

# Turismo & Ospitalità nel Trentino

## MAGAZINE

12.2022

Anno L



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



DOLOMITI  
DOLOMITES  
DOLOMITIS  
FONDAZIONE  
UNESCO  
SOCIO  
SOSTENITORE

# L'ASAT INCONTRA I SUOI ASSOCIATI



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

**ESTATE 2022 E STAGIONE  
INVERNALE ALLE PORTE**

La parola alle sezioni Asat  
(parte seconda)

**MANOVRA  
FINANZIARIA**

Le osservazioni  
proposte dall'Asat

**LE NUOVE APT: PRIMIERO E  
SAN MARTINO DI CASTROZZA**

Intervista al presidente  
Antonio Stompanato

**UNA STAGIONE  
LUNGA E POSITIVA**

I rifugiati si ritrovano  
in assemblea annuale

**CINQUANT'ANNI  
DI T&O NEL TRENTO**

Mezzo secolo di riflessioni  
e di vita associativa

# La Solare



## L'ALBA DI UN GUSTO UNICO

Con La Solare, fai risplendere i momenti più importanti della tua giornata e assapora bevande che uniscono la freschezza del caffè in grani alla cremosità del latte fresco.

Vi aspettiamo a:



Fiera di Rimini  
21-25 gennaio 2023  
Pad. D1, stand 001



Riva del Garda  
6-9 febbraio 2023  
Pad. C1, stand B02

# Sommario

## TEMA DEL MESE

Non solo misure di sostegno, ma ottimizzazione energetica per ciascuna azienda pag. 4

## VITA ASSOCIATIVA

Estate molto buona e turismo invernale all'insegna della preoccupazione pag. 10

Manovra finanziaria: le osservazioni dell'Asat pag. 16

Le ApT post riforma del turismo: Primiero e San Martino di Castrozza pag. 18

Una stagione estiva «lunga e positiva» per i rifugi del Trentino pag. 20

Trentodoc Festival: buona la prima pag. 22

I Gat si «formano» nelle Langhe pag. 24

Cinquant'anni di Turismo & Ospitalità nel Trentino pag. 25

L'Ente bilaterale del turismo trentino ha festeggiato i suoi 30 anni pag. 26

L'adattamento alberghiero: dalla sopravvivenza alla crescita pag. 28

## FEDERALBERGHI

Il ministro del turismo Santanchè incontra Federalberghi pag. 30

## GIOVANI

Un autunno intenso per i Giovani albergatori pag. 32

## HOSPITALITY

Hospitality 2023 tra ospitalità e ristorazione, senza dimenticare la formazione pag. 34

## ECONOMIA E TURISMO

Gastronomia: marketing online e offline negli esercizi della ristorazione pag. 36

## LIBRI & TURISMO

Racconti sotto l'albero pag. 38

## TRENTINO MARKETING

Sci, cultura e natura negli incontri B2B per la promozione della stagione invernale trentina pag. 40

## NORMATIVE

Dubbi di dicembre pag. 42

12.2022

Anno L

Chiusura editoriale 15 dicembre 2022  
In copertina: La platea dell'incontro autunnale

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, Giovanna Tasin

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP 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

EDITORIALE

# Un 2022 non facile, ma la stagione invernale è iniziata con buon auspicio

Giovanni Battaiola, presidente Asat

Cari associati, care associate, il 2022 si sta per chiudere. Un anno difficile per tutti, e la nostra categoria non è certo da meno. Dopo gli anni segnati dalla pandemia e dalle restrizioni da essa imposte, che tanto hanno pesato sul turismo, nel 2022 ci siamo ritrovati a fare i conti con nuove ed inaspettate difficoltà. L'instabilità geopolitica ha portato e sta portando con sé ingenti rincari. Lo vediamo, ogni mese, quando prendiamo visione dei costi energetici relativi alle nostre aziende. Ce ne accorgiamo, inevitabilmente, nel momento in cui facciamo rifornimento di materie prime, di consumo e di servizi. Tutto porta la voce «costi» verso l'alto, e la redditività delle nostre imprese ne risente inevitabilmente.

Insomma, una situazione certo non facile. Tuttavia, la neve è arrivata. E gli impianti di risalita funzionano e continueranno a farlo per l'intera stagione invernale. I turisti hanno voglia di vivere le nostre montagne e le nostre località di vacanza. E le prenotazioni lo dimostrano. Oltre agli ospiti italiani, poi, torneranno in Trentino i flussi legati al turismo straniero. Questo è davvero di buon auspicio per la stagione appena iniziata.

