore alberghiero attorno all'80%. Il turismo trentino è inserito senza sconti in questo scenario. Ricordiamo tutti la drammaticità della chiusura improvvisa delle nostre attività durante la scorsa primavera, il blocco pressoché totale di quasi tutte le attività produttive e sociali.

Il settore alberghiero ed extralberghiero ha visto crollare il numero di arrivi e presenze: nel mese di marzo si rileva un meno 81,2% di arrivi e un meno 79,2% di presenze; nel mese di aprile meno 99,6% negli arrivi e meno 97,2% nelle presenze. Crollano sia gli stranieri che gli italiani. Analoga sorte hanno le attività della ristorazione e dei pubblici esercizi in generale. H-benchmark ci dice che il tasso di occupazione delle camere è passato dal 61% al 23% in marzo e dal 47% al 7% in aprile», ha aggiunto Battaiola.



Foto: wikipedia.org

Mobilità integrata, sostenibile, interconnessa e cadenzata

«Di fronte a quello che non si deve temere di definire “disastro” molti si sono consolati con l’andamento della stagione turistica estiva. Certo è andata meglio rispetto alle aspettative catastrofiche, ma non possiamo dirci comunque soddisfatti. Abbiamo avuto una stagione estiva con un calo del 30,4% di arrivi e del 33,1% delle presenze. Anche in questo caso sono i turisti stranieri che pesano di più nel determinare il dato negativo. Il comparto alberghiero vede mancare rispetto alla stagione estiva del 2019 quasi 90 milioni di euro di fatturato. I consumi indotti (commercio e pubblici esercizi) che vengono a mancare sono oltre 172 milioni di euro. Complessivamente il comparto turistico vede minori ricavi per quasi 280 milioni di euro. Anche nella stagione estiva sono i laghi e le città a soffrire maggiormente con un calo percentuale di oltre il 40%. Il calo delle presenze negli hotel del Trentino durante il periodo marzo-agosto è di oltre il 55% in meno rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Un ultimo dato. Tra marzo e luglio sono stati stipulati oltre 7.000 contratti di lavoro in meno rispetto allo stesso periodo del 2019» ha sottolineato Battaiola nella sua relazione.

Ma dopo l’estate, arriva ora una seconda ondata «con un peggioramento della situazione e con nuovi provvedimenti che limitano il libero comportamento delle persone, nonché l’organizzazione delle aziende turistiche». «Ci è richiesto - prosegue Battaiola - un ulteriore e pesante sacrificio, nella speranza che, come ci è stato detto dalle autorità sanitarie e politiche trentine e nazionali, questo possa servire a rallentare la diffusione del virus. Tutto questo dovrebbe consentire condizioni sanitarie migliori questi giorni. Purtroppo, è notizia di oggi, di un possibile nuovo lockdown nazionale. Non abbiamo, quindi, molti motivi di consolarci e di tirare sospiri di sollievo, anche se la fiducia e la voglia di combattere e di resistere non ci manca».

Nella prima fase della crisi, nel momento del lockdown, durante le settimane e i mesi successivi l’Asat si è posta alcuni obiettivi, ovvero, quelli di **mettere in sicurezza le aziende, essere pronti per la ripartenza, stabilire attraverso i protocolli una serie di regole comportamentali che garantissero la sicurezza sanitaria** «delle nostre attività, dei nostri collaboratori, degli ospiti e di noi stessi; una necessità, questa, non solo determinata dalle norme ma da una vera convinzione sulla loro utilità, dettata non da ultimo dal pensiero che il bisogno di sicurezza e la sua risoluzione fosse anche una chiave per sostenere e rilanciare il mercato turistico», ha aggiunto Battaiola.

Il quale ha sollecitato tutti, a partire dalla politica, nazionale e locale, a pensare ad una **seconda fase a due livelli. «Uno più prossimo in termini temporali, che si riferisce alla prossima stagione invernale**, la quale si presenta nel segno dell’incertezza, con le preoccupazioni degli imprenditori e delle famiglie per un futuro insicuro, con una pandemia che sembra diffondersi anzi-

ché regredire, con nuove limitazioni agli spostamenti, con una ripresa che si allontana verso il 2021 (inoltrato).

Un secondo più di medio-lungo termine, ma che richiede comunque scelte politiche, amministrative ed economiche immediate», ha chiarito Battaiola.

Per rispondere alla crisi e alle difficoltà delle imprese l'Asat chiede alla politica provinciale e nazionale alcune misure. Sul breve periodo: il sostegno economico al settore turistico, che compensi i mancati ricavi attraverso **contributi a fondo perduto**; la conferma del contributo alle aziende d'integrazione salariale per l'assunzione dei lavoratori, **l'esenzione dall'imis anche per l'anno 2021**; una politica creditizia che **garantisca liquidità alle imprese** per sostenere investimenti e attività corrente, con il **prolungamento della moratoria**; la conferma delle **risorse finanziarie necessarie al sistema della promozione turistica**; le risorse per una politica sanitaria che sia di garanzia per lavoratori, clienti e per noi stessi imprenditori», ha spiegato Battaiola. Serve poi estendere alle imprese alberghiere l'applicazione dell'ecobonus al 110% ed istituire l'iper-ammortamento anche per il settore alberghiero al fine di favorirne la riqualificazione attraverso investimenti importanti.

Sul medio-lungo periodo l'Asat ha sottoposto alla Giunta provinciale, assieme alle altre associazioni del Coordinamento provinciale imprenditori, «il tema di una strategia lungimirante per rafforzare in generale il tessuto produttivo del Trentino attraverso la programmazione di investimenti e progetti qualificati ed efficaci», ha detto Battaiola, chiedendo che le risorse che arriveranno nel contesto del **Recovery fund** vengano utilizzate in questa direzione.

Tra i progetti da sostenere l'Asat indica:

- Riqualificare e ammodernare il sistema turistico ricettivo, anche e soprattutto in un'ottica di sostenibilità ambientale. Valutiamo positivamente che tra i progetti presentati al Governo e all'Europa sia presente questa progettualità con risorse importanti. Anche Federalberghi sta lavorando per un piano di riqualificazione dell'offerta turistica italiana.
- Una mobilità integrata, sostenibile, interconnessa e cadenzata.
- Promuovere reti d'impresa con apporto di capitali e management innovativi.
- La digitalizzazione e l'innovazione con l'estensione rapida dei servizi veloci a banda larga, comprese le reti in fibra ottica e 5G.
- Promuovere le competenze e la formazione digitale.
- Bond di lungo periodo per finanziare programmi di investimento nel settore alberghiero.

Un impegno particolare in termini di riqualificazione del sistema ricettivo dell'accoglienza, di infrastrutturazione mirata del territorio, di risorse economico finanziarie e di servizi adeguati è auspicabile in vista delle **Olimpiadi invernali del 2026** che si svolgeranno anche in Trentino e che saranno un'occasione da non perdere per promuoverlo e valorizzarlo. In particolare, l'Asat sostiene la necessità di un collegamento ferroviario diretto e cadenzato tra l'aeroporto di Verona e la stazione ferroviaria di Trento.

Infine, sulla **riforma della promozione turistica**, l'Asat rilancia la proposta delle Agenzie di prodotto, che «dispiace non siano state introdotte», ha rimarcato Battaiola. E spiega che l'Asat ha chiesto **«la sospensione dell'aumento dell'imposta di soggiorno fino al 2022** in considerazione della crisi del settore turistico connessa alla pandemia». Battaiola indica alcune «questioni aperte» come «la necessità di una analisi organizzativa complessiva, che definisca i ruoli e i rapporti tra gli attori del sistema della promozione turistica (Trentino Marketing, Apt, Ata, aspetti finanziari, ripartizione e utilizzo delle risorse, personale), la gestione delle risorse finanziarie; la stesura del regolamento di esecuzione della legge entro il 1° gennaio 2021 (e al suo interno definizione delle aree territoriali); la nomina del cda di Trentino Marketing».



Foto pixabay.com



Il presidente della Provincia Maurizio Fugatti

Turismo, uno dei settori più colpiti dalla pandemia

«Il settore del turismo è uno dei più colpiti dalla pandemia», ha esordito il presidente della Provincia **Maurizio Fugatti**, partecipando online all'assemblea annuale dell'Asat. «L'impegno della politica, così come quello di voi albergatori, deve essere massimo. E questo poiché il Trentino ha nel turismo un caposaldo determinante».

Fugatti ha poi voluto ringraziare tutti gli albergatori «per la serietà e la competenza nell'affrontare questo momento storico particolare». Il presidente si è riferito sia alla seconda ondata della pandemia in atto, ma anche agli scorsi mesi, da marzo in poi, che per gli albergatori sono stati un percorso ad ostacoli. «La riapertura post lockdown è stata preceduta dall'elaborazione di alcuni protocolli sanitari dell'accoglienza turistica, frutto di grande collaborazione tra il mondo politico e quello

turistico: non era scontato che il settore turistico trentino riuscisse a comportarsi nella modalità eccezionale in cui si è comportato. Il sistema turistico trentino ha dato un'immagine di sicurezza, preparazione e massima attenzione alla propria impresa, ai lavoratori ed ai visitatori del nostro territorio. Numerosi gli investimenti fatti e l'attenzione posta per fornire un servizio sicuro, sano e di garanzia al turista». «Abbiamo dimostrato - prosegue - di avere una classe imprenditoriale fortemente competitiva. E se oggi (al 10 novembre) il Trentino riesce a ritagliarsi una posizione di rischio moderato, parte del merito va anche al sistema turistico trentino ed alla sua efficiente gestione del rischio epidemiologico».

Fugatti ha parlato di «scommessa per il futuro». «Nell'estate scorsa - spiega - è stato riscoperto il turismo italiano, che va

Fugatti: «Al lavoro per salvaguardare la stagione invernale e per sostenere le imprese turistiche»

ricercato e valorizzato ancora. Con l'obiettivo odierno di puntare alla salvaguardia della stagione invernale: metteremo in atto tutti i protocolli per avere una stagione percorribile, anche se questo dipenderà dalla situazione che si verrà a creare sotto il profilo del contagio. Abbiamo fatto richiesta al Governo nazionale di prevedere garanzie economiche per quelle attività che a causa del lockdown non potessero riaprire».

All'assessore al turismo **Roberto Failoni** è toccato accendere i riflettori sul futuro prossimo, senza scordare di porre l'accento sulla grande capacità dei trentini di fare sistema nei momenti di difficoltà». «Ci stiamo preparando alla prossima stagione invernale (che nelle zone sciistiche vale 2 miliardi del Pil trentino): l'augurio è che



L'assessore al turismo Roberto Failoni

sia buona, ma molte sono le preoccupazioni. Una di queste è la possibilità o meno di mettere in funzione gli impianti a fune: con le Regioni dell'arco alpino abbiamo trovato un accordo, che ora speriamo venga approvato dalla Conferenza Stato-Regioni e dal Cts. Come amministrazione provinciale abbiamo dato la garanzia agli impiantisti della copertura dei costi di innevamento artificiale per tutto il demanio sciabile con 5 milioni stanziati a tal fine».

Failoni ha ricordato che sono stati messi a bilancio 7 milioni di euro al fine di dare sostegno economico agli imprenditori turistici che, nonostante la crisi legata al Covid-19, riescono a mantenere i livelli occupazionali e, quindi, a mantenere la propria manodopera qualificata. «L'intenzione - afferma - è quella di incrementare le risorse volte a sostenere gli imprenditori turistici che si attivano in tal senso».

Per le imprese alberghiere, poi, è stato creato il «Bando qualità in Trentino per il settore ricettivo»: si tratta di un contributo a fondo perduto per investimenti volti al miglioramento, completamento, adeguamento delle strutture ricettive turistiche. «È prevista - dice Failoni - la concessione in conto capitale nella misura pari al 30% in regime de minimis oppure, in alternativa, in regime di esenzione nella misura del 20% per piccole imprese o del 10% per le medie imprese».

Novità anche per la tassa di soggiorno. Dal 1° gennaio 2021, con l'entrata in vigore della riforma sul turismo, la tassa di soggiorno diventa unica per tutto il Trentino, modulata in base alla categoria delle strutture ricettive. «Nella finanziaria - afferma - è stato inserito un articolo ad hoc che consente di "calmiare" la tassa di soggiorno rispetto a quanto deliberato in passato, pur nella sua unicità per tutto il territorio, fino al 30 novembre 2021. Va da sé che ogni euro raccolto dal territorio verrà reimmesso sul territorio». Infine, Failoni ha rassicurato gli associati dell'Asat dicendo che «tutte le problematiche riguardanti all'aspetto di velocità di navigazione, alla fibra e all'ultimo km sono in fase di analisi con un limite tempo massimo di due anni».

Turismo italiano compromesso: in arrivo ancora mesi difficili

Nucara: «Oggi servono misure di sostegno, e serviranno a lungo. Quando finirà l'emergenza ci troveremo di fronte ad un nuovo mercato estremamente competitivo»

🕒 3' e 10"

👤 Fabia Sartori



Nei primi dieci mesi del 2020 l'Italia ha perso il 60% delle presenze, soprattutto straniere. È la stima presentata in occasione dell'assemblea annuale dell'Asat da parte del direttore generale di Federalberghi **Alessandro Nucara**. «Nelle prossime settimane - ha spiegato - ci attendiamo un trend di peggioramento: non sappiamo ancora se o come faremo il Natale ma sappiamo che il mese di novembre è compromesso, anche per località come la vostra che è classificata con un "colore tenue"». «Il fatto è - ha proseguito - che tutto il Paese va verso "colori scuri": ci aspettano ancora momenti difficili.

