Turismo & Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

12.2021 Anno XLIX

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

Fondazione Dolomiti Dolomiten Dolomites Dolomitis UNESCO
SOCIO SOSTENITORE

L'ASSEMBLEA ANNUALE TORNA IN PRESENZA

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

IL TURISMO SOFFRE A REPERIRE LAVORATORI
La riflessione dell'assessore Spinelli

I TREND DI MERCATO INTERNAZIONALI
Il mondo dopo il virus e il nuovo turista

I RIFUGISTI TRENTINI IN ASSEMBLEA
Eletto il nuovo Consiglio direttivo

HOSPITALITY 2022 TORNA IN PRESENZA
Appuntamento dal 31 gennaio al 3 febbraio

A SCUOLA DI TURISMO SOSTENIBILE
La formazione di Trentino Marketing e Gardascuola

ntnext.it

la Solare

HOST 2021
SMART LABEL

Inquadra con il tuo
smartphone
il QR code
e scopri di più

FAI RISPLENDERE LA PAUSA CAFFÈ

La Solare riaccende i riflettori su uno dei momenti più importanti della giornata: la pausa caffè.
Un servizio pensato per bevande che uniscano il sapore del caffè in grani alla cremosità del latte fresco, senza dimenticarsi delle esigenze di ogni singola location.

WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM

GAGGIA
MILANO

SEGUICI SU

Sommario

TEMA DEL MESE

Il futuro del turismo e delle imprese alberghiere pag. 4

Asat, le attività svolte nell'anno 2020/2021 pag. 9

La centralità del turismo e le opportunità offerte dal Pnrr pag. 10

VITA ASSOCIATIVA

Il turismo soffre nel reperire lavoratori formati, stabilmente nel tempo pag. 11

I trend di mercato internazionali pag. 15

I rifugisti del Trentino in assemblea pag. 18

SproSS, sottoscritto il Patto di intenti pag. 20

La diversità nella forza lavoro alberghiera pag. 22

Il territorio da vivere su due ruote pag. 24

FEDERALBERGHI

Oltre 14 milioni di italiani in viaggio per le feste (meno 19,9% sul 2019) pag. 26

La crisi per gli alberghi continua pag. 28

GIOVANI

Luigi Tavernaro nuovo presidente dei Gat pag. 30

ECONOMIA E TURISMO

Coppie e azienda pag. 32

LIBRI & TURISMO

Racconti sotto l'albero pag. 34

HOSPITALITY

Hospitality 2022 torna in presenza pag. 36

TRENTINO MARKETING

Giovani competenze al servizio del turismo sostenibile del Trentino pag. 40

NORMATIVE

Dubbi di dicembre pag. 42

MAGAZINE

12.2021 Anno XLIX

Chiusura Editoriale 23 dicembre 2021

In copertina: La platea della 75esima assemblea annuale dell'Asat - Foto Daniele Mosna

tempo di lettura autore dell'articolo

Registrazione Tribunale di Trento n° 163 R.S. del 17/11/1971
Roc n.5504 del 21/07/1998

Direzione, Redazione, Amministrazione:
Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Fabia Sartori Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza

Abbonamento annuo: € 40,00

Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento, Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO

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

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

2022: un augurio per un anno di svolta, sereno e prospero

presidente Giovanni Battaiola

Cari associate e cari associati, siamo giunti alla fine del 2021. Fine d'anno, che per tutti è occasione per fare un bilancio dei dodici mesi appena passati. E, soprattutto in un periodo così delicato come quello attuale, significa «auspicare» il meglio per il prossimo futuro.

Il 2021 è stato un anno difficile, impossibile negarlo. La scorsa stagione invernale, annullata a causa delle restrizioni imposte dal Covid, ha fatto segnare una partenza decisamente negativa. E, se in estate il risveglio dei flussi turistici e il miglioramento della situazione sanitaria avevano portato qualche fondata speranza di ritorno alla normalità per il turismo, la conclusione dell'anno non è per nulla rassicurante, né tantomeno confortante, dal punto di vista delle prospettive, che appaiono davvero incerte. Tengo a puntualizzare il fatto che, in una situazione appunto di grande incertezza e di oggettive difficoltà come quella che ci troviamo a vivere, le imprese alberghiere e turistiche si stanno impegnando (e si sono impegnate nei mesi passati) davvero a fondo per la loro sopravvivenza e, di conseguenza, per quella del settore.

Va, poi, dato atto sia al Governo nazionale sia a quello provinciale di aver lavorato con impegno per supportare le aziende del comparto turistico in difficoltà economica. Certo, si potrebbe fare di più, in particolare in relazione alle ultime restrizioni che porteranno una drastica riduzione dei turisti nelle nostre realtà aziendali, un calo dell'attività del settore turistico complessivo e anche degli altri settori economici collegati. Federalberghi si era rivolta al Governo nazionale chiedendo più sostegni e regole certe ma anche di buon senso. Ed anche l'Asat, dal canto suo, ha sollecitato l'attenzione del Governo provinciale ad essere vicina alle aziende del turismo, che ricordiamo è il settore maggiormente colpito dalla pandemia.

Tornando alle ultime restrizioni, legate al peggioramento della situazione sanitaria, le imprese turistiche, così come i cittadini, si sono trovate disorientate di fronte ai nuovi provvedimenti. Sottolineo, a tal proposito, l'impegno dell'Asat a segnalare le diverse problematiche, facendo proposte ed osservazioni concrete nelle diverse sedi istituzionali. In questa fase dobbiamo anche essere convinti che un aiuto per una relativa normalità nelle nostre vite lo si può avere attraverso la vaccinazione e nel rispetto delle regole di precauzione sanitaria.

Prosegue a Pag. 7

Il futuro del turismo e delle imprese alberghiere

7' e 00" Redatto il 25 novembre 2021

Battaiola ha affrontato l'imminente stagione invernale, il sistema di promozione turistica, le risorse del Pnrr, le misure a sostegno delle aziende e il mercato del lavoro

Stato dell'arte delle strutture alberghiere trentine e nuove sfide per il turismo, presenti e future. Sono questi i principali temi affrontati dall'Asat durante l'assemblea annuale svoltasi a fine novembre a Levico Terme, la settantacinquesima della lunga storia dell'Associazione. Nella sua relazione, infatti, il presidente **Giovanni Battaiola** ha analizzato diversi aspetti del panorama turistico attuale e prossimo, da affrontare e prendere in considerazione con estrema attenzione: dal rinnovato sistema della promozione turistica al Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr), dal mercato del lavoro alle misure a sostegno delle imprese, dalle Olimpiadi invernali 2026 all'imminente prossima stagione invernale.

Tuttavia, il primo argomento affrontato dal presidente è stato il pesante bilancio con cui va a chiudersi l'anno 2021. «La cancellazione della scorsa stagione invernale - ha detto - ha portato conseguenze pesantissime con l'annullamento dei fatturati. La stagione estiva, poi, ha portato ad un significativo recupero di presenze turistiche contribuendo positivamente ai bilanci aziendali. Tuttavia, la chiusura dei bilanci aziendali rimarrà condizionata dall'annullamento della scorsa stagione invernale». Battaiola ha sottolineato la necessità di essere consapevoli che, dopo un 2020 negativo, alla chiusura del 2021 i bilanci saranno ancora in forte sofferenza. «Questo fatto - ha aggiunto - viene spesso scordato sull'onda di un recuperato ottimismo e di un respiro di sollievo per l'avvenuto ritorno ad una relativa normalità. Cogliamo spesso questo atteggiamento anche da parte della stampa o dei media, nei luoghi deputati istituzionali, sociali e politici. Ne consegue un calo di attenzione riguardo ai problemi delle aziende alberghiere e turistiche e del turismo in generale».

Il presidente dell'Asat si è detto preoccupato dalla recente ripresa della pandemia. «Sarebbe deleterio arrivare ad una stagione invernale che non partisse o che si svolgesse su livelli di attività molto bassi.

Foto Daniele Mosna

Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola

È per questo che, come Associazione, insistiamo in tutte le sedi nel ribadire la necessità di provvedimenti di sostegno delle nostre aziende. Apprezzata, oltreché stimolata, l'adozione dei provvedimenti di «Riparti Trentino». Tuttavia, nel prossimo futuro, riteniamo che siano ancora utili quanto necessari altri interventi a sostegno del settore turistico, delle aziende alberghiere e delle altre che ne fanno parte».

Il palco della 75esima assemblea annuale dell'Asat

Il sistema della promozione turistica

La pandemia ha indotto e rafforzato nuovi modi di fare turismo: il turismo post Covid sarà diverso da quello che abbiamo conosciuto. E questo si concretizza in: nuove tendenze dei turisti, richieste di nuovi prodotti turistici, nuovi modi di concepire e fruire della vacanza. Emerge con forza rispetto al passato la voglia di un rapporto più forte con l'ambiente naturale, con il territorio, con la cultura del territorio. «Il nostro sistema turistico è sempre stato attento, peraltro, a questi aspetti - ha sottolineato Battaiola - che le nuove tendenze rafforzano, esaltano o spingono a reinventare. Le scelte che, oggi, devono essere fatte vanno inserite in modo coerente con la visione strategica di un territorio e di una comunità che riconoscono nella sostenibilità ambientale, economica e sociale il fattore di successo per il turismo trentino. Trentino marketing sta lavorando in questa direzione e a breve verrà presentato il nuovo Piano operativo della società, che interpreterà le nuove richieste del mercato, darà forza e coerenza alle azioni del sistema turistico trentino». Il presidente ha, poi, rimarcato che il valore di tutte queste scelte sta nella visione e nel procedere assieme come sistema, dove tutte le componenti agiscano come sistema turistico.

Scannerizza il codice QR per leggere **l'intervento del presidente Giovanni Battaiola**

75ª ASSEMBLEA ANNUALE
25 NOVEMBRE 2021 | Levico Terme

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr)

«Un turismo che funzioni ha bisogno di infrastrutture fisiche e digitali, di un sistema formativo efficiente, di un rapporto tra scuola e mondo del lavoro effettivo, di un mercato del lavoro che dia risposta alle aziende», ha spiegato Battaiola. «Auspichiamo che le risorse del Pnrr - ha aggiunto - possano essere impiegate all'interno di una visione strategica e che vengano privilegiati gli obiettivi di qualificazione del territorio, del sistema economico e sociale. In tal senso la sostenibilità va interpretata non solo a livello ambientale, ma complessivamente a livello economico e sociale». L'Asat ha preso atto dell'entità delle risorse che sono state, a livello nazionale, destinate direttamente al comparto turistico. «Le proposte progettuali - ha detto - che la Provincia autonoma ha redatto su "Digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo", su "Rivoluzione verde e transizione ecologica", su "Infrastrutture e mobilità", su "Istruzione, formazione, ricerca e cultura", su "Equità sociale, di genere e territoriale" e su "Salute" devono confrontarsi con il mondo delle imprese e con le loro esigenze e richieste. Ribadiamo, come Associazione, il nostro interesse ad un confronto produttivo e costruttivo».

Il mercato del lavoro

«La recente stagione estiva - ha commentato Battaiola - ha confermato la difficoltà per le imprese turistiche a reperire personale. Tale fenomeno interessa trasversalmente diversi settori dell'economia. Abbiamo osservato che questa situazione è pesante soprattutto nel turismo e nei servizi, anche in quelli professionali». Le difficoltà riscontrate non stanno solo o in gran parte in una rigidità nel rapporto tra domanda ed offerta di lavoro, nell'inadeguatezza degli strumenti e dei soggetti deputati nel mettere in relazione le aziende con i lavoratori. «Tant'è che - ha affermato - anche l'Agenzia del lavoro ha iniziato a cambiare passo, aprendosi alle esigenze delle imprese, instaurando un proficuo dialogo e una collaborazione operativa concreta con le categorie economiche, almeno per quanto riguarda il settore turistico. I primi positivi risultati li stiamo vedendo nella campagna di reclutamento dei lavoratori per la stagione invernale». Battaiola ha aggiunto, poi, che una recente ricerca dell'Ispat rivela la scarsa attitudine dei datori di lavoro del settore turistico a valorizzare la ricerca di personale attraverso agenzie interinali o centri per l'impiego. «Il reclutamento - ha chiarito - avviene in prevalenza per conoscenza diretta dell'imprenditore del lavoratore o per passaparola. E questo non aiuta a risolvere il problema del reperimento del personale».

Il presidente dell'Asat ha dichiarato che è necessario prendere atto della diversa percezione del valore sociale e personale del lavoro rispetto al passato, dove

incide anche l'esigenza di molti ad una vita personale e della gestione del proprio tempo che confligge con l'idea che il lavoro ha preminenza su tutto. «Urge - ha proseguito - introdurre nelle aziende metodi di organizzazione del lavoro innovativi che possano dare risposte ai problemi». Un'altra criticità, o presunta tale, è la bassa retribuzione come fattore di allontanamento dei lavoratori dal settore. «Ci pare - ha commentato - che questa ipotesi sia debole. E, invece, siamo convinti che un fattore che contribuisce negativamente sull'attrattività del settore sia la discontinuità del lavoro legata alla stagionalità. Ecco perché rimane fondamentale l'effettiva applicazione delle condizionalità in presenza di sostegni al reddito».

In tale contesto Battaiola ha dichiarato che elemento imprescindibile è la sostenibilità nei bilanci aziendali, poiché «se l'azienda non produce valore, non può distribuire valore». «Questo vale - ha aggiunto - come quadro di riferimento per qualsiasi ipotesi di definizione di contratto integrativo territoriale, che non può essere un obiettivo fine a se stesso ma deve poter affrontare i reali problemi delle imprese e dei lavoratori».