Certo, le difficoltà non mancano e non sono mancate anche nella pur soddisfacente e gratificante stagione estiva. Non mi riferisco unicamente ai rincari energetici e delle materie prime, ma anche - ad esempio - alle problematiche correlate al reperimento di lavoratori impegnati nel settore del turismo. Ma gli albergatori hanno una tempra «dura», sono resilienti ed hanno l'istinto di continuare a mettersi in gioco, credendo profondamente in se stessi, nella propria azienda e nel turismo. Colgo, perciò, l'occasione per augurare a tutti voi, alle vostre famiglie, ai vostri collaboratori un Buon Natale ed un 2023 che segni la svolta, in positivo, rispetto a quanto stiamo vivendo ormai dal 2020.

# Non solo misure di sostegno, ma ottimizzazione energetica per ciascuna azienda

All'incontro autunnale dell'Asat, Battaiola affronta i «temi caldi» alla vigilia della stagione invernale

🕒 11' e 30"

«La pandemia da Covid-19, prima. Poi, l'instabilità geopolitica e la crisi energetica. Il turismo sta attraversando un periodo complesso di adattamento a fenomeni che agiscono su scala globale e che, nella loro drammaticità, modificano profondamente le dinamiche sociali ed economiche del nostro Paese. Insomma, una "tempesta perfetta". Con le imprese del turismo trentino, ed italiano, che sono economicamente provate». Sono queste le parole che ha utilizzato il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** per introdurre l'incontro autunnale riservato agli associati, svoltosi mercoledì 16 novembre presso la Cantina di Roveré della Luna. Battaiola, inoltre, ha precisato che «il bilancio della stagione estiva è positivo, con le presenze certificate da maggio ad ottobre che hanno fatto registrare il miglior dato di sempre, sfiorando gli 11 milioni, ed aumenti sia per quanto riguarda i turisti italiani sia per quanto concerne la componente internazionale».

Il momento di riflessione e confronto sulla complicata situazione del settore turistico, riservato ai soci, ha focalizzato l'attenzione sui temi di più stringente attualità ed urgenza. E l'intervento del presidente Battaiola ha toccato le principali tematiche relative al settore, che vengono di seguito brevemente illustrate.

## ■ Crisi energetica

«Anche se in questo momento i prezzi dell'energia hanno subito una lieve flessione, pur rimanendo ancora alti, l'inflazione che ha colpito pesantemente l'Italia aumenta il rischio di chiusura per le imprese turistiche con i conseguenti danni anche in termini di perdita di posti di lavoro e Pil. La contrazione della capacità di spesa delle famiglie derivante dall'aumento dei costi energetici e delle materie prime potrebbe, poi, influire sulle decisioni di spesa del turista nei prossimi periodi.

Occorre introdurre misure efficaci nel sostenere i maggiori costi a carico dell'intero sistema economico e dei cittadini. Attualmente sono in vigore i sostegni introdotti con il Decreto aiuti quater, che ha prorogato fino al 31 dicembre 2022 il credito di imposta per il contenimento dei costi di energia e gas, la percentuale del credito è stata confermata al 30% per l'energia ed al 40% per il gas. Le imprese potranno inoltre richiedere ai fornitori la rateizzazione, per un massimo di 36 rate mensili, degli importi dovuti relativi alla componente energetica di elettricità e gas naturale per i consumi effettuati dal 1° ottobre 2022 al 31 marzo 2023 e fatturati entro il 30 settembre 2023. Serve prolungare questi benefici almeno di un ulteriore trimestre per comprendere la stagione invernale, prevedendo un intervento di sostegno anche rispetto all'impiego di combustibili come biomasse, gasolio o pellets, che sono le fonti più usate per produrre energia e riscaldamento in montagna. Infine, andrebbero eliminate permanentemente le accise che gravano pesantemente sul costo dell'energia.

Le imprese turistiche possono attivarsi per affrontare le criticità correlate ai maggiori costi energetici.

A prescindere dagli equilibri geopolitici e dalle politiche governative dei prossimi mesi, nel lungo periodo è fondamentale l'ottimizzazione energetica di ciascun'azienda e, con essa, il risparmio energetico. Le imprese possono effettuare un check-up energetico, che permetta di comprendere come sono suddivisi i "carichi" energetici, le "parti" più energivore programmando gli investimenti sulla base dei reali consumi dell'azienda ed agendo tempestivamente laddove si individuassero dei consumi non ordinari. Per quanto riguarda la necessità di rapportare i maggiori costi sul prezzo di vendita finale agli ospiti, il consiglio è quello di abbandonare i listini fissi ed introdurre prezzi dinamici, ovvero vendere camere e servizi in base all'andamento di mercato e a seconda di quelli che sono i reali costi».