E ci sforzeremo, come nei mesi passati, ad affrontare le difficoltà stringendo i denti di fronte alle contingenze e cercando di individuare gli strumenti adatti che possano aiutarci a ripartire».

«Prima o poi - ha detto - questa tempesta passerà. Ma al turismo, prima di tornare ai numeri del 2019, servirà molto tempo. Quindi, per un bel po' di tempo, il nostro settore necessiterà di misure di sostegno». Nucara ricorda che «il contributo a fondo perduto per le imprese turistiche non era sufficiente ad aprile e, per lo stesso motivo, non lo è nemmeno a novembre, pur con un parametro che ha previsto per gli alberghi un moltiplicatore del 150% e 200%». «Per molti - ha chiarito - aprile è un mese di calma piatta e non è possibile calcolare la misura del ristoro sulla base delle perdite di aprile 2020 rispetto ad aprile 2019. Come Federalberghi abbiamo proposto di assumere come riferimento, in termini di valutazione dei ristori, il mese peggiore del 2020 in termini di perdite. Ad ogni modo, sul contributo a fondo perduto, va fatta un'ulteriore discussione col Governo».

Nucara ha invitato gli associati dell'Asat a guardare al domani. «Dobbiamo essere consapevoli - ha annunciato - che, quando finirà l'emergenza Covid-19, ci troveremo a confrontarci con un mercato più competitivo di prima: prepariamoci ad offrire un servizio di qualità migliore. E interrogiamoci sulle esigenze dei turisti del futuro, costruendo un percorso che ci aiuti a migliorare il servizio offerto». Si inserisce qui il bando di riqualificazione di strutture ricettive. «Si tratta - ha specificato - di 180 milioni di euro che verranno messi a disposizione (fino a 200.000 euro per impresa). Certo, non è detto che si riesca a eliminare il click-day. Ma negli anni precedenti la richiesta massima da parte delle imprese ha raggiunto un totale di 140 milioni. Quindi, pare ci siano risorse per tutti». Uno sguardo al Recovery plan. «Verremo fuori - ha precisato - da un periodo storico che somiglia a una guerra, pur senza il sangue del conflitto bellico. Il nostro Paese nei prossimi anni dovrà affrontare un periodo di costruzione postbellico. Per l'offerta alberghiera stiamo chiedendo robusta campagna di sostegno ai processi di ricostruzione e riqualificazione, al miglioramento del prodotto. L'Italia dovrà diventare una destinazione accogliente anche dal punto di vista della protezione sanitaria. Puntiamo ad un'economia sostenibile a 360 gradi, che riguardi sia le reti immateriali sia quelle materiali, ma anche la scuola e la formazione. Il Recovery plan è un piano complesso che può essere di supporto nella costruzione di una "next generation"».

Infine, Nucara ha terminato «elogiando» l'Asat. «La vostra Associazione - ha concluso - ha la capacità di rivendicare, quando è necessario, ma anche la capacità di proporre in maniera ragionevole soluzioni praticabili, oltre alla capacità di farsi ascoltare, senza limitarsi a richiamare l'attenzione sulle esigenze pressanti del momento. È importante non perdere di vista la prospettiva complessiva. Posso affermare che la vostra è una delle associazioni che meglio è in grado di interpretare questo ruolo. Ed è anche utile per Federalberghi, poiché possiamo riproporre agli organismi nazionali soluzioni in grado di aiutare tutta la nostra categoria».



Il direttore generale di Federalberghi Alessandro Nucara

GUARDARE AL FUTURO PER PREPARARSI AI CAMBIAMENTI

Sono in corso grandi cambiamenti. Uno su tutti l'invecchiamento della popolazione correlato all'aumento dell'aspettativa di vita. A seguire l'avvento della *female economy* (legata ad un incremento di capacità di spesa delle donne) che influirà sul mercato del futuro. Da non scordare l'influenza dei cambiamenti generazionali sul mercato turistico e sull'offerta. Quindi, in questa fase storica critica, è fondamentale «tamponare le ferite e contemporaneamente guardare avanti e capire cosa può succedere». Parola di **Roberto Poli** ordinario dell'Università degli Studi di Trento, cattedra Unesco sui Sistemi anticipanti. Che, nel suo sguardo verso il futuro, ricorda anche i cambiamenti climatici e geopolitici. Poli ha, poi, parlato di due altre grandi trasformazioni in corso, che riguardano il clima e la geopolitica. «Riguardo alla crisi climatica - afferma - è evidente che gli accordi di Parigi non verranno rispettati. Non manterremo l'innalzamento della temperatura terrestre entro un massimo di 1,5 gradi». Infine, la geopolitica. «Sappiamo che - ricorda - negli anni scorsi è iniziata una competizione per la supremazia globale tra Stati Uniti e Cina. La quale è destinata a proseguire ed a manifestarsi in tanti modi diversi. La competizione tra le due superpotenze si farà viva in modo particolarmente energetico in Europa e, soprattutto, in Italia». Poli ha terminato dicendo che «è opportuno iniziare ad analizzare la situazione con lungimiranza per non farsi cogliere impreparati dal domani». «Ogni cambiamento - chiosa - ci deve trovare pronti, va visto in anticipo per essere gestito in maniera produttiva».

Inverno duro, ritorno alla «normalità» forse per Pasqua

Una stagione invernale difficile, che metterà a dura prova il turismo. Di nuovo. Ma con la necessità di ristori idonei per superare la crisi. Ed un ritorno alla «normalità» sempre più vicino grazie alla disponibilità di un valido vaccino anti-Covid, forse già dalla Pasqua, quando partirà la stagione sul lago di Garda. Inoltre, un'inedita capacità delle Regioni alpine di allearsi per la promozione turistica delle bellezze paesaggistiche presenti sul territorio. E, ancora, un Trentino in grado di attirare, nella scorsa estate, molti «nuovi turisti» italiani e determinato a ripetere la *performance* anche per i prossimi mesi invernali (se non vi saranno «blocchi» che impediranno i flussi turistici all'interno dell'Italia, ndr). Sono queste le principali tematiche che emergono nell'intervista all'assessore al turismo **Roberto Failoni**, che punta - per il futuro prossimo - al miglioramento dell'offerta turistica trentina per rendere il Trentino ancor più competitivo sul mercato turistico.

■ **Se la stagione invernale non dovesse partire affatto, quali misure di sostegno al settore e alle strutture ricettive verranno messe in campo da parte della Provincia di Trento? Saranno assegnati ristori per compensare le perdite di fatturato aggiuntivi a quelli nazionali?**

«Nel caso in cui lo Stato obblighi il sistema turistico invernale al blocco totale, sono fermamente convinto del fatto che spetti al Governo nazionale il compito di mettere a disposizione ristori congrui per tutti gli attori e le componenti del turismo invernale. Una volta preso atto di quanto fatto dallo Stato, cercheremo a livello provinciale di capire se è necessario stanziare aiuti aggiuntivi per sostenere tutti coloro che, nell'eventualità di un "blocco", verranno colpiti».

■ **La pandemia in atto ha mostrato la necessità di diversificare l'offerta invernale, puntando maggiormente sulle attività diverse dallo sci di discesa. Tra gli obiettivi del Suo assessorato c'è anche quello di dare concretezza a tale prospettiva, aumentando il peso di sci di fondo, Telemark, ciaspolate e altre attività sulla neve?**

«Assolutamente sì. Già nella prossima campagna promozionale per attirare turisti in Trentino nella stagione invernale abbiamo predisposto una sorta di piano A e di piano B. Nel primo caso si va a promuovere, come da tradizione, l'attività sciistica; mentre nel secondo caso si abbracciano tutte quelle attività che esulano dalla pura pratica dello sci di discesa. Vale a dire: sci di fondo e Telemark, ciaspolate e passeggiate invernali, ed altre numerose attività che si possono praticare qui in Trentino durante la stagione invernale. In termini di promozione, la pianificazione prevede momenti di comunicazione televisiva, cartacea e digitale».



L'assessore provinciale al turismo Roberto Failoni fa il punto sulla situazione turistica in Trentino

🕒 4' e 35"

👤 Fabia Sartori



Foto: Alessandro Trovati

Escursione con le ciaspole: un'attività alternativa allo sci

■ La prossima campagna promozionale dovrà essere ancora più intensa per convincere i turisti che sono stati a casa forzatamente a venire in Trentino. Quali le parole chiave per il prossimo inverno? E per l'estate?

«La campagna promozionale per l'inverno 2020-2021 è già pronta. Prendendo spunto da quanto accaduto durante l'estate 2020, cercheremo di "colpire" il mercato italiano e, quindi, di catturare l'attenzione di turisti italiani, che non hanno mai trascorso una vacanza invernale da noi, a recarsi sul nostro territorio. Un po' come è accaduto nei mesi caldi, quando il turismo trentino ha potuto contare su moltissimi "primi visitatori". Sicuramente un tema molto importante in questo momento storico è la sicurezza in termini di prevenzione di contagi da Covid-19. Ed il Trentino, insieme alle sue imprese turistiche, ha già saputo dimostrare durante la stagione estiva di essere in grado di offrire un elevato grado di rispetto dei protocolli di sicurezza e delle regole anti-Covid».

■ Il 2020 sarà ricordato come l'anno nero del turismo. Quando si tornerà alla normalità nel turismo trentino?

«Non ho certo la presunzione di poter prevedere cosa ci riserva il futuro, nemmeno a breve termine. Ma posso fare delle stime. Innanzitutto, con un certo grado di certezza, posso dire che la stagione invernale sarà difficile. E questo a prescindere che al sistema turistico venga imposto un blocco totale, oppure un blocco parziale che preveda "un'apertura" solo in un secondo momento (verosimilmente dopo l'Epifania). Il mercato straniero è comunque fermo, con impatti decisamente pesanti sui flussi turistici italiani e, in particolare, trentini. Tuttavia, le notizie degli ultimi giorni ci rassicurano del fatto che il vaccino è sempre più vicino: molte case farmaceutiche ci stanno lavorando e possiamo dire che arriverà in tempi veloci. Forse, in virtù di questo, già in primavera sarà possibile una "ripartenza normale". Questo significa che, ad esempio, l'ambito turistico del Garda potrà riprendere la propria attività turistica "normale" già da inizio stagione (quindi approssimativamente dalla Pasqua 2021)».



È fondamentale migliorare l'offerta qualitativa

L'assessore al turismo Roberto Failoni

■ **Alpi e Garda sono attrattive comuni a più territori. Sono in atto alleanze con Tirolo, Alto Adige, Veneto, Lombardia per promuovere congiuntamente le bellezze paesaggistiche sui mercati esteri più lontani?**

«Da poco ha preso il via una collaborazione con Alto Adige e Tirolo. Se prima del Covid-19 sembrava impossibile riuscire a lavorare gomito a gomito nella promozione delle nostre bellezze paesaggistiche, la pandemia ha compiuto il "miracolo" di mettere sul tavolo interessi comuni ed attivarsi congiuntamente. Potremo, anche in futuro, continuare ad utilizzare questo tavolo per portare avanti iniziative comuni alle Alpi. Sull'altro fronte, poi, esiste una sinergia con Lombardia ed altre Regioni italiane, ad esempio per quanto riguarda il Garda. Uno degli aspetti "positivi" della pandemia in atto è che si stanno aprendo canali e rapporti mai esplorati, capacità di stare insieme e di ragionare per obiettivi comuni, che si sperano rimarranno anche superato il Covid-19».

■ **A proposito di "tavoli", il sistema turistico trentino sta sfruttando molto l'opportunità di sedersi tutti assieme intavolando un confronto e ragionando su strategie comuni.**

«Certamente. Tanto che, all'interno della riforma della promozione turistica, questi tavoli sono stati riconosciuti a tutti gli effetti, divenendo una formula di lavoro strutturale per il nostro settore del turismo. Ricordo, solamente a titolo di esempio, il tavolo di lavoro delle Apt piuttosto che il Board commerciale. E la task force del turismo che ha preso il via a marzo e che, a tutt'oggi, si ritrova tutte le settimane: in tal modo riusciamo a dare e ricevere informazioni continue e veloci ai territori, rappresentando bene l'intera voce del turismo trentino (comprese le categorie)».