Altro fattore importante da considerate è che «le norme vigenti di carattere tributario e fiscale incidono pesantemente su queste

... Segue dalla prima pagina

2022: un augurio per un anno di svolta, sereno e prospero

presidente Giovanni Battaiola

Non posso infine fare a meno di ricordare doverosamente, oltre all'impegno degli organi direttivi dell'associazione, il grande lavoro profuso dalla nostra struttura operativa, che ha raggiunto e garantito anche nel 2021 un livello di assistenza agli associati di altissimo profilo, tanto da divenire fermo punto di riferimento anche per molti altri attori del turismo sul territorio.

Guardiamo comunque al futuro con la speranza che l'anno nuovo possa segnare un ritorno alla normalità, che al momento non appare certa ma su cui contiamo davvero molto. Auguro a tutti voi, alle vostre famiglie, ai vostri collaboratori un Buon Natale ed un 2022, sereno, prospero e di svolta rispetto a questa difficile situazione.

dinamiche e non aiutano a introdurre strumenti che valorizzino la professionalità e premino il raggiungimento di risultati indicati dall'azienda ai propri collaboratori». Battaiola ha indicato alcuni punti fondamentali, tra cui: «rendere più sistematica e secondo criteri di cultura organizzativa e manageriale la ricerca del personale in tutte le sue fasi», «migliorare i criteri di gestione del personale per valorizzarne la professionalità e il ruolo di attori dentro le aziende senza tralasciare di innovare l'organizzazione aziendale ed il prodotto offerto», «affrontare senza tabù il tema del lavoro, del suo mutato valore sociale, di vedere in che modo l'azienda da un punto di vista organizzativo può cercare delle risposte», «migliorare il rapporto tra sistema formativo provinciale, in particolare quello della formazione professionale con le imprese» e «sollecitare una riforma della fiscalità che porti in busta paga più risorse al lavoratore senza pesare eccessivamente sui costi aziendali».

Le misure a sostegno delle imprese

Tra le misure a sostegno delle imprese che il presidente dell'Asat chiede di confermare ci sono l'esenzione totale dall'Imis, il credito imposta per gli affitti, la proroga delle moratorie di mutui e le garanzie sui crediti e il finanziamento gli ammortizzatori sociali con causale Covid-19. «Nello stesso tempo - ha proseguito Battaiola - è necessario sostenere la prospettiva di un consolidamento, ammodernamento ed ulteriore qualificazione delle singole imprese turistiche e del settore turistico nel suo insieme». L'Asat ha chiesto lo stanziamento di risorse per sostenere il superbonus, il credito di imposta, il fondo montagna, i fondi di rotazione, il rifinanziamento sulle leggi di settore. Inoltre, L'Associazione ha accolto con favore il provvedimento provinciale per la patrimonializzazione delle imprese e il Bando qualità Trentino per il turismo e guarda con attenzione all'attivazione di un «fondo alberghi».

Battaiola ha concluso la sua relazione sottolineando che «le Olimpiadi invernali del 2026 sono una straordinaria occasione di promozione per il Trentino a livello internazionale». Non solo. L'imminente stagione invernale è stata oggetto di riflessione. «Attesa ed aspettative sono alte - ha chiosato - ma purtroppo i contagi in crescita, nei nostri mercati esteri di riferimento e nelle Regioni italiane, stanno portando ad ipotizzare provvedimenti che potrebbero limitare il movimento turistico. L'Asat lavora giornalmente con Trentino Marketing, ApT e tutti gli attori del turismo affinché vi sia una comunicazione coordinata, aggiornata e puntuale in merito a protocolli, linee guida e a tutto ciò che le persone desiderano sapere per poter vivere una vacanza in assoluta sicurezza».

Foto pixabay.com

Asat, le attività svolte nell'anno 2020/2021

RELAZIONE SULL'ATTIVITÀ SVOLTA: L'IMPEGNO ASSOCIATIVO DI UN ANNO

Riunioni, documenti, analisi di leggi, proposte, rapporti istituzionali. Tutto questo è contenuto nella relazione sull'attività svolta nel corso di tutto il 2021. Un anno condizionato fortemente dalla crisi pandemica e dai suoi effetti sulle aziende e sui loro bilanci. Con questa situazione l'attività sindacale ed associativa si è dispiegata nel cercare di porre rimedio tramite proposte di sostegni economici sia a livello provinciale che nazionale. Importante, in questo contesto, il ruolo svolto da Federalberghi nelle sedi parlamentari e nel confronto con i ministeri. Grande anche l'impegno informativo e di assistenza nei confronti degli associati e di molti altri attori privati e pubblici svolto dagli uffici dell'Asat. Per chi volesse approfondire è possibile accedere alla versione integrale della relazione tramite il QR code riportato in pagina.

Scannerizza il codice QR
per leggere la **relazione sull'attività svolta nell'anno 2020/2021**

RICCARDO SALOMONE, PRESIDENTE DELL'AGENZIA DEL LAVORO

L'Agenzia del Lavoro sempre più chiamata ad essere attore strategico nella partita del rapporto domanda ed offerta, tra imprese e lavoratori, anche grazie ad una intensa collaborazione con le associazioni di categoria. Da ricordare, a questo proposito, il protocollo di intesa per il settore turismo stipulato in prossimità della stagione invernale, che ha consentito un significativo passo in avanti con la profilazione delle candidature dei lavoratori e la loro messa in relazione con le aziende. L'altra grande funzione ricordata è stata quella della formazione e dell'aggiornamento dei lavoratori nel contesto di esigenze sempre più mirate avanzate dalle imprese. Non è mancato il riferimento alle difficoltà di reperimento di lavoratori da parte delle imprese: un problema complesso che per essere risolto va affrontato dal lato degli strumenti di gestione e organizzativi utilizzati da imprese e lavoratori, della percezione del ruolo sociale e della valorizzazione del lavoratore e da ultimo, ma non ultimo, dal reddito erogato.

GIUSEPPE CALICCIA, CONSULENTE STRATEGICO EMPLOYER BRANDING

L'employer branding rientra tra le attività di marketing aziendali e mira a posizionare il proprio brand alberghiero come il migliore a tutti i livelli, incluso anche il punto di vista occupazionale: il proprio hotel inteso, quindi, come il luogo ottimale in cui lavorare. L'employer branding non è un metodo di reclutamento a breve termine, «sotto data in previsione della imminente ripartenza della stagione», ma mira a promuovere al meglio il proprio brand alberghiero al fine di attrarre e fidelizzare in maniera continuativa i migliori talenti attraverso lo sviluppo di un piano d'azione di marketing. All'interno del piano marketing l'imprenditore deve scegliere con attenzione il target di dipendenti che desidera attrarre: fidelizzare i dipendenti attuali, promuovere le nuove posizioni aperte nei confronti di potenziali dipendenti o aspiranti dipendenti. Il piano marketing deve anche includere le istituzioni con cui promuovere il proprio brand: ad esempio, sviluppare delle partnership con le scuole alberghiere al fine di attirare le risorse appena formate. Interessante conoscere che, nel caso specifico del Trentino, i concorrenti che attraggono i diplomati della scuola alberghiera non sono rappresentati da altri albergatori, bensì dalle navi da crociera che assumono grande parte delle risorse formate in provincia.

La centralità del turismo e le opportunità offerte dal Pnrr

1' e 00" Giovanna Tasin, redatto il 25 novembre

Il presidente della Provincia Fugatti e l'assessore Failoni hanno partecipato all'assemblea annuale dell'Asat

Il turismo come punto nevralgico dell'economia trentina e le opportunità offerte al settore dal Piano nazionale di ripresa e resilienza. Sono queste le due principali tematiche affrontate durante la 75esima assemblea annuale dell'Asat, introdotta e condotta dal direttore **Roberto Pallanch**, dal presidente della Provincia di Trento **Maurizio Fugatti** e dall'assessore al turismo **Roberto Failoni**.

Ai presenti in sala Fugatti ha sottolineato la consapevolezza da parte del Governo provinciale dell'importanza che riveste il comparto turistico e ricettivo nell'economia del territorio trentino. «La pandemia ha dimostrato, anche a coloro che non ne erano già consapevoli - ha affermato il presidente - l'importanza del turismo come settore nevralgico per la crescita del nostro Pil e la necessità di investirne importanti risorse».

L'assessore Failoni ha, poi, introdotto le ultime novità, presentando agli operatori in sala alcune anticipazioni sul Decreto Pnrr (Piano nazionale di ripresa e resilienza) per il turismo voluto dal ministro **Massimo Garavaglia**, invitandoli a cogliere le straordinarie opportunità derivanti dal Piano. Failoni è, inoltre, intervenuto su quanto trasmesso erroneamente da alcune emittenti televisive che hanno indicato il «Trentino in zona rossa», spiegando ai presenti il lavoro fatto con i media nazionali per rimediare ed impedire ulteriori malintesi. Infatti, la stagione partita in modo promettente e con un buon livello di prenotazioni, ha visto nell'ultimo periodo delle cancellazioni a causa dell'incertezza e della confusione trasmessa. Infine, l'assessore ha fatto un appello alla vaccinazione, ricordando che rappresenta l'unica strada per affrontare con serenità sia la situazione sanitaria sia la stessa stagione invernale.

All'assemblea sono intervenuti, inoltre, il commissario del Governo **Gianfranco Bernabei**, il comandante provinciale dell'Arma dei Carabinieri **Simone Salotti**, il sindaco di Levico **Gianni Beretta**, il presidente del Consiglio Provinciale **Walter Kaswalder** l'assessore regionale agli Enti Locali **Lorenzo Ossana,** l'onorevole **Emanuela Rossini**, il presidente di Agenzia del lavoro **Riccardo Salomone**, il sindaco di Levico **Gianni Beretta**, i consiglieri provinciali **Michele Dallapiccola, Piero Degodenz, Paola Demagri, Alessio Manica, Denis Paoli, Luca Zeni**. In rappresentanza delle categorie economiche i presidenti **Marco Segatta** dell'Associazione Artigiani, **Giovanni Bort** per la Cciaa e Confcommercio, il vicepresidente dell'Unat **Enzo Bassetti, Renato Villotti** per Confesercenti e i direttori **Nicola Berardi, Aldi Cekrezi, Alessandro Ceschi** e **Alessandro Santini** vicedirettore di Confindustria Trento. Presenti anche i presidenti di Apt **Denis Pasqualin, Antonio Stompanato, Michele Viola**; i dirigenti provinciali **Laura Pedron, Stefania Terlizzi, Sandra Cainelli** ed ancora il direttore dell'Enaip, **Mario Malossini**.

Foto Daniele Mosna

L'assessore provinciale al turismo Roberto Failoni (a sinistra) e il presidente della Provincia Maurizio Fugatti (a destra)

Il turismo soffre nel reperire lavoratori formati, stabilmente nel tempo

A due anni dall'inizio della pandemia una riflessione sulle politiche del lavoro

7' e 00" Achille Spinelli, Assessore allo Sviluppo Economico Ricerca e Lavoro

Foto provincia.tn.it

L'assessore provinciale Achille Spinelli

Mi trovo a fare alcune riflessioni da Assessore allo Sviluppo Economico Ricerca e Lavoro che, all'inizio del suo quarto anno di mandato, è ancora immerso in una pandemia globale che sta durando da ormai due anni e che ha stravolto l'economia, ma anche i paradigmi di relazione, di mobilità, di organizzazione del lavoro.

Nel 2020 abbiamo vissuto la fase di recessione più grave dal dopoguerra. Una crisi profondamente diversa dalle precedenti, perché contemporaneamente di natura socio-sanitaria, economica e finanziaria. A cavallo tra il 2020 e il 2021 non abbiamo attivato la stagione turistica invernale: quasi 10.000 lavoratori trentini tradizionalmente impegnati in questo settore sono rimasti disoccupati e inizialmente senza sostegni, il 48% del fatturato turistico complessivo annuale saltato, un prodotto interno lordo turistico ridotto per oltre 1 miliardo di euro. Operatori della filiera, ma anche dell'indotto, completamente bloccati. Il PIL complessivo dell'anno in contrazione del 9,8%. La Giunta provinciale ha deciso di sostenere l'economia come non mai, per evitare che il nostro tessuto di piccoli imprenditori si riducesse con effetti pesantemente negativi anche per il mondo del lavoro.

Abbiamo erogato come Provincia autonoma di Trento, e quindi in aggiunta allo Stato e a quello che dallo Stato hanno ricevuto le imprese sul restante territorio nazionale, ben 356,5 milioni di euro a fondo perduto. Cui si è aggiunta una liquidità extra in forma di mutuo garantita dal Fondo Centrale di Garanzia pari a oltre 2 miliardi di euro.