### ■ Accesso al credito

«A livello provinciale sono stati approvati con la legge di bilancio nuovi interventi a sostegno della liquidità delle imprese prevedendo l'attivazione di linee di finanziamento pluriennali, il cui costo degli interessi verrà cofinanziato, per i primi due anni, dalla Provincia. È, però, necessario un intervento diretto da parte della pubblica amministrazione nel sensibilizzare gli istituti di credito di interesse nazionale affinché aderiscano al Protocollo d'intesa. È fondamentale intervenire per agevolare l'accesso al credito delle imprese ricettive per garantire una crescita economica, promuovere investimenti indirizzati all'innovazione e alla sostenibilità e non ultimo per garantire l'occupazione. Continuere-

mo a sollecitare la Provincia affinché individui degli strumenti che possano essere utilizzati in queste situazioni».

### ■ Reperimento manodopera qualificata

«L'alta flessibilità del lavoro nel turismo e il forte ritardo dell'uscita del decreto per l'assunzione dei lavoratori extracomunitari, ossia il decreto flussi, hanno portato molti addetti della ristorazione e del turismo a spostarsi verso altri settori che offrono maggiori garanzie e tutele. A livello nazionale abbiamo chiesto che sia definito con sollecitudine il nuovo decreto flussi per la stagione invernale.

È necessario ripensare l'intero sistema del lavoro in Italia, intervenendo su più piani, da quello giuslavoristico con una normativa fiscale e contrattuale di maggior favore per il lavoratore, a quello sociologico in particolare per i giovani che vivono la flessibilità del lavoro nel turismo in un clima di incertezza sociale. Le giovani generazioni cercano di coniugare l'aspetto economico a quello del proprio benessere, sia sul posto di lavoro sia più in generale come qualità della vita. Le aziende devono avere pertanto la capacità di assicurare un'organizzazione flessibile del lavoro, ma anche la possibilità di poterlo fare. Se si riuscisse, infatti, ad allungare i periodi di attività delle aziende



Il presidente Battaola durante il suo intervento

del settore, attraverso la destagionalizzazione del turismo, sarebbe possibile ipotizzare una diversa durata dei rapporti contrattuali che, attraverso un corretto bilanciamento tra lavoro, formazione e sostegno al reddito, consentirebbe di dare maggiore stabilità e certezze a chi decide di individuare nel turismo una scelta professionale e di vita.

La realizzazione di un sistema lavoro snello ed efficiente richiede, però, un'attuazione in tempi lunghi. Nell'immediato si può lavorare in sinergia con le istituzioni, locali e nazionali sulle politiche attive. Bisogna continuare ad efficientare il sistema di incontro tra domanda e offerta di lavoro: tanto è stato fatto con i protocolli sottoscritti con l'Agenzia del Lavoro e le altre parti sociali, ma i numeri non sono ancora sufficienti per dichiararci soddisfatti. I Centri per l'Impiego possono e devono avere un ruolo importante nella presa in carico dei disoccupati percettori di sussidi per profilarli, attivando momenti di confronto con le imprese, in modo da adeguare gli interventi di formazione con le concrete necessità di manodopera delle aziende».

## ■ Naspi

«Abbiamo appreso dai comunicati stampa che il nuovo Governo Nazionale, al fine di risparmiare risorse e incentivare i percettori della Naspi nel cercare con maggior sollecitudine un lavoro, intenderebbe attuare della riduzione del sostegno e del periodo di fruizione dell'assistenza econo-

mica. Una generalizzazione che, se confermata, non andrebbe a considerare tutte quelle attività produttive legate alle stagionalità come il turismo e i lavoratori con specifiche professionalità che vi lavorano. La proposta di riforma potrebbe influire pesantemente sulla disponibilità dei lavoratori ad accettare incarichi stagionali indirizzandoli verso attività lavorative con contratti più stabili e prolungati. Se si riuscisse, invece, ad allungare i periodi di attività delle aziende del settore distribuendo in maniera più efficiente le presenze nei mesi e sui territori sarebbe possibile ipotizzare una diversa durata dei rapporti contrattuali che, attraverso un corretto bilanciamento tra lavoro, formazione e sostegno al reddito (Naspi), consentirebbe di dare maggiore stabilità e certezze a chi decide di lavorare nel settore turistico».