■ **La riforma della promozione turistica come potrà sostenere lo sforzo per rilanciare il settore delle vacanze?**

«Ritengo che la riforma sia per il Trentino una grande opportunità: dal nuovo cda di Trentino Marketing alla formazione professionale, dal coaching d'accompagnamento per gli imprenditori alla scommessa sui nuovi prodotti turismo e sulle Agenzie territoriali. Insomma, una nuova metodologia di lavoro rivolta ai territori. Sì, ai territori. L'Asat ha caldeggiato a lungo l'istituzione di Agenzia di prodotto al posto delle Agenzie di territorio per evitare il fenomeno di "Trento centralista". Ma credo che lavorando attentamente sulle esigenze territoriali e su nuovi prodotti turistici che coinvolgano le diverse località, le Agenzie territoriali possano svolgere un ruolo ottimale. Aggiungo che, poche settimane fa, ho dato conferma alle Apt dello stanziamento per il 2021 degli stessi finanziamenti ricevuti nel 2020. Per questo non serve aspettare l'assestamento, quindi vi è la certezza della cifra a disposizione per il 2021 nonostante le incertezze correlate alla pandemia. Speriamo che, nel frattempo, il mercato si riprenda ai livelli del 2019: auspico che nel 2022 la tassa di soggiorno possa portare sui territori 28 milioni di euro (nel 2019 l'ammontare della tassa di soggiorno era di 19 milioni di euro)».

Le infrastrutture per raggiungere il Trentino sono ancora incomplete. A che punto sono il collegamento ferroviario diretto tra aeroporto Catullo e linea del Brennero e come si può rilanciare lo scalo veronese come aeroporto anche del Trentino? La Valdastico potrà avere effetti positivi sul turismo trentino?

«Il collegamento diretto con l'aeroporto di Verona è uno dei progetti che abbiamo a cuore da mesi. Speriamo che possa entrare a pieno titolo per essere realizzato con le risorse messe a disposizione per la costruzione delle opere olimpiche, oppure che rientri nella pianificazione del Recovery fund. In questo caso, come Provincia, dobbiamo vedere come verranno strutturati i finanziamenti, per capire quale percentuale delle spese verrà coperta dallo Stato e quale rimarrà da gestire a carico nostro. Per quanto riguarda, invece, la Valdastico siamo convinti della bontà dell'opera. E anche del fatto che potrà portare numerosi benefici al turismo trentino. Andiamo avanti in maniera convinta».

Che politica di miglioramento dell'offerta ricettiva porterete avanti per aumentare la qualità dell'accoglienza trentina? Con quali strumenti?

«Per essere concorrenziali è importante migliorare l'offerta ricettiva. A metà novembre sono stati attivati i due "Bandi Qualità in Trentino", l'uno per strutture ricettive e l'altro per i settori del commercio e dei servizi. Con il primo, le imprese turistiche possono ottenere finanziamenti per la riqualificazione delle proprie strutture, anche partendo da investimenti moderati. Con il secondo, sono le altre attività commerciali ad avere l'opportunità di ricevere finanziamenti per l'ammodernamento, o per l'avvio di nuove attività o per la riconversione delle esistenti. Se entrambi i bandi verranno sfruttati, le nostre località turistiche e i nostri paesi potranno migliorare qualitativamente. Vorrei ricordare che, nella pianificazione correlata al Recovery fund, abbiamo richiesto di poter inserire il miglioramento delle strutture ricettive e non nei prossimi due anni».



Via Volta, 2/4 - 37010 Affi (VR)

Tel. 045 6200150

affi@azzolini.it | www.azzolini.it  

AZZOLINI
 ARREDO E FORNITURE

Ristori per la stagione invernale nella legge di stabilità



Conferma e stabilizzazione sul lungo periodo della detrazione Irap per le imprese che versano contributi al Fondo territoriale di solidarietà. Cancellazione dell'Imis anche per il periodo d'imposta 2021. Completamento ed ampliamento dell'infrastruttura in banda larga su tutto il territorio. Contributi per il sostegno della stagione invernale 2020-2021. Sono queste alcune delle principali osservazioni al disegno di legge provinciale di stabilità 2021 e al disegno di legge collegato rivolte dall'Asat al Governo provinciale.

«Il settore turistico - si legge nel documento - è il più colpito dalla pandemia e dai suoi effetti. Tanto che a livello nazionale sono stati emanati il "Decreto Ristori" e il "Decreto Ristori bis" a sostegno specifico delle imprese del settore turistico». Nel testo l'Asat ribadisce anche la «necessità di un confronto e della maggior condivisione possibile sulle strategie e sugli obiettivi dell'azione politico amministrativa provinciale tra le Istituzioni politiche e le parti economiche e sociali».

L'Asat ricorda che «le osservazioni alla manovra di bilancio elaborate nel documento del Coordinamento provinciale imprenditori sono esposte con chiarezza e lucidità (pezzo a pagina 20)». «È nostro desiderio - riporta il testo - soffermarci su alcune tematiche specifiche che riguardano il nostro settore. È evidente che le situazioni dell'economia, dei rapporti sociali e ancor prima dell'emergenza sanitaria hanno caratteristiche straordinarie. E comprendiamo le difficoltà di gestire una situazione complessa anche a fronte del calo di risorse sul bilancio provinciale a partire dal 2021. Riteniamo però che ci si debba sforzare di gestire le criticità del momento con la massima attenzione e, più specificatamente, di gestire il bilancio e le risorse provinciali

secondo criteri di razionalizzazione, riqualificazione e definizione di priorità nella spesa».

Apprezzamento viene espresso dall'Asat per la previsione di mobilitare risorse aggiuntive esterne private. «Tra le forme di recupero di risorse - è scritto nel documento - sono indicate quelle provenienti dall'avanzo di amministrazione. Questa linea d'indirizzo è positiva, ma spesso l'avanzo di amministrazione sta a identificare la mancata realizzazione di opere programmate e finanziate e un mancato potenziamento della dotazione infrastrutturale del territorio».

Parere favorevole dell'Asat anche rispetto al Fondo crescita e al Fondo alberghi. Su quest'ultimo vi è bisogno di un «confronto approfondito anche per capire se si tratta di una semplice destinazione di risorse del bilancio provinciale il cui ammontare potrà incrementarsi grazie all'intervento di soggetti privati o se ci si riferisca alla costituzione di un Fondo immobiliare per il settore alberghiero che intervenga nei processi di riqualificazione e riassetto del settore».



Foto pixhere.com

Ristori per un inverno senza sci



Foto www.pixabay.com

Connettività e banda larga: cavi per la fibra

L'Asat mette in evidenza l'importanza delle progettualità presentate nel contesto del Recovery fund. «Chiediamo un confronto su tale progetto - si legge nel testo - che viene indicato per il rafforzamento della ricettività turistica anche e non solo in vista delle Olimpiadi 2026. Su altre linee di indirizzo del Recovery fund sottolineiamo l'importanza della proposta progettuale "Per un Trentino in rete" con il rafforzamento della rete dorsale in fibra ottica».

Inoltre, l'Asat ha particolarmente a cuore la conferma della cancellazione dell'Imis per il 2021. Fondamentale anche la conferma di un'adeguata dotazione di risorse destinate alla promozione del sistema turistico trentino. Infine, l'Asat evidenzia che «la ristrettezza dei tempi concessi non ha consentito un'approfondita analisi delle tabelle allegata alla manovra di bilancio e delle relative voci di spesa. Seguirà un ulteriore approfondimento con la predisposizione eventuale di osservazioni aggiuntive».

L'Asat formula un documento di osservazioni alla manovra finanziaria per il 2021

🕒 3' e 55"

Segue una sintesi delle *osservazioni principali alla legge provinciale di stabilità 2021*:

- Conferma e stabilizzazione temporale della detrazione **Irap** per le imprese che versano contributi al Fondo territoriale di solidarietà; importante l'ulteriore abbassamento del livello dell'aliquota di base attuale e l'agevolazione delle imprese che, in questo momento di crisi, riescono comunque a mantenere l'occupazione.
- Cancellazione dell'**Imis** anche per il periodo d'imposta 2021; inoltre, il Decreto ristori ha disposto la cancellazione della seconda rata Imu per l'anno 2020 per le attività di ristorante, gelaterie e bar e simili: l'Asat chiede una disposizione normativa che garantisca alle attività esercitanti sul territorio provinciale la cancellazione della seconda rata dell'imposta.
- Rafforzamento dell'esperienza di **Mediocredito Trentino Alto Adige**. La proposta che attribuisce alla Provincia la facoltà di cedere parte della propria quota di partecipazione a imprese specializzate in gestione bancaria e finanziaria viene interpretata dall'Asat proprio in tal senso.



- Infrastrutturare il territorio per potenziare **banda larga e connettività**: l'obiettivo è strategico. Ma il Trentino, pur avendo investito in questa direzione, non ha ancora raggiunto un livello di accettabilità nella quantità e nella qualità del servizio. L'Asat crede che le risorse previste per fare ciò siano esigue (300.000 euro).
- Elargizione di **contributi a sostegno della stagione invernale 2020-2021**. L'Asat valuta positivamente la conferma per la stagione invernale del contributo (proposto dall'Associazione per la stagione estiva) a favore degli operatori del settore turismo che garantiscono l'assunzione di un numero di dipendenti adeguato. Bene anche le risorse a sostegno dei costi per l'innevamento programmato. Alla luce del fabbisogno finanziario delle imprese in questo momento di difficoltà economica, l'Asat è favorevole alla previsione di rimodulazione dei vincoli connessi alla liquidazione dei contributi in procedura negoziale.
- Modifica della **legge provinciale 6/99**. È previsto il finanziamento nell'ambito del Fondo di Trentino Sviluppo delle attività legate alla promozione turistica: l'Asat è favorevole anche alla luce di quanto assicurato dall'assessore al turismo Roberto Failoni, che conferma per il 2021 le stesse risorse stanziare nel 2020.

- Sostegno al **settore termale**. A livello nazionale, per far fronte all'emergenza Covid, sono state destinate risorse per l'acquisto di servizi termali: è necessario, anche a livello locale, prevedere misure dirette di ristoro per i centri termali e misure specifiche per le attività ricettive operanti nelle località termali.
- Introduzione di misure straordinarie di rettifica delle tariffazioni **Tari** delle utenze non domestiche, con particolare riguardo a quelle alberghiere e ristorative, in ragione del perdurare dello stato di emergenza epidemiologica e, quindi, di ulteriori periodi di chiusura delle strutture ricettive con una conseguente riduzione della produzione di rifiuti.

Segue una sintesi delle *osservazioni principali alla legge provinciale collegata alla legge provinciale di stabilità 2021*:

- Istituzione di **misure per il finanziamento di investimenti strategici** attraverso il coinvolgimento del risparmio dei cittadini e delle imprese interessate. All'interno di questa misura pare sia stato collocato il *Fondo alberghi* finalizzato alla riqualificazione delle strutture ricettive. È importante prevedere un confronto per meglio comprendere le modalità strutturali e operative di tale fondo. Stessa cosa vale per una misura specifica a favore del rafforzamento della ricettività turistica presente nel Recovery fund.
- Modifica della **legge urbanistica provinciale 2008** concernente il sistema di premialità edilizie. L'Asat condivide la nuova proposta di norma di sostenere la riqualificazione energetica di tutto il patrimonio edilizio esistente, disincentivando il nuovo consumo di suolo. Viene demandata ad una deliberazione della Giunta provinciale la disciplina puntuale dei criteri delle premialità: l'Asat auspica che non risultino troppo penalizzati gli immobili di maggiori dimensioni.
- Realizzazione di una **Scuola dell'Hotellerie**, dove far confluire i migliori talenti delle scuole professionali provinciali e nazionali. Non è da escludere la possibilità che agli Enti Bilaterali, al pari di altri soggetti economico giuridici, venga data la possibilità di ottenere finanziamenti per l'acquisto di strutture da destinare al rafforzamento dell'attività di formazione. Anche se l'Asat ritiene preferibile la definizione di una normativa di carattere generale, che ponga le basi per la nascita di una Scuola dell'Hotellerie trentina e per il costante finanziamento della stessa.





Sono le vostre storie a renderci grandi.

Gruppo Cassa Centrale non è solo un Gruppo di Banche autonome,
ma è soprattutto un Gruppo di persone, di storie, di vite.
La differenza per noi è un valore e l'identità locale un principio.
E proprio partendo dai nostri principi abbiamo costruito un Gruppo
solido, sostenibile, cooperativo, capace di essere vicino
alle persone e alle imprese italiane.

Gruppo Cassa Centrale, le Banche di tutti noi.

 CASSE RURALI
TRENTINE



 GRUPPO
CASSA
CENTRALE

gruppocassacentrale.it



Foto PillowLab

🕒 4' e 10"

Viaggiare in Trentino grazie alla mobilità integrata

Riforme green e digitali per un Trentino più «solido»

Proposte e suggerimenti per la manovra finanziaria 2021 della Provincia arrivano anche dal Coordinamento provinciale imprenditori. Alla luce della gravità della situazione, nel documento inviato al Governo provinciale il Cpi chiede «la capacità di andare oltre il momento di emergenza e di gettare solide basi per una ripartenza solida e duratura».