E poi, da aprile il 2021, il sistema economico è tornato improvvisamente ad essere in ripresa, si stima un più 5,7% del PIL e una proiezione sul 2022 di più 5,3%. Il mercato del lavoro è in forte espansione. Se guardiamo i primi 9 mesi dell'anno nel 2021 sono stati attivati oltre 119.000 nuovi contratti, nel 2019 erano stati quasi 121.000. Quindi in lieve contrazione, ma si tratta di un dato che va letto considerando che a fine gennaio 2021 eravamo a 32.830 contratti in meno dello stesso periodo del 2019 a causa del lock-down in molti settori. I dati sono ancora più positivi se si tiene conto che nei nove mesi del 2021 le cessazioni lavorative sono calate di 7.889 unità per un meno 8% rispetto al 2019. L'Europa ha stanziato oltre 200 miliardi di euro per l'Italia (Fondi Next Generation UE/PNRR) da spendere nel periodo 2021-2025, che si aggiungono alla tradizionale programmazione comunitaria 2021-2027 (FESR/FSE) e per il nostro territorio alle risorse destinate alle Olimpiadi Invernali del 2026. Vi sarà quindi una fase di espansione assicurata almeno fino al 2025 e, speriamo, sostenibile anche per gli anni a venire.

Ora il tema è diventato nuovamente la difficoltà di reperire lavoratori formati o, comunque, desiderosi di formarsi e rimanere in un ambito economico definito. Nel settore turistico alberghiero vi è stato anche un problema di «abbandono» da parte di alcuni lavoratori storici, che non hanno retto la crisi e che hanno preferito ricollocarsi nel manifatturiero o nel settore dei servizi alla persona. Per questo ancora più di prima è necessario che le politiche e le azioni messe in atto della Provincia puntino a:

1. avvicinare domanda e offerta di lavoro, investendo sulla formazione;
2. riattivare l'occupazione femminile. Nella sola Provincia di Trento, se nel 2020 il tasso di occupazione delle donne tra 15 e 64 anni fosse stato pari a quello degli uomini, ci sarebbero state 20.000 persone occupate in più;
3. risolvere il problema dei NEET - i cosiddetti giovani che non sono né a scuola, né al lavoro e che quindi non acquisiscono autonomia, non creano ricchezza e non iniziano a crearsi un futuro previdenziale;
4. superare alcune «non attivazioni» causate dai sussidi pubblici (Reddito di cittadinanza/Assegno Unico Provinciale);
5. attirare in Trentino anche lavoratori da fuori provincia, meglio se intenzionati a trasferirsi stabilmente con l'intera famiglia anche nelle valli.

Cuochi al tempo del Covid-19

L'immagine del profilo Facebook dell'Agenzia del lavoro

Ad inizio 2021, consapevole della necessità di affrontare una fase come l'attuale con una visione quanto più ampia possibile, ho attivato gli Stati Generali del Lavoro. Un percorso di studio, ascolto, consultazione e confronto, coordinato dal giurista **Riccardo Salomone**, presidente di Agenzia del Lavoro, e composto da 12 esperti stabili - espressione del mondo dell'imprenditoria, della ricerca, dell'innovazione e della Università. Come sottolinea il professor Salomone, il documento finale, che sarà presentato a gennaio 2022, si comporrà di quattro riforme, venti proposte e tre progetti che proveranno a rispondere a due sfide cruciali per l'economia trentina dei prossimi anni. Da un lato quella delle transizioni, ovvero di una migliore e più forte presa in carico da parte del sistema territoriale delle persone che si formano e lavorano in Trentino, con una particolare attenzione all'inserimento o reinserimento lavorativo di giovani, donne e persone a rischio esclusione. Dall'altro la sfida dello sviluppo del sistema economico, sociale e istituzionale, con una particolare attenzione all'innovazione sostenibile, al sistema formativo e all'implementazione, anche in ottica digitale e dei servizi.

Agenzia del Lavoro, in questo quadro, ha avviato una riorganizzazione interna ispirata all'ambizioso progetto di «collocare la persona giusta al posto giusto», attraverso un'operatività multi livello, così sintetizzabile:

1. reinserimento lavorativo immediato per i soggetti facilmente occupabili;
2. aggiornamento per adeguare le competenze per chi già è formato ma necessita di riallinearsi con il mercato del lavoro;
3. riqualificazione per chi necessita di una più intensa attività di formazione per rimettersi in asse con le richieste dei datori di lavoro;
4. inclusione per coloro i quali si trovino maggiormente in difficoltà (percettori del Reddito di cittadinanza, lavoratori fragili, e così via);
5. ricollocazione collettiva in ipotesi di crisi aziendale.

Questo progetto può essere sostenuto anche grazie alle risorse del programma GOL (Garanzia Occupabilità Lavoratori) che porterà in provincia di Trento oltre 45 milioni di euro e grazie ai fondi strutturali 2021-2027 che abbiamo deciso di investire su questa linea, di importo quasi equivalente allo stanziamento GOL. Per i target definiti dal Paese entro il 2025 la Provincia dovrebbe raggiungere con i servizi circa 30.000 lavoratori disoccupati o sospesi dal lavoro; di questi circa 22.500 dovrebbero rappresentare le categorie più svantaggiate, con obbligo di raggiungere almeno 8.000 persone tramite attività formativa. Per 3.000 persone l'attività formativa dovrà consentire lo sviluppo delle conoscenze digitali.

Le politiche del lavoro non possono però essere indipendenti, serve una integrazione sempre più spinta fra le politiche del lavoro e la politica industriale (pensiamo alla collaborazione fra Agenzia del Lavoro e Trentino Sviluppo con riguardo alla ricerca di personale), fra le politiche del lavoro e quelle sociali (si sta lavorando alla definizione

dei programmi di presa in carico integrata di soggetti particolarmente fragili), fra le politiche del lavoro e quelle dell'istruzione (certificazione delle competenze, sviluppo dell'apprendistato duale, valorizzazione dell'offerta formativa professionale).

Naturalmente, particolare attenzione va prestata ai bisogni di uno dei settori più importanti per l'economia trentina, ovvero il comparto turistico. In ragione di questo Agenzia del Lavoro ha inteso potenziare i propri sforzi per supportare il bisogno di manodopera di questo strategico comparto con azioni mirate e concertate a livello territoriale. In vista dell'imminente partenza della stagione turistica invernale, nel mese di ottobre, si è avviata quindi la campagna *Winter Recruiting,* intesa come insieme di risorse a disposizione di aziende e lavoratori, i quali - con il supporto degli operatori dedicati di Agenzia del Lavoro e delle associazioni di categoria - possono, rispettivamente, richiedere personale qualificato e proporsi per le mansioni più in linea con le proprie competenze, anche avvalendosi di strumenti digitali potenziati per l'ottimizzazione dell'incrocio tra domanda e offerta, compresa la pubblicazione delle offerte di lavoro, la realizzazione dei curriculum vitae e la selezione dei candidati. Grazie alla condivisione delle informazioni sul fabbisogno di personale tra le associazioni di categorie e Agenzia del Lavoro, sarà, inoltre, possibile per quest'ultima attivare ulteriori servizi di promozione sino ad allo scouting sul territorio nazionale attraverso accordi bilaterali e/o multistakeholder con specifiche regioni individuate tra quelle in cui l'offerta di risorse è sensibilmente maggiore della domanda (ad esempio Puglia, Calabria, Abruzzo, eccetera). A questo scopo si ricorda come Agenzia del Lavoro di Trento ha in riuso con altre amministrazioni regionali (Puglia, Umbria, Calabria tra le altre) il medesimo sistema informativo per la gestione dell'incontro domanda/offerta. Questo potrebbe di fatto realizzare un prototipo di borsa del lavoro turistica consentendo lo scambio di informazioni, curriculum vitae, vacancy a partire da una stessa base dati in grado di facilitare l'interconnessione dei cittadini che vogliano candidarsi velocizzando i tempi di raccolta delle informazioni e promuovere sui territori le iniziative in corso.

Foto pixabay.com

I trend di mercato internazionali

Escursionisti in passeggiata

Il turismo si adatta al virus

5' e 20" Monica Basile

La montagna nelle estati 2020 e 2021 è stata presa d'assalto dai turisti, anche da quelli che prima sceglievano altre destinazioni (estere, capitali europee, mare). Si abbassa l'età media, ritornano le coppie giovani. I turisti a livello internazionale vogliono vivere esperienze estreme in montagna, optano per il turismo lento/low travel, conducono attività sportive all'aria aperta tra cui trekking, itinerari a piedi, bike, sport acquatici. Prende piede il bleisure (tempi di lavoro e di vacanza si sovrappongono). Maggiore attenzione agli aspetti della sostenibilità, anche sociale, intesa come salvaguardia della cultura e delle comunità locali, anche attraverso il turismo enogastronomico.

È quanto emerge, in sintesi, dall'analisi relativa ai trend di mercato effettuata dall'Asat al fine di fornire agli imprenditori delle nuove chiavi di lettura per interpretare la situazione attuale, di leggere i cambiamenti e di trarne vantaggio sviluppando nuovi prodotti che soddisfano nuovi bisogni.

Scalare montagne e superare i confini: incremento di viaggi estremi

È nata una forte domanda per tutti i tipi di viaggi nella natura incontaminata: le persone vogliono trascorrere più tempo all'aperto. Questo genera nuove opportunità per le destinazioni finora considerate come «marginali», presenti anche in Trentino. A livello internazionale si nota un incremento di vacanzieri che desiderano provare esperienze di viaggio estreme (trekking al campo base del Monte Everest, spedizioni di 100 km in Groenlandia, in Antartide, cammino degli Inca), (fonte: www.euronews.com).

Elogio della lentezza: «viaggio lento» a terra «low travel»

Le conseguenze della pandemia hanno portato i turisti a riscoprire nuove modalità di viaggio, come il «viaggio lento», preferendo spostamenti con mezzi propri ed a piedi.

I tour operator prevedono l'aumento del viaggio lento (non c'è fretta di tornare a un ritmo di viaggio veloce). I turisti, inoltre, adottano il low travel, ossia un viaggio in cui si utilizzano mezzi di trasporti a terra: si preferisce usare l'automobile, oppure i clienti arrivano in aereo in una destinazione e poi noleggiano l'auto, girano a piedi, in bici, in treno. A conferma di questo fenomeno citiamo il boom di auto prese a noleggio nelle isole greche e il «tutto esaurito» di vendita/noleggio di camper in Germania per la stagione estiva. Le persone vogliono essere attive in vacanza e continuare a camminare o andare in bicicletta.

Declinazioni di viaggio lento: segmenti in crescita

Itinerari a piedi/camminate. La necessità di distanziamento sociale, sommata ai nuovi trend del turismo sostenibile, ha portato molti turisti a viaggiare lungo i Cammini d'Europa e d'Italia. Il Cammino di Santiago De Compostela ha visto il passaggio di 55mila turisti e sui tracciati italiani si sono registrate 30mila presenze.

Il camminatore è per il 27,8% nella fascia tra i 50 ed i 60 anni (in crescita gli under 30 al 21%); le motivazioni che portano a camminare sono la ricerca del benessere psicofisico (43%), viaggio programmato pre-Covid19 (28%) e bisogno di attività outdoor post lockdown (15%). Nel 96% i «Cammini» vengono percorsi a piedi e solo nel 4% dei casi in bicicletta. (fonti: Turismo Sportivo report 2019, ISNART, e «L'Italia, Paese di Cammini», Terre di Mezzo Editore, 2020).

Turismo sportivo. Può essere considerato turista sportivo sia il «passivo» (ad esempio il tifoso che segue la propria squadra in ritiro) sia l'«attivo» che pratica uno sport in maniera dilettantistica/agonistica. Gli ultimi dati sul turismo sportivo in Italia presentano un netto aumento dell'interesse dei turisti per le attività sportive durante i loro viaggi. Nel 2020 il 32% dei turisti ha svolto delle attività sportive durante la vacanza, segnando un incremento del 14% rispetto al 2019.

Gli sport preferiti sono il trekking (38,5%), il ciclismo (31,1%) e gli sport d'acqua come vela, surf e windsurf (30,9%). Dall'ultimo studio dell'ISNART (2019) è possibile evidenziare le caratteristiche che qualificano un turista sportivo, ovvero anno di nascita tra il 1980 e il 1990 (generazione Y), durata media del soggiorno tra le 4 e le 6 notti, disponibilità di spesa medio-alta, interessi sul turismo culturale e naturalistico, in cerca esperienze da condividere su social network. Le Regioni con il maggior numero di visitatori sportivi sono la Lombardia (23,2%), il Trentino-Alto Adige (17.7%) e l'Emilia-Romagna (14,1%). Sul totale dei flussi turistici esteri, quelli che effettuano più sport in Italia sono i turisti di origine tedesca (29,7%), i turisti austriaci (14,3%) e i turisti francesi (14,1%).

Le politiche turistiche del Trentino dovrebbero tenere conto dell'alta propensione allo sport dell'ospite tedesco ed implementare le azioni per comunicare l'ampia offerta già esistente. Inoltre, la propensione degli sportivi nativi digitali che postano sui social le loro «imprese sportive» favorirebbe il posizionamento del territorio del Trentino come luogo adatto per la fascia di età 30-40 anni, abbassando l'età media dei fruitori del nostro territorio. (fonte: «Italiani popolo di camminatori: è il trekking l'attività più praticata nelle vacanze 2020», Sole24Ore).