1. Metodo per l'azione pubblica

Serve una nuova programmazione pluriennale a molti livelli (strutturale, amministrativo, sanitario, formativo) per dare certezza all'azione amministrativa e, quindi, alle attese e prospettive dei cittadini e delle imprese. Essa va coordinata con gli interventi di natura statale ed europea. Le risorse disponibili vanno concentrate il più possibile su quei progetti in grado di generare risultati in termini di crescita economica di sistema. È necessario riaprire in tempi brevi il confronto con

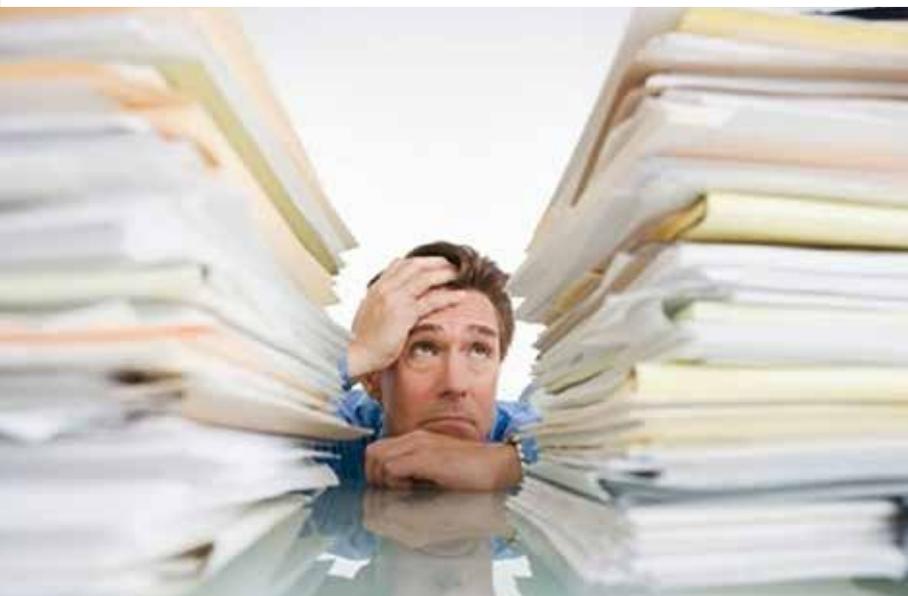
Le proposte del Coordinamento provinciale imprenditori alla manovra di bilancio

le categorie economiche sui progetti già inviati a Roma al fine di intercettare parte delle risorse del Recovery plan. Questi progetti dovranno essere selezionati, concentrando le energie su poche priorità.

A fronte di molteplici provvedimenti adottati per contrastare la crisi da Covid-19, è indispensabile l'adozione di un sistematico monitoraggio degli effetti dei provvedimenti attraverso puntuali rapporti statistici.

2. Priorità di intervento nel medio periodo in coerenza con gli obiettivi indicati nel Recovery fund

L'emergenza Covid-19 ha amplificato alcuni problemi strutturali nazionali e provinciali. Dobbiamo puntare ad un Trentino connesso verso l'esterno, valorizzando l'imminente apertura del tunnel del Brennero e l'alta velocità ferroviaria, il collegamento verso il sistema aeroportuale, la comunicazione verso le Regioni vicine. Ma anche connesso al proprio interno, dove vengano temperate le differenze di competitività tra l'abitare nelle valli o al centro. Un Trentino inteso come *smart territory*: un territorio unico, fortemente coeso, dove l'innovazione e la digitalizzazione pervada tutti gli ambiti della pubblica amministrazione e dell'economia.



Urge agire per una semplificazione burocratica

Seguendo in gran parte le linee guida del Governo per l'utilizzo delle risorse del Recovery fund, ecco alcuni *temi che possono rilanciare l'economia*.

Transizione digitale.

La pandemia ha evidenziato l'esigenza di disporre di una rete per la banda ultra-larga diffusa ed efficiente. È necessario completare quanto prima l'infrastrutturazione e sostenere i privati nella copertura dell'ultimo miglio. La disparità tecnologico-strutturale e la disparità in termini di conoscenza rappresentano un fattore delicatissimo nello sviluppo, perché in breve tempo causano arretratezze territoriali di famiglie e di imprese. Per le imprese private sarà importante sostenere gli investimenti in soluzioni e formazione attraverso la stabilizzazione di incentivi che hanno dimostrato di funzionare.

Semplificazione e responsabilità amministrativa.

È tempo di affrontare con decisione il capitolo «burocrazia e semplificazione». Il digitale deve servire come strumento per snellire l'azione amministrativa, ma non basta trasformare in pdf i documenti cartacei.

Transizione ecologica.

Va maggiormente utilizzata l'energia prodotta da nuove fonti rinnovabili. È fondamentale lanciare un programma pluriennale di efficientamento energetico e antisismico degli edifici pubblici e privati. Va attuata una mobilità integrata, sostenibile, interconnessa e cadenzata sul modello dei Paesi del Nord Europa. Va predisposto un piano integrato della mobilità provinciale che eviti il più possibile gli interventi a spot di interesse locale. Va valutata la realizzazione di una rete metropolitana di superficie, che colleghi Trento e Rovereto. Va sostenuta la mobilità elettrica. Va completato il progetto di metanizzazione del territorio. È necessario definire un *green deal* provinciale, che incoraggi la transizione delle imprese verso la sostenibilità.

Il territorio quale asset strategico.

Il Cpi chiede un marchio territoriale forte, unico, riconoscibile, quale comun denominatore di tutte le attività e produzioni del Trentino che rispettino i valori di sensibilità ambientale, eticità, laboriosità. Bisogna rafforzare il brand del Trentino come terra di qualità e salute. Le politiche di marketing del territorio devono comprendere non solo le produzioni vitivinicole ed agroalimentari, ma anche le produzioni manifatturiere. Va sostenuto lo sviluppo di sinergie tra i diversi comparti dell'economia.

Salute e coesione sociale.

È necessario continuare ad investire nel sistema sanitario locale, che in questo momento si deve organizzare per supportare in maniera tempestiva anche il sistema economico. Per le persone nei luoghi produttivi di tutti i settori, vanno attivati, se necessari, nuovi specifici protocolli. Per quanto riguarda l'ingresso di lavoratori stranieri (in particolare in agricoltura, turismo, trasporti) vanno previste regole chiare. Vanno sostenute le imprese che investono risorse utilizzando sistematicamente i tamponi per il proprio personale.

Il concetto di welfare territoriale deve divenire il nuovo paradigma di intervento sociale, in un rinnovato ruolo di regia pubblica e di protagonismo attivo del privato.

Infrastrutture e grandi opere.

Sarà fondamentale rilanciare gli investimenti in infrastrutture, partendo dal completamento delle opere infrastrutturali già avviate. Attenzione particolare alle opere accessorie alla realizzazione del tunnel del Brennero sul territorio provinciale, passando poi alla realizzazione di altri progetti fondamentali per la viabilità. La proposta è di programmare una grande opera all'anno, che venga cantierata rapidamente, evitando di tenere impegnate risorse su più progetti.

Il Cpi chiede la predisposizione di un esauriente elenco delle opere pubbliche, costantemente aggiornato con le rispettive tempistiche. Serve un tavolo permanente con Provincia, enti locali e mondo economico per il monitoraggio dello stato di attuazione delle infrastrutture strategiche coinvolte nei grandi eventi, quali le Olimpiadi 2026.

Per alcune grandi opere vanno tenute in considerazione forme commissariali che garantiscano la riduzione dei tempi di attuazione.

Istruzione, formazione e ricerca.

A causa della crisi da Covid-19 il contesto economico e sociale sta subendo profondi mutamenti. Il rafforzamento del capitale umano costituisce la chiave prioritaria per impostare uno sviluppo duraturo in termini sociali ed economici. Sarà necessaria una revisione del sistema educativo, cominciando ad investire nella formazione del capitale umano. L'ammodernamento e lo sviluppo delle imprese dipendono in gran parte da una adeguata formazione professionale dei dipendenti e da un puntuale aggiornamento manageriale degli imprenditori.

Serve uno sforzo per qualificazione e promozione delle scuole di formazione professionale. Bisogna favorire dialogo e presenza delle imprese nelle scuole soprattutto con l'apprendistato duale. È necessario sostenere il passaggio generazionale (anche non parentale) nelle imprese. Bisogna accompagnare gli imprenditori, soprattutto i più piccoli, nella formazione continua. È indispensabile investire di più in ricerca e sviluppo.

Politiche attive per il lavoro.

Bisogna potenziare le politiche attive del lavoro per riqualificare i lavoratori, al fine di facilitare il loro reinserimento in un contesto lavorativo che è destinato a cambiare velocemente. Diventa strategico il ruolo di Agenzia del Lavoro e dei Centri per l'impiego, che dovranno essere potenziati e riorganizzati. È, inoltre, indispensabile che le politiche passive siano integrate con strumenti di condizionalità efficaci e pragmatici.



È fondamentale investire nella formazione del capitale umano

Rimane irrisolto il nodo degli stagionali che nel 2020 hanno lavorato meno mesi del 2019, e che dunque vedono i requisiti Naspi non sufficienti per percepire l'indennità o altri tipi di sostegno nel corso del 2021. È necessario fare pressione sul Governo nazionale affinché ripristini la dotazione del Fondo di Solidarietà del Trentino.

3. Proposte puntuali per la manovra finanziaria provinciale 2021

Irap.

L'aliquota agevolata Irap fissata dalla Provincia in 2,68% ha validità fino al periodo d'imposta 2022. Il Cpi propone di confermare l'aliquota agevolata attualmente in vigore e di azzerarla (o almeno ridurre significativamente) nei casi di mantenimento dei livelli occupazionali aziendali ante crisi Covid-19.

Imis.

Nella prospettiva di una selettività delle riduzioni Imis, non va agevolata la semplice proprietà immobiliare. Il Cpi propone la conferma pro 2021 delle aliquote agevolate Imis attualmente in vigore nei casi in cui la proprietà immobiliare coincide con la titolarità dell'azienda. Per gli immobili turistico-alberghieri, si propone pro 2021 la cancellazione dell'Imis.

Per gli esercizi finanziari successivi al 2021, considerata la prevista riduzione delle risorse del bilancio provinciale, sarà opportuno ragionare su una distribuzione equilibrata delle agevolazioni Imis su tutte le categorie economiche.

Plateatici.

Per l'esercizio 2021 è richiesta la gratuità dell'occupazione di suolo pubblico per le attività di tipo imprenditoriale.

Rifiuti.

La tassa rifiuti risulta onerosa per le attività economiche. Il calo di molte attività ha comportato anche una diminuzione della produzione di rifiuti. Il Cpi chiede l'adozione di soluzioni.

Addizionale regionale Irpef.

La situazione delle aliquote dell'addizionale Irpef è molto diversificata fra Regioni e Province. Sarebbe importante agevolare soprattutto i redditi più bassi.

Legge provinciale 6/99.

Le agevolazioni previste dalla Legge provinciale 6/99 sono ancora importanti per la modernizzazione delle imprese trentine. Non si ritiene prioritario rivoluzionare l'attuale sistema dei contributi alle imprese. Semmai, in questo difficile momento economico, si tratta di rafforzare il sostegno agli investimenti aziendali in attrezzature e tecnologie, in innovazione e digitalizzazione.

Vanno finanziate le iniziative per l'internazionalizzazione. È opportuno riproporre un bando per il risparmio energetico destinato alle attività produttive. Ricordiamo che le aziende, con rare eccezioni, sono escluse dal Superbonus 110%.

Credito e finanza.

Visto il perdurare o il possibile aggravamento della crisi economica e dell'importanza per le aziende di disporre di ulteriore liquidità il Cpi richiede la proroga almeno fino al 30 giugno 2021 dell'accordo quadro con le banche «Plafond Ripresa Trentino» per la concessione di liquidità alle imprese; l'apporto di risorse finanziarie aggiuntive ai Confidi; l'attivazione del nuovo Fondo Strategico con modalità operative analoghe a quelle della positiva esperienza del Fondo Strategico 1.

Assistenza alle famiglie/ Voucher e Baby-Sitter.

Il sostegno alle famiglie va effettuato essenzialmente attraverso appositi voucher, con l'obbligo di utilizzarli entro una determinata scadenza ed escludendo determinate tipologie di prodotti o servizi.

I lavoratori devono poter essere presenti con continuità sul posto di lavoro, anche in caso di isolamento fiduciario o precauzionale dei figli. Per questo va garantita ai genitori la possibilità di affidare i figli ad un/a baby-sitter. Si suggerisce l'istituzione di un bonus baby-sitter, da raccordare con la eventuale riproposizione del bonus statale.

Calano i pernottamenti, aumenta il lavoro di ristorante

Per i rifugi alpini ed escursionistici dell'Associazione Gestori Rifugi del Trentino l'estate del 2020 è stata caratterizzata da un crollo delle presenze straniere, dal calo del fatturato per la maggior parte delle strutture e da un aumento dei costi. La ragione? Ovviamente il Covid-19, o meglio gli effetti della pandemia che, esplosa a marzo 2020, ha prodotto restrizioni e limitazioni che si sono riflesse anche sull'attività dei rifugi. A dare la misura delle conseguenze della crisi causata dal virus Sars-Cov-2 è il sondaggio effettuato dall'Associazione, i cui risultati sono stati presentati nella consueta assemblea annuale dei soci.

Un'assemblea «strana» l'ha definita in apertura il presidente dei Rifugisti **Ezio Alimonta**, perché tenuta in videoconferenza nel rispetto delle norme Covid, e anche per il rinvio della parte elettiva - prevista per questa edizione - a un momento successivo «quando il virus si placherà, in modo da permettere la maggior partecipazione possibile agli associati nella scelta dei loro rappresentanti». L'incontro di quest'anno, ha continuato Alimonta, è stato pensato come un «momento di incontro e di confronto dove ragionare sulla stagione appena conclusa, per capire come sarà la prossima stagione invernale (se ce ne sarà una) ma soprattutto per gettare lo sguardo oltre la pandemia».

Ad illustrare i risultati del sondaggio, cui hanno risposto 40 rifugi sul centinaio di associati, è stato il vicedirettore dell'Asat **Davide Cardella**. I risultati hanno fotografato la stagione estiva del campione, costituito per il 65% da rifugi alpinistici e per il 35% da rifugi escursionistici, il 68% dei quali posti sopra i 2.000 metri di altitudine. Il 13% è a gestione familiare, l'87% ha anche dipendenti. Nonostante un aumento delle persone che hanno frequentato i rifugi, evento segnalato dal 58% del campione, il fatturato non ne ha risentito in maniera proporzionale. Oltre la metà dei rifugi interessati dal sondaggio hanno indicato una flessione del fatturato nella stagione estiva, contro un 18% che ha indicato di aver aumentato i ricavi. Tra le ragioni il fatto che sempre il 58% circa degli intervistati dichiara di aver perso mesi di apertura. Di questi, il 45% sottolinea di aver dovuto tenere chiuso per almeno 2 mesi durante il periodo di usuale operatività della struttura. Altra causa della perdita di fatturato è il crollo degli stranieri, fenomeno che ha riguardato il 100% degli intervistati anche se con percentuali diverse.



Il presidente dell'Associazione Gestori Rifugi del Trentino Ezio Alimonta

🕒 3' e 35"

👤 Fabia Sartori

A fine novembre si è svolta l'assemblea annuale dell'Associazione Gestori Rifugi del Trentino. Più del 50% delle strutture rileva un calo del fatturato.



Foto Marco Simonini

Pranzo al rifugio

Ma quasi il 60% dei rifugi ha indicato un calo uguale o superiore all'80% delle presenze di turisti dall'estero. In parte l'assenza di clienti esteri è stata compensata dall'aumento della clientela italiana segnalata da tutti gli intervistati, con il 79% circa per il quale l'incremento è stato di almeno il 40% rispetto all'estate del 2019, con punte del più 90% nel 10% dei casi. Le limitazioni imposte dalle norme anti-Covid oltre ad avere ridotto il periodo di attività stagionale, hanno avuto effetti su un 35% del campione, mentre il 65% ha dichiarato di aver potuto aprire con ristorazione e pernottamento come gli anni precedenti.

Conseguenza dei vari elementi negativi che si sono addensati nell'estate 2020 è il calo dei pernottamenti che ha riguardato il 73% del campione, anche se solo il 36% ha assunto meno personale rispetto all'anno precedente, mentre il 44% ha confermato i numeri dell'organico usuale. Nota positiva il fatto che per circa il 47% è aumentato il lavoro di ristorante, contro un 26% che indica un calo.

Il giudizio sulla stagione quindi nel complesso è stato negativo, anche se con eccezioni importanti. Un 16% la definisce da dimenticare, un altro 39% mica tanto buona, coi voti negativi che assommano a circa il 55%. Per un 8% la stagione è andata come lo scorso anno, per un 29% è stata

buona, per un 8% circa molto buona. Rispetto al comportamento dei clienti nei confronti delle norme Covid e dei controlli ricevuti dalle autorità preposte a far rispettare le regole anti-pandemia, poco più di un rifugio su dieci spiega di aver avuto controlli dalle autorità. Mentre il 65% degli intervistati sostiene che la maggior parte dei clienti hanno rispettato le regole e un altro 31% che tutti i clienti le hanno rispettate. Un 86% del campione ha ritenuto giuste quelle approvate dalla Provincia. Per farle rispettare sono stati necessari investimenti aggiuntivi legati all'acquisto di Dpi, detersivi e sanificanti e per adeguare la struttura. Per questa ultima esigenza il 24% circa ha speso oltre 2.000 euro e un altro 8% circa oltre 5.000 euro. Per ridurre i costi circa il 36% del campione ha chiesto una riduzione dell'affitto, e di questi solo il 14% lo ha effettivamente ottenuto.

Nel corso della giornata Alimonta ha voluto ringraziare Trentino Marketing (era presente Maurizio Rossini, amministratore unico) per le campagne promozionali efficaci promosse nel 2020. «Dobbiamo, però - è la sua considerazione - insegnare ai turisti italiani ad andare in montagna, e con le calzature adeguate!». A tal proposito il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** ha ricordato che «operazioni di marketing di tale calibro non si sono mai viste negli ultimi anni in Trentino», che «i turisti vanno educati, ma anche meritano un premio per aver sperimentato la montagna da neofiti», e che «grazie ai rifugi tutti i turisti, anche chi non era mai stato in montagna, hanno avuto la possibilità di avvicinarsi alla montagna».

Il vicedirettore Cardella ha ricordato che molti passi avanti sono stati fatti, anche grazie al proficuo rapporto con l'assessorato al turismo. Non da ultimo lo stanziamento in assestamento di bilancio delle risorse necessarie a «coprire» le domande di finanziamento che attendevano da tempo di essere evase. «Rimangono da affrontare - ha sottolineato - la modifica della legge 8 del 1993, che regola le attività dei rifugi, per adeguarla al mercato. Inoltre, soprattutto alla luce dell'attualità, i rifugi dovrebbero poter contare sulla connettività di banda larga. Speriamo in un completamento del progetto di messa in rete di tutti i rifugi del Trentino».

L'assessore al turismo **Roberto Failoni** ha rassicurato i rifugisti su una presa in carico della legge 8 del 1993. «Nel 2021 - ha affermato - procederemo con un percorso di ascolto molto approfondito per capire quali sono i cambiamenti reali che ci sono stati in questi 27 anni. Solo allora decideremo come modificare la legge, nell'eventualità, come intervenire con una nuova legge». Failoni ha ricordato che «è intenzione dell'assessorato quella di concludere il progetto di messa in rete iniziato, con una tempistica di due anni per trovare una soluzione di connettività efficace per tutto il Trentino».

L'assemblea ha visto come tema centrale «Il cambiamento come opportunità». In tal senso sono intervenuti sia l'amministratore unico di Trentino Marketing **Maurizio Rossini** («la cultura e gli aspetti identitari della montagna devono essere riscoperti da chi ci vive, per poi essere trasmessa agli ospiti del nostro

territorio») sia il professor **Umberto Martini**, docente di marketing territoriale all'Università di Trento, con un dettagliato intervento sul futuro del turismo montano.

All'assemblea online erano presenti anche i rappresentanti di altre associazioni di rifugisti regionali, tutte aderenti al Coordinamento nazionale dei rifugi, il cui presidente è il rifugista trentino **Angelo Iellici**.



Un momento di formazione

Crescere guardando al futuro

Grazie ai bandi del Fondo For.te. le imprese turistiche possono partecipare ai piani di formazione continua

🕒 1' e 20"



Cosa facciamo ora? Da dove ripartiamo? Stiamo investendo al meglio questo tempo? Queste sono alcune delle tante domande che tutti noi, imprenditori e lavoratori, ci stiamo ponendo. Il momento storico che stiamo vivendo ci ha toccato profondamente in diversi aspetti: familiari, economici e psicologici. Guardare al futuro, ora, può fare paura. Ma non possiamo permetterci di subire tutto ciò passivamente: dobbiamo reagire investendo al meglio questo tempo prezioso. E come possiamo farlo? Concentrandoci sulla crescita del personale, sull'ottimizzazione delle capacità individuali che direttamente andranno ad influenzare la redditività aziendale.

L'Asat offre questa possibilità finanziando la formazione continua dei dipendenti delle imprese attraverso i bandi del Fondo For.te. Aderendo al **Fondo For.te.**, le imprese turistiche potranno partecipare ai piani formativi che l'Asat ha in attivo, ricevendo formazione gratuita direttamente in azienda e senza costi a carico.

I corsi attuabili spaziano in base ai diversi fabbisogni aziendali. Di seguito si riportano alcuni esempi:

- Revenue management, Qualità del prezzo, gestionale aziendale;
- Tecniche di SEO, marketing e comunicazione social;
- Formazione per i reparti: Housekeeping, sala, cucina, front office;
- Team bulding, corsi di lingue;

Per informazioni contattare **Stefania Franchini** al numero 0461-923666 (interno 5), oppure via mail scrivendo a s.franchini@asat.it

Mobilspazio®

c o n t r a c t

L'ORIGINALE MINICUCINA ITALIANA



MOBILSPAZIO CONTRACT

Progettazione e produzione di arredi per hotel, residence, bed&breakfast, comunità e studentati, cucine monoblocchi salvaspazi





🕒 3' e 10"

👤 Francesca Maffei

Lo smart-working cambia le abitudini lavorative e di viaggio

Covid-19, i nuovi trend di viaggi e vacanze

Una recente ricerca condotta da *Booking.com* su 20.000 viaggiatori in 28 Paesi mostra che l'ufficio è un lontano ricordo e che la gente sembra ormai voler, e poter, lavorare dove vuole. Il lavoro da casa durante la pandemia ha permesso di abbandonare il tran-tran del pendolarismo, con tali benefici che non sono pochi ad essere riluttanti nel tornare alla vecchia routine. Ora che le attività da remoto sono una realtà a lungo termine, viaggiare e poter «farsi un ufficio» in una località diversa rispetto a casa appare come una possibilità promettente, un'abitudine da consolidare anche una volta che la pandemia sarà finita. Lo ritiene verosimile il 37% degli intervistati, che intende approfittare della possibilità di allungare il proprio viaggio di lavoro per includere delle giornate di svago.

Pertanto, nonostante lavorare da casa abbia indubbiamente i suoi vantaggi in termini di comodità e reperibilità delle risorse necessarie, oltre un terzo dei viaggiatori negli ultimi mesi ha già considerato di prenotare una permanenza in un luogo differente da quello abituale, non foss'altro che per cambiare sede. E quali sono i *must-have* degli alloggi a ciò designati? Anzitutto la disponibilità di servizi paragonabili a quelli dell'ufficio,

come il wifi veloce, ma soprattutto una vista piacevole e una zona accogliente dove la giornata lavorativa possa trascorrere rapida e gradevole. Dato che il 40% dei consumatori potenziali è disposto ad affrontare una quarantena all'arrivo a patto che sia loro consentito lo *smart-working* durante l'isolamento, laptop portatili, tablet, smartphone, screen per le *videocall* e tutti i device elettronici utili allo scopo saranno imprescindibili nei viaggi del 2021. Il mondo del business vedrà anche una maggiore domanda di privacy, pulizia e soggiorni più lunghi. E gli hotel per parte loro dovranno rispondere a tale esigenza creando piani tariffari non solo su base giornaliera o settimanale, bensì addirittura mensile (la durata che avevano un tempo villeggiature estive o cure termali).

Un altro trend rilevato è viaggiare *like a local* tra i luoghi di casa. In periodi di restrizioni, i clienti continueranno a preferire soprattutto destinazioni nel proprio Paese, essendo una scelta più facile, sicura, immediata e spesso più sostenibile. Dato che le persone si sentono più a loro agio nel visitare destinazioni di prossimità, emergono nuove tendenze

turistiche: il 47% dei rispondenti all'intervista progetta di effettuare una trasferta di piacere sul territorio nazionale a medio termine, ovvero nei prossimi 7-12 mesi, mentre il 38% valuta concretamente di compierlo a lungo termine, ossia a oltre un anno dalla data odierna.

La sicurezza rimane al primo posto, ma la voglia di scoperta sia a livello regionale sia internazionale non è diminuita rispetto all'epoca pre-pandemia. Guardando al futuro, ci si aspetta l'introduzione di misure inedite riguardanti la tutela della salute finalizzate a consentire gli spostamenti su scala globale, e il settore dei viaggi viene visto come uno dei pionieri nello stabilire standard innovativi per quella che viene ormai definita la nuova normalità. Dalla ricerca emerge come il 70% degli intervistati a livello internazionale (ben il 73% in Italia) prenoti solo se informato su quali misure per l'igiene vengono adottate all'interno della struttura ricettiva prescelta, mentre il 75% di questi sostiene che preferirà gli alberghi che mettono a disposizione prodotti igienizzanti per la sanificazione.

Sono cambiate anche le preferenze dei mezzi di trasporto in favore dei viaggi *on the road*. Quasi la metà dei viaggiatori, per l'esattezza il 46%, evita

mezzi pubblici come treni o aerei per non condividere spazi con un numero elevato di persone, scegliendo di partire con la propria auto o di noleggiarne una per raggiungere e muoversi nella destinazione stabilita. Il 53% dei turisti globali (a fronte di un 60% di italiani) è disposto a ridurre la produzione di rifiuti e a riciclare la plastica mentre viaggia, contenendo l'impronta ecologica sull'ambiente e sulle comunità locali, con una maggiore consapevolezza per forme di turismo responsabile. Infine, il 69% dei viaggiatori cerca incentivi per la bassa stagione: ciò include sia pacchetti specifici (46%) sia suggerimenti per mete alternative, in modo da non generare sovraffollamento.