Foto pixhere.com

Foto Alexander Debiasi

Windsurf al lago di Garda

Il turismo enogastronomico. Il turismo enogastronomico stimola viaggiatori di tutto il mondo a visitare una destinazione, genera valore economico per un territorio, crea nuove opportunità per i settori del turismo e della produzione agroalimentare. Per quanto riguarda i trend nazionali, il 55% degli italiani ha effettuato un viaggio con motivazione enogastronomica negli ultimi 3 anni, mentre il 66% dei turisti italiani gradirebbe visitare un'azienda produttrice durante la vacanza. Tra le altre principali tendenze internazionali si ricordano: l'enoturismo lento con un approccio attivo (partecipazione alle attività agricole), la digitalizzazione (tramite siti internet dei produttori, i viaggi virtuali e l'acquisto dei prodotti da casa), gli itinerari tematici sulla produzione della birra artigianale, la ripresa più celere dei ristoranti tradizionali di piccole dimensioni rispetto ai ristoranti gourmet di grandi dimensioni e lo sviluppo di canali di vendita diretti per raggiungere il consumatore finale B2C (Business to Consumer) alternativi a quelli Horeca dei ristoranti e Hotel (chiusi). (fonte: Roberta Garibaldi Report 2021 sui trend del turismo enogastronomico).

Turismo sostenibile. Dall'indagine di marzo 2021 condotta da Booking.com su 30.000 rispondenti internazionali è emersa una spiccata attenzione alla sostenibilità. L'83% degli intervistati crede che la sostenibilità sia fondamentale durante un viaggio ed il 61% dei turisti attesta di voler viaggiare in modo più sostenibile. Il 49% dei turisti dichiara di essere più propenso ad adottare atteggiamenti più responsabili. L'81% degli intervistati nel 2021 dichiara di preferire alloggiare in una struttura attenta alla sostenibilità (era il 73% nel 2019).

È necessario che il settore alberghiero si adegui alle nuove esigenze della domanda turistica sostenibile. Il 75% delle strutture dichiarano di aver adottato politiche volte alla sostenibilità, ma solo il rimanente 25% comunica i propri sforzi in modo proattivo. Gli albergatori dovrebbero gestire adeguatamente il riciclo dei rifiuti, avviare politiche di risparmio energetico e sponsorizzare le proprie politiche di sostenibilità per essere maggiormente riconoscibili.

Bleisure. I confini tra i tempi di vita/vacanza e tempi di lavoro si alternano e si confondono. Adesso si lavora da qualsiasi luogo. Destinazioni offrono pacchetti per un anno di residenza/lavoro; hotel e località dovranno creare spazi specifici adibiti ad uffici per soddisfare l'esigenza dei nuovi lavoratori temporanei; nasce l'opportunità per le destinazioni marginali e rurali di accogliere ospiti per soggiorni più lunghi (se vi è la presenza della tecnologia che permette di lavorare).

Per consultare i risultati dei precedenti approfondimenti dell'Asat sugli impatti del Covid-19 e turismo: Turismo e Ospitalità nel Trentino, numero 7/8-2020 «Comunicare ai tempi del Covid-19: le esperienze internazionali»; numero 11/2020: «Strategie di viaggio ai tempi del Covid-19».

I rifugisti del Trentino in assemblea

Eletto il nuovo Consiglio direttivo; accorato il saluto all'ex presidente Alimonta

1' e 50" Davide Cardella

Un nuovo consiglio direttivo per l'Associazione Gestori Rifugi del Trentino, che per i prossimi tre anni sarà guidata dalla neopresidente (eletta lo scorso 14 dicembre) **Roberta Silva**. E un grande ringraziamento all'ormai ex presidente **Ezio Alimonta**, che ha guidato l'Associazione negli ultimi anni e si è occupato di «raccontare» l'intensa attività della stessa anche nel duro periodo della pandemia da Covid-19. È quanto accaduto durante l'annuale assemblea dell'Associazione Gestori Rifugi del Trentino, che si è tenuta martedì 30 novembre nella splendida cornice delle Cantine Ferrari a Trento.

A dare il benvenuto ad ospiti e partecipanti è stato proprio il padrone di casa, **Gino Lunelli**, che, nel suo saluto *«Kalòs kai agathos»* (ovvero «bello e buono») ha voluto legare in un abbraccio immaginario il bello raffigurato dai rifugi e dalle montagne trentine ed il buono rappresentato dai prodotti della sua azienda.

L'assemblea è stata, quindi, aperta dalla relazione del presidente uscente Ezio Alimonta che ha ripercorso quanto fatto dall'Associazione nei mesi della pandemia, considerato anche che l'assemblea del 2020 si era tenuta online. Un lavoro, quello dell'Associazione, a volte forse poco visibile o non evidente a tutti, ma che ha significato una costante presenza ai tavoli provinciali in particolar modo alla Conferenza per le strutture alpinistiche, al Tavolo Azzurro, al Board Commerciale e, soprattutto, alla Task Force turismo dove sono state rappresentate con forza le problematiche specifiche della categoria. Il presidente Alimonta ha, quindi, ricordato l'intensa attività di informazione verso gli associati, da un lato, in merito alle diverse normative anti Covid (protocolli, linee guida per la riapertura delle attività economiche, utilizzo del green pass) e, dall'altro, sulle misure di contributo e ristoro di interesse per i rifugi, sia quelle provinciali contenute in #Ripartitrentino sia quelle previste a livello nazionale come il Fondo Perduto ed il Fondo Montagna.

Al termine della relazione il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** ha voluto ringraziare Ezio Alimonta per quanto fatto in tutti questi anni a favore

Il presidente dall'Asat Battaiola (a sinistra) ringrazia il presidente uscente dei rifugisti Alimonta (a destra)

della crescita dell'Associazione e per tutte le strutture alpinistiche ed escursionistiche della nostra provincia. **Angelo Iellici**, vicepresidente uscente, ha invece consegnato una targa per manifestare ad Ezio la stima e la riconoscenza di tutti i colleghi gestori. Anche l'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni**, nel portare il suo saluto personale assieme a quello della Giunta provinciale, ha voluto ringraziare il presidente Ezio Alimonta ed il segretario **Davide Cardella** per la funzione svolta e per il contributo dato quali interlocutori seri ed affidabili per quanto concerne le tematiche che riguardano la montagna e le strutture alpinistiche. È stata poi la volta di **Antonio Ferro**, direttore generale dell'Azienda provinciale per i servizi sanitari, collegato in video, che ha ricordato l'importanza della campagna vaccinale a difesa della salute della popolazione e quale garanzia per il sereno svolgimento della prossima stagione invernale.

Al termine dell'intervento di **Virna Pierobon** sui principali trend della comunicazione social, l'incontro è proseguito con la presentazione delle candidature per il nuovo consiglio direttivo. La più votata è risultata **Roberta Silva** del Rifugio Roda di Vael con 32 voti, seguita da **Jacopo Bernard** del Rifugio Vallaccia (31), **Francesca Debertol** del Rifugio Contrin (25), **Mara Iagher** del Rifugio Treviso (24), **Lorenzo Battisti** del Rifugio Sandro Pertini (20), **Daniele Rosi** del Rifugio Passo Principe (19), **Raffaele Alimonta** del Rifugio Alimonta (18) e, primo dei non eletti, **Guido Trevisan** del Rifugio Caldenave (16). In occasione della prima riunione del Consiglio direttivo verrà eletto il nuovo presidente che guiderà l'Associazione Gestori Rifugi del Trentino per i prossimi tre anni.

Nella giornata di martedì 14 dicembre, poi, si è svolta la prima riunione del nuovo Consiglio direttivo, che ha eletto **Roberta Silva** come presidente e **Raffaele Alimonta** in veste di vicepresidente. Inoltre, sempre tramite votazione, sono assegnate le deleghe di responsabile dei rapporti con gli associati a **Lorenzo Battisti**, di responsabile della comunicazione a **Jacopo Bernard** e di responsabile dei rapporti con la Provincia di Trento a **Daniele Rosi**.

Foto: Ufficio Stampa Della Provincia

Foto di gruppo al termine della sottoscrizione del Patto per lo sviluppo sostenibile

SproSS, sottoscritto il Patto di intenti

1' e 20" Laura Licati

La firma è stata apposta dalla Provincia con i principali attori territoriali coinvolti nella definizione della Strategia, tra cui l'Asat

Venerdì 5 novembre, in sala Depero del Palazzo della Provincia, si è tenuto il «Forum per un Trentino sostenibile - Strategia provinciale in azione» al fine di confermare gli impegni assunti nella SproSS (Strategia provinciale per lo Sviluppo Sostenibile), ovvero il documento di programmazione strategico che declina a livello provinciale gli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e della Strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile. Nell'ambito del Forum è stato sottoscritto il Patto di intenti fra la Provincia e i principali attori territoriali che hanno concorso alla definizione della Strategia.

Il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** ha siglato l'impegno in rappresentanza delle imprese del ricettivo, alla presenza del vicepresidente della Provincia **Mario Tonina**, delle organizzazioni economiche, degli ordini professionali, dell'Università ed enti di ricerca, dei Parchi naturali. Al Forum hanno partecipato la delegata del Ministero per la Transizione Ecologica **Anna Bombonato** e i dirigenti provinciali maggiormente coinvolti nella SproSS.

L'Asat, con gli interventi degli albergatori **Marco Katzemberger** e **Walter Arnoldo**, esperti in tematiche ambientali, ha contribuito attivamente alla stesura del documento analizzando gli obiettivi di interesse per la categoria e formulando le proposte da realizzare entro il 2030. Le osservazioni hanno riguardato in particolare gli obiettivi rivolti al turismo sostenibile, a territorio e agricoltura, alla mobilità sostenibile, alla responsabilità sociale e ambientale delle imprese.

Nell'ambito del percorso di definizione della SproSS, poi, è stata svolta un'indagine, mediante la somministrazione di un questionario e interviste alle imprese trentine. Tale analisi ha permesso di mappare le pratiche rivolte alla sostenibilità già attuate dalle imprese, con suggerimenti per promuovere uno sviluppo sostenibile della Responsabilità Sociale d'Impresa e della sostenibilità del sistema imprenditoriale. Dall'indagine in questione è nata **Agenda Imprese 2030**, il progetto dedicato alle imprese trentine quali attuatrici degli obiettivi della Strategia provinciale per lo Sviluppo. Rimandiamo al link *https://agenda2030.provincia.tn.it/Trentino-2030/Agenda-Imprese-2030* per una lettura completa del documento.

AZZOLINI

ARREDO E FORNITURE

Via Volta, 2/4 - 37010 Affi (VR) I Tel. 045 6200150 I affi@azzolini.it **www.azzolini.it**

La diversità nella forza lavoro alberghiera

Gli spunti offerti nella recente International Hospitality Investment Conference

2' e 40" Francesca Maffei

Le priorità delle imprese alberghiere sono sempre più concentrate sulla diversità aziendale, l'equità e l'inclusione; albergatori e direttori parlano in modo più sincero dell'argomento e condividono con maggiore trasparenza i loro piani di sviluppo in tal senso. Tuttavia, la creazione di una forza lavoro sostenibile per genere, razza e abilità, a tutti i livelli, richiede tempo e investimenti, in particolare durante questo periodo così sfidante per quanto concerne le assunzioni. Nella recente International Hospitality Investment Conference, organizzata dalla New York University, i relatori hanno offerto alcuni spunti su come stanno affrontando i problemi di diversità aziendale nell'ambiente operativo odierno.

Tony Capuano, CEO di Marriott International, ha dichiarato che il loro top management è composto per oltre il 44% da donne e per il 21% da persone di colore, eppure ne sono completamente insoddisfatti poiché per essere mantenuto, tale risultato, richiede una focalizzazione costante e uno sforzo proattivo senza soluzione di continuità.

Il CEO e presidente di Hilton **Chris Nassetta** ha concordato, definendo il *diversity management* una strategia, che va considerata come qualsiasi altra parte integrante del business, al pari di obiettivi come la crescita dell'unità o della forza del marchio, essendo una voce essenziale per il successo.

Eppure «diversità» sembra avere significati diversi in situazioni diverse, poiché in prospettiva le aziende possono perseguire scopi anche molto distanti tra loro.

Secondo **Keith Barr**, presidente e CEO di IHG Hotels and Resorts, diversità significa qualcosa che cambia a seconda del luogo preso in esame nel mondo; basti pensare ai problemi nelle comunità locali più disagiate. Ad esempio, potrebbe significare costruire corridoi preferenziali per assumere più donne in Arabia Saudita.

Se in un'ottica di *employer branding* l'industria alberghiera è tesa a vendersi meglio ai potenziali dipendenti in cerca di carriere a lungo termine, la rappresentanza delle diversità a tutti i livelli dell'organigramma aziendale fa un'enorme differenza. Sta prendendo piede una nuova generazione di collaboratori, che quando decidono per quale azienda lavorare osservano se ci sono persone che assomigliano a loro. Per questo è fondamentale continuare sul percorso tracciato, occorre capire cosa pensano queste risorse e sapere come motivarle. L'hotellerie è un settore che va ricostruito sul talento, e il talento è diverso dall'esperienza.

Sebastien Bazin, CEO di Accor Hotels, ha affermato che Accor ha una responsabilità aziendale nel processo di assunzione ogni volta che un hotel apre in una location specifica. Il gruppo francese assume 80.000 nuove persone all'anno; di queste, poi, 30.000, per le ragioni più disparate, lasciano il posto di lavoro. Ciononostante, l'amministratore delegato crede fortemente che la cosa migliore da fare sia comunque quella di svolgere un ruolo di ascensore sociale, dando una mano ai diseredati della comunità locale ospitante, offrendo loro un lavoro, formandoli, assicurando loro mobilità e accoglienza. Inoltre, poiché gli hotel con centri convegni di grandi dimensioni hanno da sempre avuto un organico più maschile che femminile, Accor Hotels ha iniziato una pianificazione a lungo termine per superare tale ostacolo, dando alle donne i giusti strumenti per cogliere le opportunità lavorative che si presentano.