Con lo smart-working è possibile creare il proprio ufficio in viaggio. E i tempi di permanenza in hotel si allungano

ALPINA GAMES

di ALBERINI



PREVENTIVI GRATUITI REVISIONE • Calciobalilla • Ping Pong • Biliardi

**USATI E NUOVI
D'OCCASIONE**
Videogames • Freccette • Flipper
Biliardi • Juke Box

**VALUTIAMO
IL TUO USATO**

TRENTO
Viale Rovereto, 35
Tel. 0461 91 24 10
www.alpinagames.it
info@alpinagames.it

Nasce «Kilometro Vero», la campagna di comunicazione «di rete» per far fronte alle difficoltà legate all'emergenza sanitaria

Vignaioli del Trentino: il vino a filiera forte

🕒 1' e 50"

La collaborazione tra Vignaioli del Trentino, Asat, Associazione Agriturismo, Confesercenti del Trentino e Palazzo Roccabruna - Enoteca provinciale del Trentino porta ad un'alleanza per rafforzare la «filiera del vino», dal vigneto al tavolo del ristorante. Di fronte all'emergenza sanitaria e alle sue drammatiche conseguenze, il sistema economico lancia un messaggio forte attraverso una campagna di comunicazione: «Bisogna fare rete, nessuno si salva da solo». La distanza tra i Vignaioli del Trentino ed il consumatore finale si misura in chilometri: possono essere pochi, a volte addirittura zero, come quando il vino viene venduto direttamente in cantina; possono essere qualche decina, nel momen-

to in cui il vino viene versato nei calici dei clienti di ristoranti e wine bar nelle città e nelle valli trentine; possono essere migliaia e migliaia, perché le bottiglie finiscono in ogni angolo del mondo, portando con sé l'immagine non solo delle nostre aziende, ma dell'intero Trentino.

Ma non è una questione di quantità: il numero di chilometri che separano un grappolo di uva dal bicchiere nel quale il consumatore apprezzerà il vino può essere molto diverso. Ciò che conta davvero è la qualità di quel percorso, di quel metaforico «chilometro» che inizia nel vigneto e finisce al tavolo del ristorante, sul bancone di un wine bar o sugli scaffali delle enoteche. «Noi Vignaioli il nostro "chilometro" lo percorriamo grazie a ristoratori, albergatori, baristi, sommelier, proprietari di enoteche che, con passione e competenza, fanno conoscere i nostri vini ad appassionati e appassionati, e con essi le nostre storie» dice **Lorenzo Cesconi**, presidente del Consorzio Vignaioli del Trentino. «È un chilometro vero, perché è concreto, ma anche autentico, basato su rapporti di vicinanza reale, non solo geografica. Una filiera forte: lunga o corta, ma sempre solida espressione di competenza e passione».

L'emergenza sanitaria sta impattando duramente su tutta questa filiera, mettendo in difficoltà imprese e lavoratori, e riducendo drasticamente le vendite del vino dei Vignaioli, che proprio nel canale Horeca ha il suo principale sbocco commerciale. «Noi Vignaioli del Trentino siamo consapevoli che, per aiutare il mondo del vino artigianale e di territorio, non basta supportare un singolo segmento: un vero rilancio passa necessariamente dal sostegno all'intera filiera, con l'obiettivo di attutire il colpo di questa drammatica crisi, di qualificarla e - soprattutto a livello territoriale - di renderla sempre più coerente con l'immagine che si vuole dare del nostro Trentino» ricorda **Clementina Balter**, vicepresidente dei Vignaioli.

Ecco allora che nasce il progetto **Kilometro Vero: il vino a filiera forte**: da un lato, una campagna di comunicazione che punta a creare un'immagine unitaria e sinergica del «ciclo del vino», dalla vigna alla bottiglia fino al calice del consumatore; dall'altro, una serie di azioni per creare virtuose alleanze tra i settori della ristorazione, dei bar e delle enoteche e le aziende dei Vignaioli. Un progetto nato dalla collaborazione dei Vignaioli del Trentino con Asat, Associazione Agriturismo Trentino, Confesercenti del Trentino con il sostegno di Palazzo Roccabruna della Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti. La campagna si concretizzerà in uno spot, realizzato dal videomaker **Michele Purin**, che sarà messo in onda per due settimane su Rtr e Trentino TV, nonché sui canali social di tutti i partner di progetto.



Vino Santo in degustazione

Forza dalla Natura.

Risparmia subito sull'acquisto
di gas naturale.



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.



cap

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Chiusura degli impianti sciistici: la decisione deve essere europea

Il presidente Bocca si oppone al «no allo sci», a meno che non vengano messi a disposizione ristoranti adeguati

🕒 3' e 25"

«Chiudere una stazione sciistica a Natale è come chiudere un albergo al mare a Ferragosto. Non voglio entrare nel tema dei protocolli sanitari, che non mi competono, ma dico solo che, se questa scelta ci deve essere, deve essere europea». Così il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** ha commentato la presa di posizione del premier **Giuseppe Conte** secondo cui «non possiamo concederci vacanze indiscriminate sulla neve».

«Non facciamo i primi della classe - esorta il presidente Bocca - Quest'Europa serve solo per le sanzioni o anche per avere politiche comuni?». «È importante - ribadisce - che sia una scelta europea perché se i Paesi attorno a noi (Austria, Svizzera, Francia e Germania) tengono tutto aperto, mentre noi siamo tutti chiusi, è chiaro che significa regalare turisti italiani agli altri Paesi. Inaccettabile, per di più in questo momento di crisi nera».

«Mi sembra che - aggiunge il presidente di Federalberghi - il Governo abbia detto "no" a priori, senza vedere nel dettaglio il protocollo approntato dalle Regioni. Si sta facendo confusione tra i cenoni di Capodanno (e siamo d'accordo con il "no") e gli impianti sciistici vissuti con dei protocolli di sicurezza stringenti (che possono invece operare)».

«Questa è una cosa che non si può accettare - conclude - a meno che non ci siano ristoranti importanti, ma non quelli che abbiamo visto fino a oggi che sono delle "mance". La Germania chiude i ristoranti e dà ai ristoratori il 75% dei ricavi. Se il nostro Governo dispone di soldi per dare il 75% dei ricavi a stazioni sciistiche, impianti a fune, alberghi, rifugi, va bene ma non credo assolutamente sia possibile. Oggi, per i ristoratori, vige comunque il limite dei 150 mila euro».



CROLLA IL SETTORE ALBERGHIERO: IL FATTURATO CALA DEL 52% NEI PRIMI NOVE MESI

«L'Istituto di Statistica (Istat) certifica che gli alberghi e le altre strutture ricettive sono tra le attività più colpite dalla pandemia. Chiediamo che Governo e Parlamento intervengano per impedire una debacle totale». È questo il commento del presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**, in relazione ai dati diffusi dall'Istat, che registrano per le attività ricettive un calo del fatturato del 52% nel periodo da gennaio a settembre 2020. Bocca segnala che «la rilevazione Istat si ferma a settembre, ma purtroppo il crollo riguarda anche l'ultimo trimestre. Basti considerare che nel mese di ottobre alberghi e ristoranti hanno utilizzato 51 milioni di ore di cassa integrazione (pari a 295mila lavoratori sospesi), contro i 30,5 milioni di settembre. E che i provvedimenti adottati ai primi di novembre hanno dato il colpo di grazia. Non si salva nessuno: le città d'arte sono ferme da marzo, meeting, fiere e congressi sono vietati, chiusi i comprensori sciistici e gli stabilimenti termali, il business travel è completamente fermo. Secondo il centro studi di Federalberghi, alla fine del 2020 il fatturato degli esercizi ricettivi italiani registrerà un calo complessivo del 56,7%, con una perdita di oltre 14 miliardi di euro».

I Gat partecipano al 15° compleanno del Piano d'ambito economico

Una ricorrenza importante ha visto i Giovani albergatori del Trentino co-protagonisti assieme alle altre categorie imprenditoriali giovanili della Provincia: la celebrazione del 15esimo anniversario della fondazione del Piano d'ambito economico (Pae).

L'evento si è tenuto lo scorso 12 ottobre alla Cantina LaVis e Valle di Cembra (in epoca precedente al secondo *lockdown* causato dalla pandemia in corso, ndr) e ha raccolto le testimonianze dei rappresentanti delle sei associazioni partecipanti. Ovvero, oltre agli albergatori (Federalberghi), anche gli artigiani (Confartigianato), i commercianti (Confcommercio), gli industriali (Confindustria), i cooperatori (Federazione della Cooperazione) e gli agricoltori (Coldiretti), che nel corso degli anni hanno ricoperto la carica di presidente del Tavolo. La serata è stata inoltre arricchita dagli interventi di **Achille Spinelli**, assessore provinciale allo sviluppo economico, di **Tiziano Salvaterra**, professore, e di **Alessandro Garofalo**, consulente e formatore.

Molti i progetti ricordati e quasi un centinaio quelli portati a compimento, alcuni dei quali hanno incluso tutti e sei i gruppi. Mentre altri si sono rivolti solo ad alcune categorie specifiche, prevedendone il diretto coinvolgimento come nel caso del progetto intersettoriale di cultura d'impresa promosso dai Gat insieme ai ragazzi di Coldiretti e finalizzato alla valorizzazione del prodotto tipico locale in hotel. Le attività proposte e portate a termine nel corso degli anni sono rientrate costantemente nell'ottica di sviluppare la collaborazione tra le future classi dirigenti di aree economiche diverse, favorendone la crescita umana, professionale e territoriale.

🕒 3' e 25"

👤 Francesca Maffei

Giovani professionisti in rete per sviluppare la collaborazione tra le future classi dirigenti di aree economiche diverse

A onor del vero il Pae non è l'unico contesto giovanile provinciale creato in tal senso, essendo tre i piani giovani d'ambito contemplati dalla Provincia autonoma di Trento. Oltre a quello economico vi è infatti il Piano d'ambito dei giovani professionisti (GI.PRO.) e quello che riunisce le realtà accademiche, il Tavolo d'ambito delle università trentine (Taut). Realtà preziose, che andranno protette e rafforzate soprattutto dopo un periodo impegnativo come quello attuale, per evitare che il distanziamento fisico si trasformi anche in distanziamento sociale. A questo stanno tuttavia già ponendo rimedio i giovani in prima persona, assidui frequentatori di piattaforme web in grado di mettere in comunicazione e in condivisione idee, spunti e soluzioni; online è stato peraltro il meeting del Pae, svoltosi a fine novembre.



Un momento dell'anniversario della fondazione del Piano d'ambito economico

Sguardi sulla montagna: verso i 150 anni della Sat (1872-2022)

Trento, Le Gallerie

25 settembre 2020 - 7 febbraio 2021

🕒 2' e 30"

👤 Gianfranco Betta

La Sat, nata come *Società alpina del Trentino* nel 1872 e diventata dal 1875 *Società alpinisti tridentini*, è spesso associata ad un sodalizio interessato alla montagna e alle imprese alpinistiche, organizzatrice di escursioni e di serate informative. Pochi sanno che proprio dalla Sat sono arrivati sul finire dell'800 i primi stimoli e le prime proposte per uno sviluppo turistico del Trentino. Tra i tanti contributi si può citare l'articolo **Strade e alberghi** pubblicato sull'annuario Sat del 1885 a firma A. (forse Antonio Tambosi, futuro potestà di Trento, all'epoca facente parte del direttivo della Sat). Come recita il titolo, gli aspetti più importanti da realizzare per uno sviluppo turistico sono: la garanzia di una buona viabilità di accesso; strutture ricettive confortevoli; servizi essenziali, come ad esempio «la posta e il telegrafo». Ma non basta fare alberghi «comodi, puliti e ben serviti», è necessario fare anche gli imprenditori.

Gli spunti forniti, per la loro lungimiranza, possono essere letti come suggerimenti validi ancora oggi. Innanzitutto la necessità di acquisire al meglio la professione di albergatore con momenti di formazione («periodi di lavoro

e di praticantato in altre strutture ricettive, anche all'estero»), per renderlo capace di leggere e interpretare correttamente le esigenze dell'ospite: quello «d'Oltremonte», ad esempio, «amerà sul letto i piumini e a tavola desidererà consultare una "Mehlspeis", e sarà invece scarsamente interessato alla polenta, da destinare piuttosto ad un pubblico italiano». Ma un buon albergatore deve «saper dare anche informazioni sulla località e non solo sul proprio albergo», saper valorizzare la tipicità del luogo, «tanto nei prodotti per il vitto che artigianali». E poi dovrà saper «curare il contesto con le necessarie opere di abbellimento», di cui dovranno farsi carico anche i comuni. E da ultimo essere capace di una buona «reclame», incominciando «dalla località per finire con l'albergo». Promozione che risulterà tanto più efficace con «corrispondenze scritte da persone di fiducia delle redazioni» piuttosto che con inserzioni pubblicitarie.