In tempi così difficili per chi si occupa di *human resources*, sempre più hotel cercano di personalizzare i vantaggi per adattarli alla forza lavoro. Ciò incide molto sulla fidelizzazione e la soddisfazione dei dipendenti, aiutando al contempo a riempire posizioni critiche. **Sloan Dean**, CEO e presidente di Remington Hotels, ha affermato di garantire, al di là di salari competitivi ormai dati per scontati, programmi di benessere e di cura dei bambini: il 90% del loro personale addetto alle pulizie è di sesso femminile, quindi si è deciso di fornire soluzioni di assistenza all'infanzia. Inoltre, il gruppo offre anche corsi di inglese commerciale.

FRANCESCA SPAGNOLLI ALLA VICEPRESIDENZA DI GARDA DOLOMITI S.P.A.

L'ApT Garda Dolomiti ha definito la nuova «governance», tenendo conto anche dei prossimi sviluppi d'ambito. Il Presidente **Silvio Rigatti** ha voluto al suo fianco, alla vicepresidenza, **Francesca Spagnolli**, attuale consigliere in Asat e già membro del CdA di Garda Dolomiti S.p.A. Spagnolli, titolare di due attività alberghiere, una in Valle di Ledro e l'altra in Valle dei Laghi, rappresenta un collante importante per Ledro con l'Alto Garda e, nel prossimo futuro, anche per la Valle dei Laghi.

Il CdA di Garda Dolomiti ha voluto, con il nome di Spagnolli, dare un segnale importante ai territori oggetto di armonizzazione.

Francesca Spagnolli, nuova vicepresidente di Garda Dolomiti Spa

Il territorio da vivere su due ruote

2' e 00"

Da anni l'associazione Trentino in Moto supporta le strutture associate nell'offrire ospitalità e servizi ai mototuristi

Il Trentino è la patria per gli amanti delle due ruote. Viaggiare con la propria moto attraverso questo territorio significa perdersi fra le mille curve e le dozzine di tornanti di una destinazione che offre scorci suggestivi e variegati, lontani dal caos della città. La nostra provincia, infatti, è rinomata per la bellezza e qualità delle proprie strade che corrono lungo un paradiso naturalistico tutto da scoprire ricco di valli, altipiani, montagne e circa 300 laghi.

L'associazione **Trentino in Moto** promuove le strutture ricettive e ristorative della Provincia di Trento lungo i migliori percorsi in moto dalle Dolomiti al Lago di Garda. Gli hotel ed i B&B, i camping ed i ristoranti associati sono pronti ad accogliere e venire incontro alle esigenze di tutte le comitive di centauri.

Tutte le strutture aderenti a Trentino in Moto sono riconoscibili dall'apposito **cartello arancione** della «moto sotto il tetto», l'unico originale registrato presso la Camera di Commercio di Trento, che rimanda al sito ufficiale dell'associazione: *www.trentinoinmoto.it.* Su tale sito gli utenti possono trovare le schede delle strutture, le ultime offerte speciali per la vacanza e tutti i migliori itinerari trentini da percorrere con la motocicletta con, in aggiunta, i dati GPS da scaricare, i livelli di difficoltà, le mappe online per comporre il proprio tragitto e tanto altro. Le stesse informazioni sono presenti sulla **cartina ufficiale** dell'Associazione (tiratura di circa 20.000 copie destinate a fiere, ApT, mototuristi ecc.), messa a disposizione delle strutture di Trentino in Moto al fine di omaggiarne i propri ospiti. L'Associazione, poi, si impegna da anni nella **promozione del mototurismo in Italia e all'estero** non solo online, ma anche offline: da anni sono in essere collaborazioni con le principali realtà della promozione turistica trentina (Trentino Marketing, ApT) e con le migliori riviste tedesche specializzate nel settore del mototurismo (Motorrad Freizeit, Touren Fahrer). Trentino in Moto partecipa, inoltre, alle più importanti fiere di settore (Stoccarda, Amburgo, Norimberga, Monaco, Berlino, Lipsia) e specializzate in mototurismo.

I panorami mozzafiato rendono indimenticabile il soggiorno in Trentino, ed i mototuristi possono sempre contare sull'appoggio di una struttura Trentino in Moto per ricevere informazioni e consigli. Tutte le strutture associate, infatti, offrono le giuste informazioni per conoscere davvero il territorio e sono in grado di assistere al meglio gli ospiti nella propria vacanza in Trentino. Ogni struttura Trentino in Moto garantisce il ricovero della moto in luogo protetto, l'esposizione di informazioni specifiche per i mototuristi come le cartine ufficiali, personale in grado di fornire informazioni sulle officine meccaniche nelle vicinanze e consigli sulla prossima tappa del viaggio, prenotazioni, offerte speciali disegnate su misura per i motociclisti e vacanze last minute sul sito www.trentinoinmoto.it.

Per maggiori informazioni inviare una mail a **info@trentinoinmoto.it** o sul sito al link *www.trentinoinmoto.it/aderire.*

TRENTINOINMOTO.IT

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

Oltre 14 milioni di italiani in viaggio per le feste (meno 19,9% sul 2019)

4' e 10"

Diminuiscono le partenze per capodanno: 4,4 mln (meno 48,2%) e il giro d'affari complessivo cala del 19,6%

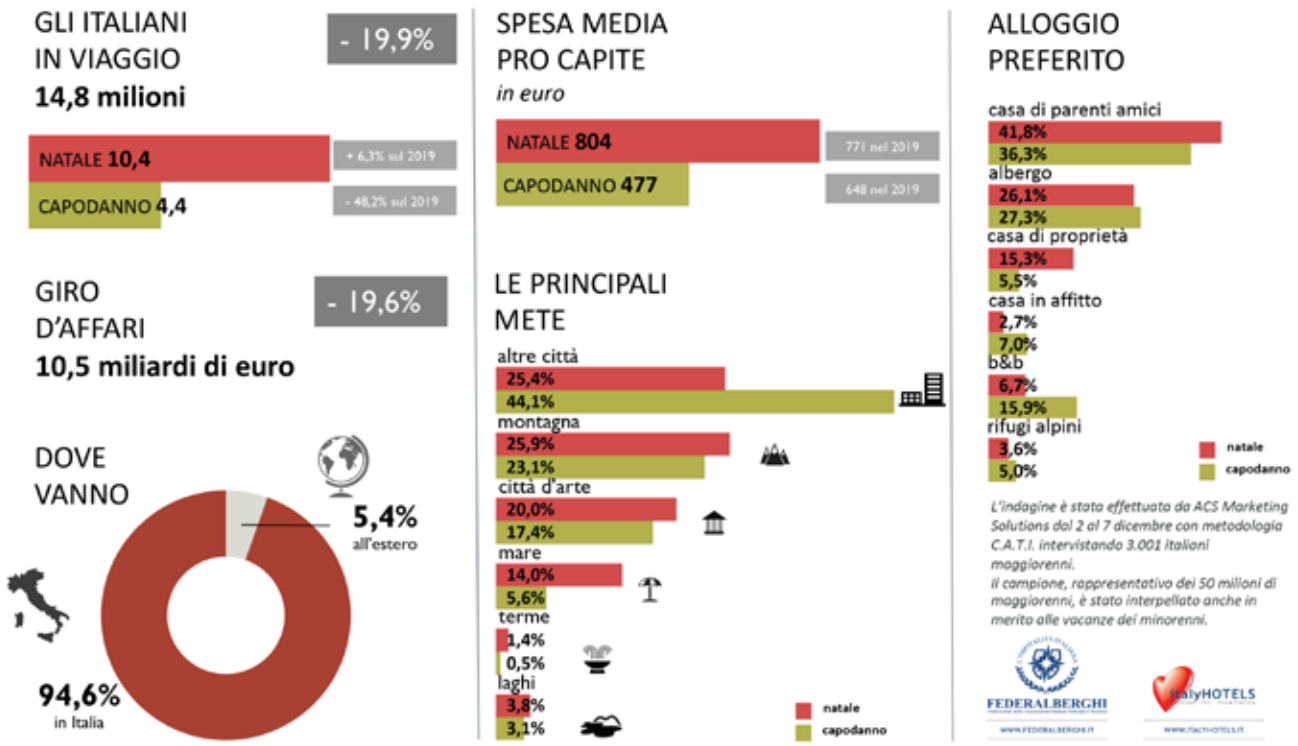
«Non sarà un Natale come gli altri: sarà il Natale dei green pass. Nonostante le difficoltà e i timori della quarta ondata, tuttavia, forti della copertura della terza dose, gli italiani riusciranno comunque a darsi una destinazione, restando soprattutto nei confini del proprio Paese e tenendo ben a mente le misure di sicurezza contro la diffusione del Covid. Sceglieranno di partire ma raccorciando le distanze, privilegeranno la montagna, optando per località il più possibile vicine alla propria città di residenza a punteranno al relax. Non possiamo dire che saranno spensierati: il giro di affari complessivo cala del 19,6%. Ma certo i viaggiatori di questo Natale 2021 daranno voce all'esigenza di solennizzare le feste, cercando di esorcizzare le paure provocate dalla pandemia». È questo il quadro descritto dal presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** emerso dall'indagine previsionale sul movimento turistico degli italiani per le festività natalizie, realizzata dalla ACS Marketing Solutions.

«Il Natale è principalmente l'occasione per ricongiungersi con i propri cari - prosegue - non stupisce quindi che la maggior parte dei viaggiatori punterà alla casa di parenti o amici. Il giro di affari registra un incremento per il Natale, mentre scende in merito alle vacanze di fine anno: la motivazione di coloro che non si muoveranno è drammaticamente legata alle condizioni economiche che non consentono di pianificare un viaggio. Non solo: la rinuncia al viaggio di Capodanno è strettamente legata all'esigenza di tenersi lontani da situazioni a rischio come feste o cenoni. La situazione di incertezza, le ulteriori restrizioni e la presenza di una nuova variante del virus hanno fatto da deterrente alla ricerca di svago e divertimento tipici dell'ultimo dell'anno».

«Non c'è da stupirsi se saranno pochi coloro che decideranno di partire per l'estero. Di contro, è evidente che pesa sempre più la mancanza del turismo straniero, il che continua a penalizzare enormemente soprattutto le nostre città d'arte che speriamo vengano aiutate dal movimento turistico interno che si profila per questo Natale. Non sarebbe stato possibile aspettarsi un andamento esaltante in questa vacanza natalizia - conclude - resta il fatto che per il settore è drammatico veder perdere altri punti proprio in riferimento alla stagione solitamente tra le più performanti. Risulta sempre più evidente che per risollevare il comparto c'è necessità di sostegni poderosi che rendano sostenibile una vera ripresa».

Natale

Saranno 10 milioni e 454 mila gli italiani che si muoveranno per le vacanze di Natale. Il 94,6% resterà in Italia contro un 5,4% che sceglierà l'estero. Tra chi rimarrà all'interno dei confini nazionali, il 68,9% non uscirà dalla propria Regione di residenza. La classifica delle destinazioni italiane preferite vede in testa la montagna (25,9%), seguita dalle città diverse da quella di residenza (25,4%), dalle città d'arte (20%) e dal mare (14%). Per la scelta dell'alloggio si darà priorità alla casa di parenti o amici (41,8%), mentre il 26,1% opterà per l'ospitalità alberghiera. A Natale gli italiani in vacanza dormiranno in media 6,9 notti fuori casa per una spesa media pro-capite (comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti) di 804



euro (724 per chi rimarrà in Italia e 1.990 per chi andrà all'estero). Il giro d'affari sarà di circa 8,4 miliardi di euro. Il turismo si conferma un driver eccezionale per l'economia del territorio: la gran parte della spesa dei viaggiatori sarà destinata ai pasti (27,5%) e al viaggio (21,3%). Lo shopping assorbe il 21,1% del budget, mentre solo il 13,7% sarà destinato all'alloggio. La motivazione principale per la vacanza natalizia sarà il riposo e il relax (70,6%). Il 47,2% degli italiani approfitterà delle feste per raggiungere la propria famiglia. Altri motivi che orientano la scelta della vacanza sono la ricerca del divertimento (21,6%) e l'abitudine (16,6%). Durante questi giorni, le attività principali consisteranno in passeggiate (59,6%), partecipazione ad eventi enogastronomici (16%), escursioni e gite (14,2%) e partecipazione ad eventi tradizionali e folkloristici (7%).

Capodanno

Saranno 4 milioni 381 mila gli italiani che partiranno per Capodanno. L'Italia sarà la meta preferita: resta nel Belpaese il 97% degli italiani (di cui il 73,8% rimarrà all'interno della propria Regione di residenza), mentre il 3% opterà per l'estero. Coloro che resteranno in Italia si dirigeranno soprattutto verso città diverse dalla propria (44,1%), località di montagna (23,1%) e località d'arte (17,4%). Chi va all'estero si dirigerà soprattutto verso le grandi capitali europee (83,3%) e i parchi divertimento europei (16,7%). L'alloggio preferito è la casa di parenti/amici (per il 36,3% dei casi), seguita a ruota dagli alberghi con il 27,3%. Si passeranno in media 3,6 notti fuori casa. La spesa media pro-capite (comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti) sarà di 477 euro (462 per chi rimarrà in Italia e 938 per chi andrà all'estero), con un conseguente giro d'affari di circa 2 miliardi e 90 milioni di euro. Anche a Capodanno la spesa si orienterà soprattutto verso i pasti (30,2%), seguita dalle spese per il pernottamento (18,4%), per il viaggio (18,2%) e per lo shopping (17,8%). I principali motivi che portano gli italiani a far vacanza a Capodanno sono la ricerca del divertimento (62,2%) e del relax (54,2%). Le attività principali consisteranno in passeggiate (50,2%), escursioni e gite (39,3%), partecipazione a eventi enogastronomici (23,4%) ed attività sportive (20,4%).