La mostra **Sguardi sulla montagna: verso i 150 anni della Sat (1872-2022)**, visitabile fino al 7 febbraio 2021 alle Gallerie di Penedicastello documenta la pluralità di sguardi con cui ci si misura con la montagna, dal montanaro che la abita, piuttosto che lo sguardo del turista che la frequenta nel tempo libero, o dell'alpinista interessato alle vette e all'impresa alpinistica. Ma soprattutto offre l'opportunità attraverso le immagini di percorrere un secolo di trasformazioni che hanno interessato il Trentino. Le **Vedute del Trentino** di **Giovanni Unterverger**, 156 fotografie realizzate nel 1882 su commissione della Sat riguardanti vallate e borghi del Trentino. Le costruzioni dei primi rifugi, finanziati tra gli altri dal ricco commerciante **Giovanni Pedrotti**, associato alla Sat fin dal 1886, consigliere comunale a Trento, irredentista, capace di cogliere con occhio fotografico il Trentino e i suoi abitanti alla vigilia della Grande Guerra. Dal finire degli anni '20 agli anni '60 una selezione dal fondo dei quattro fratelli Pedrotti (oltre 113 mila scatti depositati presso l'archivio fotografico della Soprintendenza), fondatori nel '26 del coro Sosat (poi Sat dal 1930), diretto prima da Enrico e poi da Silvio per mezzo secolo. A completare questa documentazione la preziosa testimonianza di un mondo in trasformazione con il cortometraggio del 1961 **Estate Alpina** del maestro solandro **Tommasino Andreatta**.



SCEGLI DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA,

LASCIA CHE SIA IL CAT TURISMO A SEGUIRE OBBLIGHI E SCADENZE NORMATIVE AL POSTO TUO

COSÌ POTRAI TORNARE A DEDICARTI A TEMPO PIENO ALLA TUA AZIENDA.

CAT TURISMO ha ideato 6 pacchetti completi per seguire la tua azienda. Con un'unica soluzione verrai affiancato per tutti gli obblighi normativi in materia di Sicurezza Ambiente e Igiene, Haccp, Legionella e Piscine.

CI PENSERANNO I NOSTRI TECNICI A CONTROLLARE LA TUA AZIENDA.

CHECK-UP AZIENDALE

(Principali obblighi normativi)



Un sopralluogo direttamente in struttura con check-up dei principali adempimenti obbligatori

SERVIZIO RSPP ESTERNO



Incarico con 2 sopralluoghi annui e svolgimento di parte dei compiti previsti dall'art. 33 del D.Lgs. 81/08.

CONTROLLO IGIENE BASE

(Haccp, Legionella)



Assistenza HACCP comprensiva di tamponi di superficie e di un prelievo acqua per verificare la presenza di legionella.

CONTROLLO IGIENE PLUS

(Haccp, Alimenti, Legionella)



Assistenza HACCP che oltre a quanto previsto dal pacchetto base prevede anche un prelievo sugli alimenti.

CONTROLLO TOTALE

(Haccp, Alimenti, Legionella, Piscine)



Assistenza HACCP completa e comprensiva di tamponi di superficie, prelievo acqua, prelievo alimento e controllo delle acque di piscina.

CONTROLLO PISCINE



Prelievo di campioni per verificare la presenza di coliformi, stafilococchi, streptococchi, carica batterica e legionella.

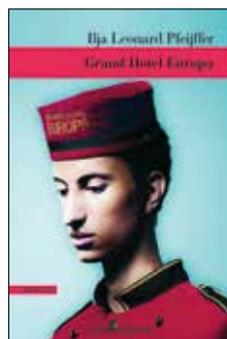
AFFIDACI LA RESPONSABILITÀ DI SCADENZE E OBBLIGHI NORMATIVI
Per info e preventivi: 0461-923666 - cat-turismo@asat.it

Grand Hotel Europa

1' e 45"

Gianfranco Betta

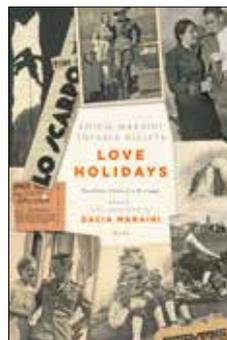
Grand Hotel Europa, un albergo d'antan in cui il protagonista si rifugia per riflettere su una problematica storia d'amore forse finita, che si è alimentata di un perpetuo girovagare alla ricerca di un Caravaggio perduto. L'Hotel prende il nome dalla titolare, un'anziana matrona che vive reclusa nella struttura negandosi alla vista dei clienti e vivendo nel ricordo dei fasti passati. Ma è anche metafora del continente europeo diventato un parco di attrazioni per la nuova clientela asiatica in ascesa, che, al pari del nuovo proprietario cinese, considera il nuovo e l'ammmodernamento più belli e di maggior valore rispetto alle «cose vecchie». Un'Europa totalmente addomesticata alla mercé di Airbnb, «che trasforma le città in Disneyland e contribuisce al declino di un settore alberghiero ben regolato». Un'Europa più ricca di storia che di futuro, cui non rimane che svendere il proprio passato al turismo di massa, cui è dedicata una riflessione critica che accompagna il lettore lungo tutto il testo. Esilaranti ad esempio le tipologie di turisti tratteggiate sul ponte Rialto a Venezia. Peraltro turisti sono sempre gli altri. Si preferisce darsi un tono da viaggiatori perché «si viaggia sulle tracce di altri turisti», oppure si tenta di camuffarsi da residenti per il solo fatto che si mastica un poco di lingua locale. L'esperienza reale della visita conta meno della soddisfazione di poter dire di esserci stati. Viene fatta la spunta delle destinazioni visitate, ovviamente scelte in quanto certificate da una guida accreditata come autorevole e dove non si incontreranno che turisti. Ma si vedrà esattamente ciò che ci si aspettava di vedere, confermando


Ilja Leonard Pfeijffer
**GRAND HOTEL
EUROPA**
*Editore Nutrimenti,
2020
pp. 608 - 22 euro*

i propri pregiudizi. Tutti i turisti affermano di essere alla ricerca dell'esperienza unica ed esclusiva e cercano di evitarsi reciprocamente, il che rende «sempre più difficile trovare un luogo non ancora intaccato dalla concorrenza dei calzoncini corti». E per evitare il rischio che il turista alla disperata ricerca dell'autenticità non la trovi, si può sempre pensare di vendergli «un'illusione di autenticità». Come la Venezia ricostruita a Las Vegas; o i falsi orfanotrofi in Mozambico per lavare la cattiva coscienza dei turisti vogliosi di trasformare la vacanza in uno pseudo-volontariato; o la ricerca dell'autentico nell'estrema povertà offerta dal pacchetto vacanza dello slum tourism. Un futuro quindi privo di speranza? Forse no, perché come scrive l'autore: «Dò ragione all'Europa che si rifiuta di abbandonare il suo futuro perché le radici sono più importanti delle destinazioni».

Love holidays

Fosco Maraini, antropologo, orientalista, poliglotta, scrittore, ma anche alpinista, non ha bisogno di presentazioni. La sua compagna di vita per oltre trent'anni, **Topazia Alliata**, scrittrice, pittrice e nota gallerista, morta ultracentenaria, forse è meno conosciuta. Si tratta di un «lessico familiare» come direbbe **Natalia Ginzburg**; dei «quaderni d'amore e di viaggi» dei loro primi incontri e del loro reciproco innamoramento nei primi anni '30, rinvenuti casualmente dal figlio Toni alle prese con l'inventario delle carte di Fosco, nella casa di famiglia a Firenze. Questo particolare diario scritto a quattro mani, alternando indifferentemente italiano ed inglese e neologismi conati dalla crisi di termini delle due lingue, qui riprodotto in forma anastatica, oltre ai testi che ci fanno rivivere questo intenso ed esuberante amore giovanile, è arricchito dalle foto, dagli schizzi e dai disegni riprodotti in occasione di queste


*Fosco Maraini
Topazia Alliata*
LOVE HOLIDAYS
*Rizzoli Editori, 2014
pp. 534 - 39,90 euro*

«amate vacanze» dalla Sicilia alle Alpi, con sciate fuori pista e arrampicate. Proprio la natura e le montagne sono i temi ricorrenti, frequentate, come scrive Fosco Maraini in una pagina di questo diario, per cercarvi e trovarvi «gioia, felicità, libertà, disciplina e insegnamento».

“

SPAZIO AL FUTURO DELL'OSPITALITÀ

1 // 2 // 3 // 4 FEBBRAIO 2021 ★

TRENTINO



**DIGITAL
SPACE**



grafica | the studio.iz | foto | Hemacelofosa / Contrasto, Tarnaboni Arts

HOSPITALITY | Edizione Online!

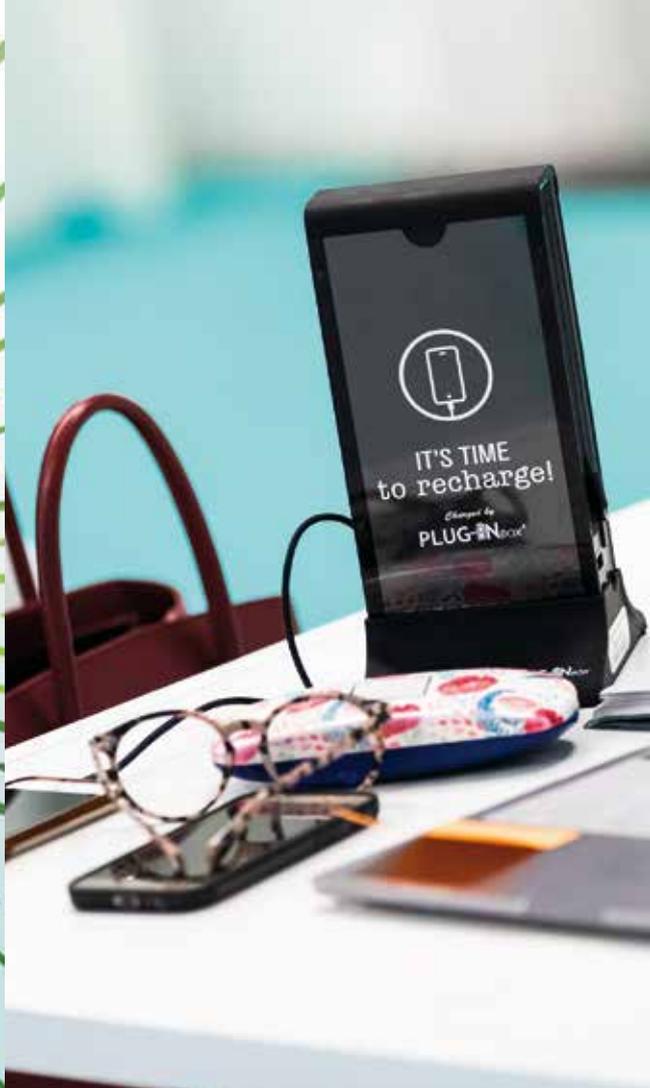
Dall'1° al 4 febbraio 2021 spazio al futuro dell'ospitalità con Hospitality Digital Space, un'edizione eccezionale pensata per fornire a tutti i professionisti che lavorano nel settore dell'accoglienza e della ristorazione i migliori strumenti per disegnare l'Ho.Re.Ca. di domani. Uno spazio virtuale, nuovo e dinamico all'interno del quale creare strategiche connessioni di business con le aziende del settore e seguire in live streaming il ricco palinsesto di appuntamenti formativi dedicati a food, beverage, design, wellness, technology e digitale, trasmesso dal palco di Hospitality.



#HOSPITALITYRIVA | hospitalityriva.it

PER QUESTA EDIZIONE
ARRIVIAMO NOI DA VOI





Dal 1° al 4 febbraio 2021 Riva del Garda Fierecongressi presenta **Hospitality Digital Space**, una edizione eccezionale di Hospitality pensata per fornire a tutti i professionisti che lavorano nel settore dell'accoglienza e della ristorazione i migliori strumenti per guidare il cambiamento.

In attesa di poter tornare, nel 2022, a valorizzare le eccellenze delle oltre 500 aziende espositrici che ogni anno scelgono Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza per presentare i propri prodotti a tutta la community degli operatori dell'Ho. Re.Ca., Hospitality Digital Space propone uno **spazio virtuale nuovo e dinamico per fare formazione e creare nuove opportunità di business** attraverso networking e sinergie.

«L'incertezza dovuta all'emergenza sanitaria non ci consente di garantire il consueto svolgimento della Fiera. Hospitality, infatti, si rivolge ad un mondo molto fisico, fatto di materiali, sapori ed esperienze, ancora impossibile da trasferire totalmente in modalità digitale - commenta **Alessandra Albarelli**, direttrice generale di Riva del Garda Fierecongressi. - Abbiamo così messo al centro le esigenze dei nostri espositori e visitatori, che appartengono ad uno tra i settori più colpiti

dalla pandemia, che hanno bisogno di tutti gli strumenti e le conoscenze per innovare e ripensare le loro attività. Da qui la decisione di confermare il nostro appuntamento creando Hospitality Digital Space, un percorso di formazione per permettere al settore di incontrarsi e confrontarsi dando nuovo impulso al business».

Hospitality Digital Space coinvolgerà esperti e testimonial professionali in appuntamenti gratuiti e workshop, favorendo il business e offrendo **opportunità di visibilità alle aziende e ai partner nell'Area Expo**. Un ricco calendario di incontri in cui si alterneranno approfondimenti dedicati all'hotel management, al design, alla sanificazione, al food & beverage, tech, mixology, tendenze brassicole. Mercoledì 3 e giovedì 4 febbraio, inoltre, è previsto un percorso specialistico per la formazione e l'aggiornamento dell'hospitality digital manager con **Onspitality**.