I motivi principali che inducono il resto della popolazione italiana a non effettuare nemmeno un pernottamento fuori casa a Natale e/o Capodanno sono legati essenzialmente ai motivi economici (48%). Seguono i motivi familiari (34,3%) e i motivi di salute (15,8%). La pandemia continua a condizionare le scelte di vacanza degli italiani: il 12,6% dichiara che non andrà in vacanza per paura del possibile contagio.

La crisi per gli alberghi continua

3' e 20"

Bocca: «Due mesi estivi non bastano a risollevare il settore. C'è ancora bisogno di misure di sostegno»

«I dati Istat sul fatturato dei servizi delle aziende ricettive fotografano una realtà tragica, che è sotto gli occhi di tutti, anche se molti si ostinano a rivolgere lo sguardo altrove, illudendosi che l'andamento favorevole della domanda italiana durante la seconda parte dell'estate sia stato sufficiente a compensare due anni di carestia». Con queste parole il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** commenta i dati diffusi oggi dall'Istituto Nazionale di Statistica sul fatturato dei servizi di alloggio nei primi nove mesi del 2021, dai quali si può desumere un calo del 35,8% rispetto al corrispondente periodo del 2019.

«A questo punto dell'anno - evidenzia Bocca - i conti sono pressoché definitivi: ben che vada il settore ricettivo italiano chiuderà il 2021 con una perdita di quasi 10 miliardi di euro rispetto al 2019. Nei due anni (2021 e 2020) la perdita complessiva è di circa 24 miliardi di euro».

«In questo momento soffrono soprattutto le destinazioni e le strutture ricettive che si rivolgono al mercato straniero, in specie quello di lungo raggio. Lavorano a scartamento ridotto pure i meeting e i congressi, anche a causa delle limitazioni alla capienza delle sale congressuali, per le quali più di un mese fa la Conferenza delle regioni aveva individuato una soluzione, che però stenta a materializzarsi. Attendiamo le festività di fine anno con il fiato sospeso, nella speranza che l'andamento dell'epidemia e le nuove misure di contenimento non procurino ulteriori danni».

«Nei giorni scorsi (inizi dicembre, ndr) - segnala il presidente degli albergatori - il Governo è rimasto sordo alle nostre legittime aspettative ed ha rigettato gli emendamenti al decreto fiscale che propongono di lenire le sofferenze delle strutture turistico ricettive prorogando l'esonero dal pagamento dell'Imu e del credito d'imposta sugli affitti per le imprese che versano in maggiori difficoltà».

«C'è ancora tempo per intervenire - conclude Bocca - e ci auguriamo che entrambe le misure vengano riconsiderate, quando il decreto fiscale approderà in Aula o durante la discussione della legge di bilancio».

QUEL CHE RESTA DEI BUONI VACANZE

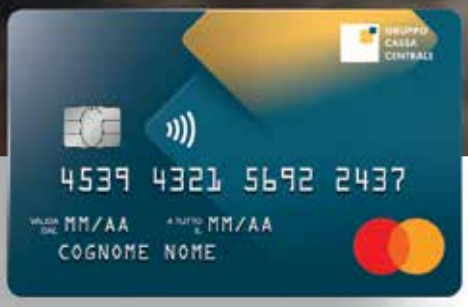
«Con la convinzione che si debba imparare a convivere con gli imprevisti dovuti alla pandemia, siamo pronti a dare il massimo per il comparto con le risorse che gli sono state destinate. La misura dei buoni vacanze, concepita specificatamente per gli hotel e non completamente utilizzata dalle famiglie italiane, ha prodotto un tesoretto di oltre 500 milioni di euro. Sarà fondamentale per il settore ricettivo che tali risorse vengano indirizzate subito alle più urgenti necessità delle nostre imprese».

È quanto afferma il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**, soffermandosi sul tema dei buoni vacanze e delle risorse ancora «in cassa», prodotte dalla misura dedicata alle imprese del ricettivo.

«Recuperare e reindirizzare questi fondi rappresenta una priorità - prosegue -. Con la somma non ancora utilizzata dalla misura dei buoni vacanze, sarebbe per noi essenziale finanziare due provvedimenti: l'abolizione della seconda rata Imu e la proroga del credito di imposta sugli affitti sino al 31 dicembre 2021».

GRUPPO CASSA CENTRALE

La libertà di scegliere, senza confini.



CASSE RURALI TRENTINE

Perché porre limiti a ciò che puoi scegliere?

Scegli la **Carta di Credito Classic Nexi** con funzionalità contactless: puoi pagare online e in negozio, anche dal tuo smartphone tramite wallet. Tutto con la massima sicurezza grazie all'app Nexi Pay.

Marketing CCB 11.21 - Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Le condizioni contrattuali del prodotto sono indicate nei Fogli Informativi disponibili presso le filiali e il sito internet della banca (sezione "Trasparenza"), nonché sul sito www.nexi.it. Funzionalità contactless disponibile sui POS abilitati.

casserurali.it

Luigi Tavernaro nuovo presidente dei Gat

2' e 30" Francesca Maffei

Già presidente del gruppo dei Giovani albergatori del Primiero, nonché vicepresidente del gruppo Giovani albergatori del Trentino e delegato nazionale nel Comitato Giovani albergatori di Federalberghi, **Luigi Tavernaro** è stato eletto presidente dei Gat per i prossimi tre anni e va a «prendere il testimone» dell'ormai ex presidente **Francesca Braus**. Un impegno associazionistico di grande spessore, che va ad affiancarsi all'impegno lavorativo nella gestione dell'Hotel Mirabello di Fiera di Primiero.

Presidente, quali sono le priorità per i prossimi tre anni?

«Ricompattare il gruppo, che rappresenta la vera forza dei Gat, fino a includere l'intero Trentino. Diversi ambiti sono scoperti ma vi sono colleghi che hanno voglia di mettersi in gioco creando una sezione, come la Val Rendena, la Val di Sole e l'Alto Garda. Confido nel fatto che l'Asat ricrei un ufficio in grado di supportarci. Va proposta una formazione concreta e innovativa, non classica, necessaria per il contesto in continua evoluzione in cui stiamo arrancando. Vanno coltivate relazioni con altri stakeholder del turismo trentino, dei quali dobbiamo divenire il fulcro. Va trovata un'identità precisa, per dare valore e realizzare progetti che fatichiamo a tradurre in realtà. Tre anni sembrano tanti ma saranno fin troppo pochi».

È cambiato qualcosa all'interno del gruppo durante e post pandemia?

«C'è grande entusiasmo e voglia di ritrovarsi. Il fatto di non vedersi in presenza, negli ultimi due anni, ha allentato i rapporti. Incontrarsi online non è lo stesso, soprattutto per noi giovani operatori del turismo che amiamo le relazioni. Siamo più consapevoli che le cose cambiano da un momento all'altro, bisogna adattarsi velocemente. La differenza sta nel capire subito le nuove tendenze reagendo al meglio. Sono fiducioso perché la voglia di fare si sente nelle parole di tanti Gat».

Foto Sabina Berlanda

Luigi Tavernaro all'assemblea elettiva dei Gat

Come intendi proseguire il ruolo dei Gat nel contesto del Cnga?

«I Gat devono tornare ad essere quello che hanno sempre rappresentato per il Cnga, ovvero un punto di riferimento, uno dei comitati più solidi e organizzati. Quando ho iniziato a far parte di questo gruppo, ormai più di dieci anni fa, il Trentino era visto come un esempio da imitare. Negli ultimi anni abbiamo perso autorevolezza in favore di comitati del Sud, che hanno monopolizzato lo scenario, ma abbiamo da imparare anche dalla costa romagnola. Se da un lato è un cambiamento quasi fisiologico, dall'altro è una rotta che va invertita. Abbiamo ottimi rapporti da consolidare: al gruppo dei Giovani albergatori della Val d'Aosta ho già proposto di lavorare insieme per coinvolgere tutto l'arco alpino. La montagna ha bisogno di essere ascoltata, ora più che mai».

C'è qualcosa che ti sentiresti di proporre all'Asat?

«Sono già stato stimolato in tal senso dal presidente Giovanni Battaiola, che mi ha invitato a contribuire attivamente in Giunta. Come noi abbiamo bisogno dei "senior", anche loro hanno bisogno di noi. In questo momento complesso potremo dare sicuramente il nostro contributo: per quanto piccola faremo la nostra parte».

Un sogno a breve termine?

«Tra le mie grandi ambizioni c'è quella di trovare un modo per permettere ai Gat di entrare nel mondo delle Olimpiadi 2026. Spesso si dice che bisogna puntare sui giovani: perché non farlo ora? Un evento così non capita spesso e molti di noi avranno la fortuna di viverlo a pochi chilometri da casa. Dobbiamo diventare protagonisti del nostro futuro. Forse è un sogno ma con caparbietà, passione e determinazione i sogni si realizzano. Com'è successo a me, nel ricevere questo prestigioso incarico».

OGP
Illustrazione: Elia Rossi

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.

100% ENERGIA PULITA · DOLOMITI ENERGIA

cape
CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Coppie e azienda

Compagni di vita oppure partner professionali?

4' e 00" Alois Kronbichler e David Raccanello

La pandemia è stata durissima sotto ogni punto di vista e i lockdown una prova da superare. Molte coppie di albergatori hanno dovuto fronteggiare le difficoltà della situazione sia a livello professionale che personale.

«Lo scorso anno abbiamo dovuto rimanere chiusi ed è stato bellissimo passare il Natale con tutta la famiglia. Sembrava magia. Se non fosse per i debiti degli investimenti lo rifarei anche quest'anno!». (albergatore di Canazei).

«Per fortuna questo Natale avremo i nostri amati clienti in albergo: nel 2020 abbiamo litigato moltissimo. Anche se siamo una coppia in armonia non eravamo abituati a trascorrere le festività insieme e senza ospiti» (coppia di albergatori di Madonna di Campiglio).

«Io e mia moglie siamo contenti di essere aperti per questo Natale: i nostri collaboratori fedeli, i turisti che ritornano e il solito tran-tran che ci riporta alla normalità. Ci sembra di affrontare tutta la situazione con maggiore ottimismo» (albergatori della Val di Fiemme).

In questo 2021 noi di Kohl & Partner abbiamo proposto alla vostra lettura diversi argomenti: dalla successione dell'azienda alla necessità di cambiare prospettive nei confronti del turismo, dall'esigenza della qualità nelle destinazioni turistiche alle difficoltà crescenti nel trovare collaboratori, dai passi necessari per lo sviluppo strategico delle strutture ricettive ai concetti di qualità del 2025. Nell'articolo di dicembre desideriamo dare spazio alle coppie di albergatori che, come pietre miliari, sostengono la maggior parte delle strutture ricettive del Trentino.

Quanto efficiente può essere una coppia di albergatori in azienda?

La maggior parte delle imprese alberghiere in Trentino Alto Adige e lungo tutto l'arco alpino è a conduzione famigliare. In molti casi si vedono strutture con circa 40/50 posti letto che noi definiamo «mamma e papà», nel senso che i coniugi ricoprono funzioni operative e gestiscono il lavoro aiutati da alcuni collaboratori. Ci sono, poi, strutture che si sono sviluppate in altro modo e, quindi, hanno fino a 100/120 posti letto e un numero di collaboratori più importante. Infine, vediamo strutture ricettive che con oltre 150 posti letto, per esempio, sono arrivate ad avere un'organizzazione interna quasi manageriale con protocolli e manuali per le procedure.

Ma in tutti questi casi come si gestiscono le coppie di coniugi?

È sempre molto difficile separare nettamente la vita personale da quella professionale e, quando marito e moglie lavorano insieme per tante ore, le possibilità di litigio aumentano. Spesso succede che il proprietario (chef di cucina) parli alla moglie (che si occupa per esempio della reception), oppure che la governante (che è anche la moglie) si rivolga al marito (che tra l'altro è anche il direttore). Cosa c'è di strano? Nulla se non il fatto che la comunicazione non si svolge allo stesso livello.

Corretto potrebbe essere:
- chef di cucina - receptionist;
- governante - direttore.

Non si tratta di un gioco di parole (e nemmeno di ruoli), ma di tipologia di linguaggio. Uno chef che parla di lavoro con la receptionist (marito e moglie) dovrebbe usare il più possibile toni professionali e questo significa che lo chef (e non il marito) parla alla receptionist. Viceversa, quando la governante discute sul piano delle camere dovrebbe farlo con il direttore (che è anche il marito) e non usare un tono familiare ma professionale.

Un gioco di ruoli a volte comodo

Lavorare insieme può essere un'esperienza bellissima e la coppia può diventare anche professionalmente più forte. Le coppie di albergatori che lavorano insieme si sono formate spesso perché uno dei due era proprietario (oppure lo sarebbe diventato negli anni) di una struttura ricettiva ed il coniuge ha deciso di affiancarlo nel progetto professionale (e di vita). Il coniuge «aggiunto» si trova a doversi cercare un ruolo in azienda oppure a subirlo; quando va bene è un ruolo nel quale riesce a destreggiarsi, quando va molto bene è perché aveva già esperienza nel settore dell'ospitalità.

Alois Kronbichler e David Raccanello di Kohl & Partner

Tuttavia, a volte, le cose si complicano:
- manca la condivisione degli obiettivi professionali;
- uno dei coniugi non si realizza;
- i ruoli si mescolano senza regole;
- aumentano gli errori;
- cambiare diventa difficile e lento;
- le aziende non crescono.

Cinque suggerimenti per migliorare la capacità di intesa delle coppie professionali nelle imprese familiari

1. *Obiettivi chiari a livello professionale e personale.* Elaborate una sorta di piano nel quale gli obiettivi professionali sono chiaramente separati da quelli familiari e aggiornate periodicamente l'elenco.

2. *Job description.* Fate una lista precisa di tutte le mansioni che svolgete all'interno dell'azienda e fatela fare anche al coniuge. Chiarite e condividete gli ambiti di responsabilità per ogni coniuge e trovate i punti di connessione professionale tra le mansioni di uno e dell'altro per generare sostegno reciproco.

3. *Crescita aziendale.* Di cosa ha bisogno la vostra azienda per svilupparsi? Preparate una visione strategica per il futuro del vostro albergo, anche con il sostegno di un consulente e pianificate la crescita professionale dei coniugi.

4. *Organigramma «forte e chiaro».* Inserite i vostri ruoli nell'organigramma e condivideteli con i collaboratori. La regola è «chiarezza prima all'interno e poi all'esterno della coppia».

5. *Create rituali professionali e personali.* Curate al massimo il livello della comunicazione e programmate costantemente riunioni per una buona qualità organizzativa. Pretendete anche dei momenti personali all'interno delle giornate di lavoro (ad esempio a tavola non si parla mai di lavoro).

Con i migliori auguri per le festività e per tanto successo insieme.

Racconti sotto l'albero

2' e 30"

Giuseppe Mendicino

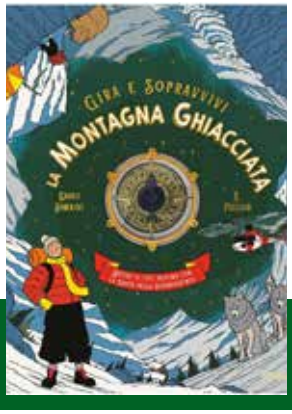
MARIO RIGONI STERN. UN RITRATTO

Edizione Laterza, 2021

pp. 256 - 17,10 euro

Quest'anno ricorre il centenario della nascita di **Mario Rigoni Stern**. Uno scrittore che ha attraversato come testimone il '900. Combattuto tre guerre, dalle Alpi occidentali, a seguito dell'entrata in guerra dell'Italia contro la Francia ormai occupata dalle truppe naziste; poi la campagna di Grecia e «Quota Albania»; per finire sul fronte russo: «il sergente nella neve» che, con l'autorevolezza, la capacità di dare l'esempio e la comprensione che ogni suo soldato gli riconosceva, porta in salvo quello che rimaneva del suo battaglione decimato. Deportato per venti mesi in un lager per non aver voluto aderire alla Repubblica Sociale Italiana. Ritornato, in condizione penose, finalmente alla pace del suo Altopiano di Asiago, per recuperare un amore e una passione per la natura e per la montagna ed esserne un cantore in decine di libri e racconti. **Giuseppe Mendicino**, che già nel 2016 aveva dato alle stampe una prima biografia di Rigoni Stern, ci regala questo «ritratto», meno ampio ma più approfondito del precedente, corredandolo di un ricco apparato fotografico messo a disposizione dalla famiglia.

La scrittura di Rigoni Stern è una scrittura pulita, ricca di vocaboli, «poetica e musicale» come scrive Mendicino, intrisa di impegno civile, un impegno condiviso con amici come **Nuto Revelli** o **Primo Levi**. Una scrittura ricca di riflessioni sulla natura, «salvifica e da salvare», perché, citando **Giacomo Leopardi** dello Zibaldone, «l'uomo che non difende la natura taglia le radici del proprio futuro». Alla natura si può togliere - scriveva Rigoni Stern - solo quello che è in grado di rigenerare, come del resto gli suggeriva fin da giovane la sua passione per la caccia, con l'urogallo elevato ad animale simbolo del senso della vita e dell'amicizia. Un messaggio di sobrietà, di un uomo pacato e al tempo stesso risoluto, capace di resistere alle sirene dell'ostentazione, perché per essere felici «basta la legna per scaldarsi e del cibo nella dispensa». Libri belli da leggere, quelli di Mario Rigoni Stern, ma anche ricchi di rigore, etica e passione.



E. Hawkins, R. Fresson

DECIDI IL TUO DESTINO CON LA RUOTA DELLA SOPRAVVIVENZA

L'Ippocampo, 2021

pp. 63 - 19,90 euro

In questo originale libro-game, il primo di una nuova collana, il lettore si immerge nell'avventura attraverso un sistema di rimandi ad altre pagine. Mettendosi alla prova, vivrà in prima persona le situazioni in cui ci si può imbattere in un ambiente ostile e scoprirà che le soluzioni più sagge sono quelle che offrono maggiore probabilità di sopravvivenza!

Il lettore si immedesima nel protagonista che, dopo un incidente aereo, si ritrova smarrito su una montagna innevata. Per salvarlo bisogna giocare con il libro in una lotta alla sopravvivenza. Come? Si deve analizzare attentamente lo scenario, scegliere accuratamente il percorso da seguire in base al suo grado di pericolosità e, dopo aver posizionato la Ruota della sopravvivenza nell'apposito spazio, la si gira per scoprire cosa riserva il destino. Si riesce a proseguire nella storia o si è costretti a tornare indietro in base alle scelte che vengono fatte. Gli scenari sono estremi, il pericolo reale, con ambienti naturali e una montagna ben diversi da tanti edulcorati messaggi promozionali: ghiaccio sottile, tormenta, animali pericolosi, l'orlo di un precipizio. Sta al lettore decidere quanto è disposto a rischiare per sfuggire, insieme al protagonista del libro, alla montagna ghiacciata.

Jules Verne

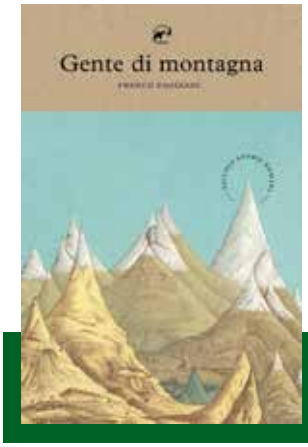
IL GIRO DEL MONDO IN 80 GIORNI. 150 ANNI DOPO

Editore Morellini, 2021

pp. 192 - 25 euro

Jules Verne, nato nel 1828, è lo scrittore che meglio ha saputo raccontare e anticipare la modernità e che fin da piccolo aveva confessato al padre «d'ora in poi viaggerò solo con la fantasia». Phileas Fogg, lo straordinario personaggio uscito dalla sua penna ritorna in questa aggiornata edizione del romanzo, scritto nel 1872, realizzata dai laureandi dello Ied di Roma i quali, per offrire suggestioni sensoriali a 360 gradi, affiancano alle pagine scritte un audiolibro, tracce audio collegate a QR code, immagini e disegni che raccontano, giorno per giorno, lo svolgersi del viaggio. Le illustrazioni (d'epoca ma adattate al racconto) rendono la magia del viaggio: biglietti di viaggio, scontrini, pubblicità e manifesti, prenotazioni di alberghi, menu, insegne di negozi, raccontano il peregrinare per il mondo di Fogg, e ce lo rendono così attuale che sembra si sia svolto ieri.

Da Londra a Benares attraverso il canale di Suez appena inaugurato, da Hong Kong a Tokio, da San Francisco a New York e poi Londra, Fogg e Passepartout compiono un viaggio che coniuga l'utilizzo dei mezzi che il XIX secolo metteva loro a disposizione e l'intelligenza e la capacità tutta umana di partire alla ricerca di un «altrove» geografico e dell'anima. Il suo tour, in una manciata di giorni, costruisce una mappa del mondo che sta cambiando e, nello stesso, momento segna la nascita del turismo di massa. Si viaggia in treno, in transatlantico, ma anche a dorso di elefante, in slitta sul ghiaccio, si frequentano grand hotel ma si assiste a un rogo rituale in India per poi essere assaliti da altri indiani, questa volta in America. È lo scontro o l'incontro tra culture diverse, alcune in piena accelerazione ed altre rocciosamente attaccate alle tradizioni. Fogg anticipa il bruciare del tempo che caratterizza i nostri giorni, ma rileggendo il suo racconto ci rendiamo conto che alcune situazioni, storiche e geografiche, sono rimaste immutate.



Franco Faggiani

GENTE DI MONTAGNA. PICCOLE STORIE NOMADI

Mulatero, 2021

pp. 240 - 21 euro

Molto si è scritto in questi anni di un ritorno alla montagna, ripercorrendo un percorso a ritroso che, dagli anni '60 del secolo scorso in poi, aveva visto un progressivo spopolamento della montagna verso le grandi città industriali della pianura. Quello era un vero e proprio esodo di massa. Questo di oggi è piuttosto una scelta di vita individuale che non fa grandi numeri, ma che le ricerche sul campo dell'ultimo decennio hanno evidenziato in maniera incontrovertibile. Montanari si diventa anche per scelta, e non solo per nascita come aveva scritto il compianto **Luigi Zanzi**.

In questo testo, scritto agilmente da un giornalista romano trapiantato a Milano con all'attivo altri libri che testimoniano la sua passione per la montagna, sono tratteggiate 35 esistenze di gente comune che ha scelto di vivere in una delle tante località dell'arco alpino, facendone la propria nuova casa. Chi ha ereditato una vecchia vita lasciata dal nonno o dal padre; qualcuno che l'ha scelta in un secondo momento; altri che, pur trasferitisi in montagna, non hanno rotto definitivamente con la residenza di città. Personaggi che in ogni caso in montagna lavorano: allevano animali, intagliano il legno, tracciano e manutengono sentieri, coltivano erbe officinali o varietà antiche di patate e ortaggi, fanno i vignaioli misurandosi con una produttività ben diversa dalla pianura. Un testo che invita ad apprezzare praticità ed essenzialità dei montanari, privo di qualsiasi idealizzazione nei confronti di una montagna frequentata solo come turisti.

Hospitality 2022 torna in presenza

3' e 20"

La community Ho.Re.Ca. si incontra dal 31 gennaio al 3 febbraio

Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza, la più completa fiera italiana dell'Ho.Re.Ca., torna in presenza dal 31 gennaio al 3 febbraio 2022 a Riva del Garda con un'offerta business oriented ancora più ampia, tra wellness, design, food & beverage. Con oltre 40.000 metri quadrati di superficie espositiva suddivisi in quattro aree tematiche, la manifestazione propone un'offerta completa che abbraccia tutti i segmenti dell'ospitalità e della ristorazione: Contract & Wellness, Beverage, Food & Equipment e Renovation & Tech. Un percorso unico con oltre 500 aziende selezionate fra le eccellenze dell'Ho.Re.Ca. conferma Hospitality il *place to be* per gli operatori per ampliare il network di fornitori e partner, confrontarsi e aggiornarsi, cogliere la ripresa e pianificare il business futuro.

Hub internazionale per il futuro dell'ospitalità

Anche nella nuova edizione la manifestazione conferma il ruolo di hub strategico per guidare gli operatori del settore nel futuro dell'ospitalità, grazie anche alle numerose opportunità di formazione e aggiornamento con il ricco palinsesto di incontri dell'Academy, in collaborazione con Teamwork, oltre a workshop e case history curati direttamente dalle aziende. «Con Hospitality vogliamo offrire agli operatori del settore dell'ospitalità e dell'accoglienza gli strumenti più innovativi per affrontare le sfide future e continuare a restare competitivi. Il nostro obiettivo è guidare il cambiamento con un'offerta espositiva completa di aziende Ho.Re.Ca. e con occasioni di aggiornamento professionale con opinion leader dell'innovazione», commenta **Giovanna Voltolini**, Exhibition Manager di Hospitality.

TRENTINO

HOSPITALITY | IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA

Dal **31 GENNAIO** al
3 FEBBRAIO 2022

SPAZIO AL FUTURO DELL'OSPITALITÀ

graphics I the-studio.it // ph I Deep Blue Studio
Location I Hotel Lido Palace - Riva del Garda

HOSPITALITY | IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA

Sarà lo spazio il FUTURO dell'ospitalità?

Vieni a scoprirlo a Riva del Garda (TN) dal 31 gennaio al 3 febbraio 2022 a **Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza**, la più completa fiera italiana dedicata al mondo Ho.Re.Ca.

#HOSPITALITYRIVA | hospitalityriva.it

RIVA DEL GARDA I TN
QUARTIERE FIERISTICO

Riva del Garda® Fierecongressi

Turismo outdoor, green e del benessere si confermano tra i maggiori trend dell'Ho.Re.Ca.. Per andare incontro alla crescente domanda di turismo all'aria aperta, Hospitality 2022 dedica più spazio all'ospitalità glamping all'interno dell'area Contract & Wellness. Tra le novità della 46esima edizione anche i business tour per intercettare tra le aree espositive le migliori aziende future oriented in tre categorie di prodotto: Smart Solution; Prodotto sostenibile; Made in Italy. Nell'area Food & Equipment non mancheranno i percorsi tematici dedicati alle diverse abitudini alimentari come Gluten e Lactose Free, Bio, Vegan, Halal e Kosher.