Il futuro dell'ospitalità ad Hospitality Digital Space

Formazione, trend e opportunità di business per guidare il cambiamento del settore Ho.Re.Ca. attraverso un nuovo spazio dinamico future-oriented

🕒 5' e 35"

«Vogliamo offrire al settore tutto il supporto necessario per disegnare il futuro dell'ospitalità mantenendo Hospitality come un hub in cui condividere idee e creare sinergie, dove conoscere e apprendere gli strumenti utili per far crescere la propria impresa rendendola competitiva - continua Alessandra Albarelli. - Molti professionisti, grazie anche alla formazione online, hanno infatti saputo reagire a questi mesi modificando i propri servizi e utilizzando nuovi strumenti per diversificare l'offerta. Sono state ripensate le camere, rivisti gli spazi di bar, lounge e luoghi di possibile aggregazione, sono cambiate le reception e i sistemi per check-in e check-out sfruttando la tecnologia per garantire il distanziamento e la sanificazione. Il futuro dell'ospitalità si muoverà in questa direzione, puntando su sostenibilità e valorizzazione del territorio, con particolare attenzione alla sicurezza».

Confermati i concorsi **Solobirra, Best Label** e - novità di quest'anno - **Best Pack**. I produttori delle eccellenze del settore brassicolo potranno proporre le proprie creazioni seguendo i regolamenti

riportati nei bandi dedicati. In primavera le giurie si riuniranno per valutare le qualità organolettiche, le etichette, l'originalità e la creatività dei packaging ed assegnare i riconoscimenti.

Informazioni su Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza.

Organizzata da Riva del Garda Fierecongressi, Hospitality, già Expo Riva Hotel, vanta una superficie espositiva di oltre 40.000 metri quadrati. Nell'edizione 2020, il Salone ha registrato numeri record: 561 espositori, 21.431 operatori professionisti e più di 28.500 visitatori.

www.hospitalityriva.it

@HospitalityRiva

Contatti:

Ufficio stampa Hospitality

Image Building Tel. 02 89011300 - Mail hospitality@imagebuilding.it

Per l'avvio di questa stagione invernale, ancora incerta e comunque difficile, Trentino Marketing ha lanciato su carta stampata, televisioni e canali digitali la prima fase di una campagna che si pone l'obiettivo di comunicare il fascino dell'ambiente del Trentino, senza fare espliciti riferimenti alla vacanza e puntando sul messaggio: «Aspettiamo, ti aspettiamo». Un messaggio che fa leva sul valore della resilienza come strumento per superare i momenti di difficoltà, ma che, nel contempo, evidenzia come il Trentino si stia preparando ad accogliere, appena sarà possibile, i suoi ospiti in sicurezza.

L'impostazione di questa campagna di comunicazione è stata discussa e condivisa dalla task force del settore turismo, composta dall'Assessorato provinciale al turismo, dai rappresentanti delle società degli impianti, dalle Apt e dalle associazioni di categoria. In origine era stata pianificata una campagna di comunicazione per i mercati internazionali che doveva essere avviata agli inizi di ottobre e una per il mercato interno, programmata per i primi di novembre. L'evoluzione della pandemia, al principio dell'autunno, ha poi suggerito di posticipare la partenza della comunicazione, modificandone anche i contenuti.

«Insieme ai colleghi delle regioni del Nord abbiamo lavorato per cercare una soluzione che potesse permettere l'avvio, seppur con regole e protocolli molto rigidi, della stagione invernale - ha evidenziato l'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni** - e contiamo di farlo nel corso del mese di gennaio 2021. Siamo davvero molto vicini a tutti gli operatori che rappresentano il complesso sistema del turi-

«Aspettiamo, ti aspettiamo»

Al via la prima fase della campagna di comunicazione per la stagione invernale in Trentino, con un messaggio incentrato sul tempo dell'attesa

🕒 4' e 10"

👤 Rosario Fichera



smo invernale e che in questo momento vivono grandi difficoltà e cercheremo di farlo concretamente, anche attraverso una rinnovata promozione della vacanza invernale sul nostro territorio».

«Alla luce e coerentemente a questo contesto - ha aggiunto l'amministratore unico di Trentino Marketing **Maurizio Rossini** - abbiamo elaborato e condiviso con le Apt territoriali, le società degli impianti e le associazioni di categoria, un messaggio che segnalasse al mon-

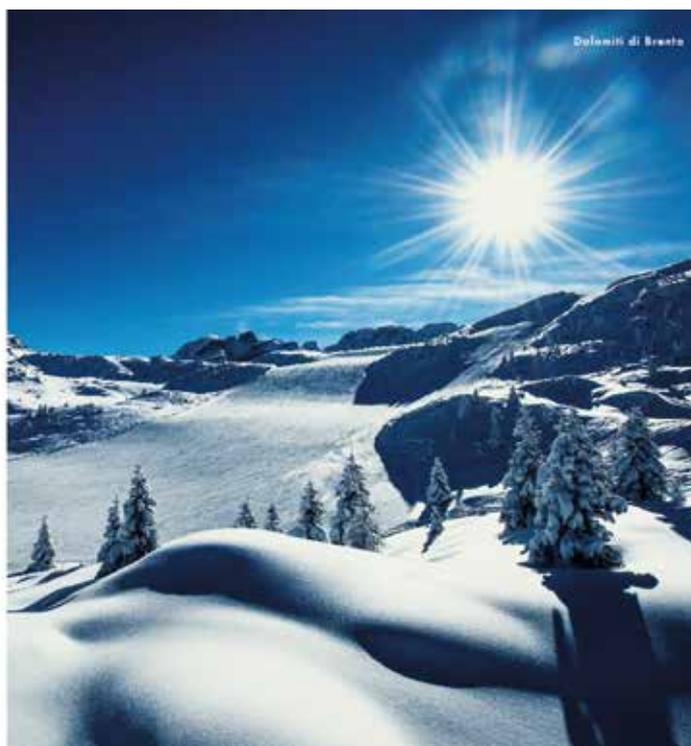
do questa nostra anomala "attesa", nella quale ci stiamo comunque preparando per una prossima apertura delle nostre strutture ricettive e dei nostri servizi».

In particolare la campagna è iniziata lo scorso 3 dicembre, con le uscite a doppia pagina sui principali quotidiani e periodici nazionali, mentre per le tv sono stati pianificati, dal 6 al 19 dicembre, degli spot sulle reti Rai e La7. Inoltre, attraverso i principali canali social Facebook, Instagram, Youtube, Google e Programmatic, è stata programmata la veicolazione di spot video e reel di immagini coerenti con il messaggio delle campagne stampa e Tv. A gennaio 2021 partirà, invece, la seconda fase della campagna di comunicazione, per la quale il messaggio sarà orientato allo sci, alla vacanza,

ne estiva, se pur con un'evoluzione grafica e di contenuto. In particolare la campagna sarà un invito alla vacanza nella declinazione più classica dello sci e delle tante attività outdoor, dell'accoglienza e del relax. La campagna verrà poi ripresa nel mese di febbraio».

Per la promozione sui mercati internazionali più strategici per la stagione bianca (Polonia e repubblica Ceca in particolare) ad inizio anno sarà valutata una eventuale campagna sui canali televisivi.

Dichiarazioni di apprezzamento e condivisione per questa prima fase della campagna di comunicazione incentrata sul «tempo dell'attesa» sono state espresse dai vari rappresentanti della task force del settore turismo. «In questo momento è necessario veicolare messaggi rispettosi del contesto», ha sottolineato il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** che, auspicando l'avvio della cam-



al vivere la montagna a 360 gradi. «A partire da inizio anno, qualora le condizioni lo permettessero - ha spiegato a questo riguardo la responsabile dell'Area Pr Media & Adv di Trentino Marketing **Paola Pancher** - la campagna proseguirà con il concept "Respira, sei in Trentino", già protagonista della comunicazio-

ne istituzionale che invita alla vacanza in Trentino, ha altresì evidenziato: «Abbiamo bisogno di potere tornare presto al nostro lavoro che è proprio quello di accogliere gli ospiti». «Ritengo appropriato il messaggio che andiamo a comunicare - ha aggiunto il presidente dell'Anef **Luca Guadagnini** - in particolare per l'equilibrio tra parole e immagini».

Dubbi Quotidiani Dicembre 2020

42

■ È possibile avere delle agevolazioni dalla Provincia per investimenti e consulenze fatte per contrastare il diffondersi del Covid?

«Nei giorni scorsi la Provincia di Trento ha prorogato al 31 maggio 2021 il termine per la presentazione di domande di agevolazione da utilizzare in compensazione fiscale, nell'ambito di spese sostenute per investimenti e consulenze anti Covid. Sono ammissibili ad agevolazione gli investimenti per l'acquisto di attrezzature e interventi per contrastare il virus (comprese le spese tecniche di progettazione, direzione lavori, sicurezza, certificazione e collaudo statico nella misura massima dell'8% degli investimenti immobiliari previsti) e per l'acquisto di strumenti e applicativi per smartworking, nonché le consulenze volte ad ampliare la diffusione dello smartworking e per l'implementazione di modelli organizzativi e produttivi destinati a contrastare il diffondersi del virus e ad adeguarsi alle nuove esigenze di distanziamento sociale.

La spesa minima ammissibile è così parametrata:

- fino a 10 addetti: 5.000 euro;
- da 11 a 50 addetti: 10.000 euro;
- fino a 250 addetti: 40.000 euro.

La spesa massima ammissibile è fissata in 300.000 euro, mentre la misura del contributo è del 30% sulla spesa ammissibile».

■ Se un cliente vuole usare il bonus vacanza, quali sono gli adempimenti e la procedura a carico dell'impresa ricettiva?

«Al momento del pagamento a favore del fornitore del corrispettivo dovuto per il servizio reso, il fornitore acquisisce il codice univoco (o il QR-code) e lo inserisce, unitamente al codice fiscale dell'intestatario del documento di spesa e all'importo del corrispettivo dovuto, nell'area riservata del sito internet dell'Agenzia delle Entrate a cui accederà con le credenziali Entratel o Fisconline rilasciategli dall'Agenzia delle Entrate o mediante la sua identità digitale SPID o la Carta nazionale dei Servizi. In esito alla verifica dello stato di validità dell'agevolazione e dell'importo massimo dello sconto applicabile, il fornitore conferma, a sistema, l'applicazione dello sconto e, da questo momento, l'agevolazione si intende interamente utilizzata e non può essere più fruita da alcun componente del nucleo familiare. Al momento del pagamento, il fornitore del servizio dovrà indicare, altresì, nella fattura o nel documento commerciale o nello scontrino/ricevuta fiscale, il prezzo di vendita comprensivo dello sconto e dell'imposta sul valore aggiunto applicata sull'intero ammontare e l'importo dello sconto applicato».

■ È possibile applicare il bonus facciate alle spese di sola tinteggiatura della facciata esterna di un edificio sostenute nell'anno 2020?

«Sì, è possibile usufruire del "bonus facciate" nella misura del 90% delle spese documentate sostenute nell'anno 2020. Anche per queste spese, il contribuente può, inoltre, scegliere se optare per il cosiddetto "sconto in fattura", cioè un contributo, sotto forma di sconto sul corrispettivo dovuto, di importo massimo non superiore al corrispettivo stesso, anticipato dal fornitore di beni e servizi, oppure per la cessione di un credito d'imposta corrispondente alla detrazione spettante ad altri soggetti, inclusi gli istituti di credito e altri intermediari finanziari».



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



NEL **TURISMO** *Crescita professionale*

La formazione, la conoscenza, la professionalità, la qualità del lavoro sono i fondamentali per dare risposte positive e qualificate ai lavoratori e alle imprese, e a chi beneficerà di tali servizi. EBT del Trentino contribuisce proponendo, a chi opera nel settore, un'offerta formativa ampia e di qualità con l'obiettivo di dare anche risposte al tema di un'occupazione stabile e di qualità.



NEL **TURISMO** *Sostegno al reddito*

Iniziative e attività di sostegno al reddito dei lavoratori del settore coinvolti in processi di ristrutturazione e/o riorganizzazione sono strumenti con i quali EBT interviene al fine di mantenere la continuità occupazionale ed evitare la dispersione delle professionalità nelle aziende coinvolte. EBT riconosce inoltre con sussidi dedicati l'impegno dei lavoratori che scelgono di frequentare in maniera continuativa i corsi di formazione.



NEL **TURISMO** *Vantaggi e benefici*

I sussidi sotto forma di contributo economico nei casi di congedi parentali, spese per protesi, figli disabili, aspettative, ecc. sono destinati a sostenere i lavoratori e a favorire la permanenza nel settore anche nei casi di temporanee difficoltà economiche o di conciliazione famiglia-lavoro.

Tanti Auguri di Buone Feste



*Ogni fiore che sboccia
ci ricorda che il mondo
non è ancora stanco dei colori*

cit. Fabrizio Caramagna



2022

www.esperia.tn.it
info@esperia.tn.it

 **ESPERIA**[®]
printevolution

LA TUA IMPRONTA VERDE
NEL MONDO DELLA STAMPA.