La manifestazione in sicurezza

«Grazie al digitale abbiamo mantenuto vivo e consolidato il rapporto con i nostri espositori e visitatori, ma la manifestazione in presenza resta un momento di formazione, networking e di business insostituibile», aggiunge Voltolini. Manifestazione, seminari, show-cooking e masterclass si svolgeranno in totale sicurezza grazie al protocollo studiato e implementato da Riva del Garda Fierecongressi che consente di continuare a svolgere gli eventi nel pieno rispetto di tutte le normative.

Mixology e birra artigianale

Confermate le due aree speciali del beverage, veri e propri laboratori di tendenza: Solobirra, dedicata alla valorizzazione della birra artigianale, e RPM-Riva Pianeta Mixology per la diffusione della cultura del bere miscelato. Non solo una vasta esposizione di produttori di eccellenza, ma anche educational e masterclass di aggiornamento formativo per bartender e operatori Ho.Re.Ca. per diversificare l'offerta e ripensare strategicamente il business grazie ai contributi di opinion leader del settore e barman internazionali. Il giorno di apertura della manifestazione, lunedì 31 gennaio, si terranno inoltre le premiazioni del concorso tecnico Solobirra, dedicato alle migliori birre artigianali non pastorizzate, e dei due contest grafici, Best Label e Best Pack 2022, realizzati in partnership con il Gruppo Fedrigoni, che decreteranno le etichette e gli imballaggi più innovativi destinati alla produzione brassicola artigianale.

Spazio all'enoturismo con Winescape

Il nuovo spazio tematico Winescape affiancherà le ormai consolidate aree speciali dedicate alla mixology e alla birra artigianale. 500 metri quadrati per valorizzare il turismo del vino con la partecipazione di selezionate cantine italiane e internazionali che uniscono produzione vitivinicola e ospitalità attraverso una proposta turistica con alloggi immersi in vigneti e servizi legati all'enoturismo. Winescape ospiterà anche un'enoteca per assaggi e degustazioni e un'arena per le attività formative.

La collaborazione con Fic

Grazie alla collaborazione con Fic (Federazione italiana cuochi), la fiera sarà palcoscenico - oltre che delle attività di formazione professionale per gli addetti alla ristorazione alberghiera - anche del concorso per la selezione, tra le scuole alberghiere trentine, del miglior allievo cuoco del Trentino Alto-Adige che parteciperà poi alla finale nazionale a Rimini.

Il programma di Hospitality 2022

Online su *www.hospitalityriva.it* tutte le informazioni per esporre e visitare la fiera, oltre a un blog aggiornato ogni settimana con trend e dati di mercato, case history, testimonianze di esperti del settore, strategie di marketing e digitali, sostenibilità per l'ospitalità e la ristorazione.

Il Salone dell'Accoglienza dedica più spazio al glamping

ntnext.it

Inquadra con il tuo smartphone il QR code per scoprire tutte le funzionalità di Kalea Plus

Professionisti del gusto

Progettata per offrire al cliente **bevande a base di caffè in grani e latte fresco**, Kalea Plus garantisce prestazioni di qualità, avvalendosi di tecnologie professionali che si coniugano ad un'incredibile semplicità di utilizzo. Un mix di design e personalizzazione al servizio del gusto: con Kalea Plus, il vero sapore del caffè e la cremosità del cappuccino saranno il più dolce risveglio di sempre.

HOSPITALITY IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA

RIVA DEL GARDA
Dal 31/01 al 03/02/22
PAD. C1 – STAND B02

NECTA

necta.evocagroup.com

Giovani competenze al servizio del turismo sostenibile del Trentino

Il sistema turistico trentino presto potrà contare su giovani operatori formati nel campo della sostenibilità ambientale, sociale ed economica nel turismo e questo grazie ad un'innovativa iniziativa lanciata dalla Cooperativa Gardascuola e Trentino Marketing.

I due partner recentemente hanno, infatti, siglato un protocollo d'intesa grazie al quale saranno ideati, promossi e realizzati una serie di progetti formativi innovativi sulla sostenibilità nel turismo, rivolti agli studenti dell'Istituto tecnico turistico dell'Istituto comprensivo paritario Gardascuola di Arco.

Per loro si apriranno, così, le porte a nuovi percorsi formativi che avranno un'incidenza non solo sulla didattica disciplinare, ma anche sulle attività di alternanza scuola lavoro e, soprattutto, sulla possibilità di fare esperienze sul campo, interagendo con il complesso del sistema turistico trentino. In pratica un'opportunità per molti aspetti unica che consentirà la nascita di figure professionali di riferimento, di cui già oggi si avverte un'impellente necessità, soprattutto di fronte ai cambiamenti climatici in atto e agli obiettivi che anche il Trentino si è posto con la "Strategia provinciale per lo sviluppo sostenibile Agenda 2030".

Per sapere di più sull'iniziativa ci siamo rivolti ad **Elisabetta Nardelli**, responsabile del Team Produzioni trentine e Progetto sostenibilità.

Innanzitutto, perché è nata questa partnership tra Gardascuola e Trentino Marketing?

«Turismo e sostenibilità - ha spiegato Elisabetta Nardelli - sono due temi molto importanti per i due partner: l'Istituto di Arco è da sempre attento a cogliere dinamiche innovative nei propri percorsi formativi e Trentino Marketing considera strategica la realizzazione d'iniziative e progetti orientati allo sviluppo sostenibile del turismo trentino.

La sede di Gardascuola ad Arco

La firma dell'accordo

Siglato un accordo tra Gardascuola e Trentino Marketing per realizzare degli innovativi progetti formativi sulla sostenibilità nel turismo

3' e 10" Rosario Fichera

Con questa partnership si è voluto, così, dare un contributo nella formazione dei giovani chiamati, già oggi, ad operare in un contesto di turismo che deve essere sempre più attento e responsabile in chiave di sostenibilità. Questo percorso s'innesta nell'ambito delle attività per la "Strategia provinciale per lo sviluppo sostenibile Agenda 2030" promosse dalla Provincia autonoma di Trento e che Trentino Marketing ha affiancato per elaborare una strategia di turismo sostenibile e per favorire la relativa nascita di nuove competenze e professionalità per il nostro sistema turistico».

Quando si partirà con le prime attività?

«Già dall'anno scolastico in corso: il protocollo d'intesa si attiverà con il progetto "Dots- Design per l'offerta turistica sostenibile".

Ovvero?

«Si tratta di un progetto formativo particolarmente innovativo, sia per la metodologia adottata che prevede la sinergia, nella co-progettazione di unità didattiche di oltre 40 ore, tra docenti di Gardascuola ed esperti di Trentino Marketing; sia per l'intervento di professionalità di assoluto livello di enti pubblici e aziende del nostro territorio. In pratica si realizzerà un percorso trasversale tra materie diverse che avranno come filo conduttore il tema della sostenibilità e che consentirà agli studenti delle classi IV di potenziare le competenze nell'uso di strumenti e metodologie dell'analisi comparata e della ricerca applicata a temi prioritari in questi campi. Gli stessi studenti, giunti nelle classi V, svilupperanno poi un progetto sulla sostenibilità nel turismo».

Si tratta quindi di un'iniziativa che permetterà agli studenti d'interagire con il sistema turistico trentino?

«Esatto, in questo senso la finalità è di offrire agli studenti l'opportunità di potersi relazionare non solo con le realtà di ambito, ma con quelle di tutto il nostro territorio e quindi con il sistema turistico trentino, creando dei benefici reciproci. In particolare saranno coinvolte realtà esterne, pubbliche e private, di forte rilevanza per l'attenzione che dedicano nella loro mission al tema della sostenibilità».

Per esempio?

«In questo primo anno di attività comparteciperanno, insieme a Gardascuola e Trentino Marketing, la Provincia autonoma di Trento con la "Strategia provinciale per lo sviluppo sostenibile Agenda 2030", il Muse-Museo delle Scienze, Tsm–Step, l'Apt Dolomiti Paganella con il progetto "Dolomiti Paganella Future Lab", la catena Hotel Lefay, Bioenergia Fiemme, lo chef stellato Alfio Ghezzi. E altri importanti soggetti si aggiungeranno nel corso dei prossimi anni».

Quindi un significativo investimento nei confronti dei giovani?

«Sì e d'altra parte non potrebbe essere altrimenti. In queste ultime settimane abbiamo conosciuto gli studenti coinvolti nel progetto, apprezzando il loro entusiasmo, la grandissima capacità comunicativa e di elaborare tante idee creative e particolari e grazie a loro il progetto è, come si suol dire, partito molto bene. Perché quindi puntiamo su questi giovani con una reciproca fiducia? Perché saranno gli operatori del turismo di domani ed è quindi inevitabile ragionare insieme a loro e per loro».

Dubbi di dicembre

2' e 40"

Quali sono le norme relative alle verifiche periodiche degli impianti di messa a terra?

«L'impianto di messa a terra è quella parte dell'impianto elettrico che consente di evitare di rimanere folgorati a causa di un malfunzionamento o di un guasto dell'impianto elettrico. Perciò è fondamentate mantenerlo efficiente tramite procedure periodiche di manutenzione e di verifica. Hanno l'obbligo di far verificare i propri impianti di terra tutte le attività lavorative, sia private che pubbliche, che abbiano almeno un lavoratore al proprio interno. Le verifiche degli impianti di messa a terra devono essere effettuate ogni due anni su tutti gli impianti in ambienti a maggior rischio d'incendio; tutte le altre attività hanno l'obbligo di effettuare la verifica ogni cinque anni. Tali verifiche di legge non possono essere eseguite dall'elettricista di fiducia o da uno studio professionale di progettazione degli impianti elettrici (ai quali si possono affidare gli incarichi di manutenzione); esse devono essere affidate obbligatoriamente ad organismi ispettivi abilitati dal Ministero. A carico dei datori di lavoro che non adempiono alle verifiche obbligatorie è prevista una sanzione amministrativa che va da 1.000 a 4.800 euro, ed una sanzione penale che prevede l'arresto da 2 a 4 mesi di reclusione».

Esiste ancora l'obbligo di iscriversi al Registro Esercenti il Commercio (REC) per potere esercitare l'attività di somministrazione alimenti e bevande?

«Ormai da qualche anno l'obbligo di iscrizione al REC per la somministrazione di alimenti e bevande è stato abolito. Chi intende avviare tali attività dovrà documentare direttamente al Comune il possesso di specifici requisiti personali, morali e professionali. I requisiti professionali previsti dalla normativa (in alternativa fra loro) sono i seguenti:

- aver frequentato con esito positivo un corso professionale abilitante riconosciuto;
- aver prestato la propria opera, per almeno due anni, anche non continuativi, nel quinquennio precedente, presso imprese esercenti nel settore, in qualità di: dipendente qualificato addetto alla vendita o all'amministrazione o alla preparazione degli alimenti; socio lavoratore o, se trattasi di coniuge, parente o affine entro il terzo grado dell'imprenditore, coadiutore familiare, con iscrizione all'Inps;
- essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di laurea, o di altra scuola ad indirizzo professionale, almeno triennale, purché nel corso di studi siano previste materie attinenti al commercio, alla preparazione o alla somministrazione degli alimenti».

Dovrei cambiare alcuni macchinari in cucina (forno e lavastoviglie) con nuovi macchinari di ultima generazione. Esistono agevolazioni statali o provinciali per questo tipo di investimenti?

«Se quando si parla di "nuovi macchinari di ultima generazione" si intende apparecchi che hanno i requisiti tecnici per rientrare negli investimenti previsti dal Piano Nazionale Transizione 4.0 (ex Industria 4.0), allora lo Stato agevola questi investimenti riconoscendo un contributo del 50% in compensazione fiscale. La Provincia non ha nulla di particolare in questo caso, se non la compensazione fiscale al 15% (che dovrebbe essere cumulabile con quella dello Stato), da richiedersi con le consuete modalità tramite apposito portale. L'importante è che la spesa sia almeno di 10mila euro, altrimenti la Provincia non interviene».

La legge sulla sicurezza dei posti di lavoro prevede che il Documento di valutazione dei rischi (Dvr) abbia data certa. In caso essa mancasse, qual è la sanzione prevista?

«La mancanza di data certa o attestazione della stessa con le modalità previste, sul Documento di valutazione dei rischi (Dvr) non è sanzionata dal legislatore in modo espresso, ma secondo il Ministero del lavoro è verosimile presumere, anche sulla base di recenti orientamenti giurisprudenziali, che ciò possa costituire un'omessa valutazione dei rischi. Il Testo unico prevede arresto da 3 a 6 mesi o ammenda da 3.071,27 a 7.862,44 euro al datore di lavoro che omette di effettuare la valutazione dei rischi».

ENTE BILATERALE
TURISMO DEL TRENTINO

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

STUDIO DI QUATTRO

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 EBTT interviene al fine di mantenere la continuità occupazionale ed evitare la dispersione delle professionalità nelle aziende coinvolte. EBTT 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.

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

ESPERIA®
printevolution

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

Molte persone entreranno
e usciranno dalla tua vita,
ma soltanto i veri amici
lasceranno impronte
nel tuo cuore.

Eleanor Roosevelt

LA TUA IMPRONTA VERDE
NEL MONDO DELLA STAMPA.

BUON DUEMILAVENTIDUE