## ■ Reddito di cittadinanza

«È una misura che così strutturata non funziona, va corretta affinché serva veramente ad aiutare chi è in una situazione di difficoltà. È nata per creare un circuito virtuoso a favore di persone in cerca di lavoro, ma ora per molte ragioni è tra le cause della mancanza di lavoratori. La condizionalità, in presenza di sostegni al reddito, deve trovare effettiva applicazione. Le imprese devono poter certificare il rifiuto di una congrua offerta di lavoro da parte del candidato. Pur non parlando di grandi cifre è, comunque, un'entrata costante e mensile, se poi





viene integrata con altre entrate magari non regolari l'importo è simile a quello di uno stipendio ma con più tempo libero.

Desidero chiarire che le imprese ricettive applicano correttamente i contratti collettivi e i rispettivi livelli che garantiscono retribuzioni dignitose ai dipendenti. Per aumentare le retribuzioni è necessario intervenire sul cuneo fiscale: «il costo del lavoro deve essere sostenibile» per le nostre imprese».

## Formazione

«I Centri di formazione professionale hanno un ruolo centrale nella formazione dei nostri futuri collaboratori, sia attraverso i percorsi di istruzione e formazione professionale che attraverso l'apprendistato duale. Dal 2016 in Trentino è stato avviato l'apprendistato duale, un particolare contratto di lavoro per giovani tra i 15 e i 25 anni che permette di acquisire un titolo di studio, tra quelli previsti dall'offerta formativa provinciale, studiando e lavorando contemporaneamente. Scuola e azienda partecipano alla formazione dell'apprendista sulla base di un piano formativo e di un calendario concordato che definisce i periodi di formazione (in azienda e a scuola) e i periodi di lavoro. Sono, poi, attivi i corsi dell'Alta Formazione Professionale dedicati al mondo dell'Hospitality per dare una formazione completa agli studenti che ambiscono a lavorare a livello dirigenziale all'interno di strutture ricettive. Il corso viene de-

finito para-universitario ed ha validazione europea classificandosi al V° livello EQF (Quadro Europeo delle Qualificazioni) con la possibilità al termine del percorso, di accedere direttamente al terzo anno per il conseguimento di una laurea triennale riconosciuta internazionalmente. L'Asat ha stretto importanti relazioni con il mondo accademico. E recentemente abbiamo avuto un incontro con il rettore dell'Università di Trento Flavio Deflorian. È stato avviato il percorso in Gestione delle imprese turistico alberghiere nell'ambito della laurea in Gestione aziendale un progetto importante, nato dall'accordo tra il Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento e Asat. Già il prossimo anno gli albergatori potranno conoscere e apprezzare la preparazione dei primi laureati in questo importante percorso di studi».

## Transizione energetica

«Il Piano Energetico Ambientale Provinciale (PEAP) ha un ruolo strategico prevedendo le azioni di mitigazione del cambiamento climatico e il raggiungimento dell'autonomia energetica del Trentino entro il 2050.

L'Istituto di Statistica della Provincia di Trento ha presentato nel 2021 lo studio dedicato agli aspetti dell'ecosostenibilità. La ricerca evidenzia come il 59,3% degli albergatori ha già adottato sistemi di isolamento termica dell'edificio, con un positivo aumento rispetto al decennio precedente (44%).



L'installazione di pannelli solari e fotovoltaici coinvolge il 52% delle strutture alberghiere tra chi ha già completato gli interventi e chi prevede di farlo a breve, con un incremento nel decennio considerevole; gli alberghi che nel 2004 avevano questi sistemi erano il 22,4% per i pannelli solari e il 6% per i pannelli fotovoltaici.

È, però, necessario fare un'analisi puntuale della convenienza economica dell'installazione degli impianti per valutarne l'effettiva redditività. Non in ultimo, al di là della redditività dell'investimento, come strutture ricettive dobbiamo considerare che con il fotovoltaico si produce energia pulita, riducendo l'immissione di CO<sub>2</sub> nell'atmosfera. Non dobbiamo pensare solo ad investimenti strettamente connessi agli immobili alberghieri: pensiamo alle comunità energetiche, un'associazione tra cittadini, attività commerciali, pubbliche amministrazioni locali o piccole e medie imprese che decidono di aggregarsi per dotarsi di uno o più impianti condivisi per la produzione e l'autoconsumo di energia da fonti rinnovabili.

Al momento la possibilità di fare una comunità energetica è subordinata al collegamento alla cabina primaria e all'emanazione del regolamento. Rimangono, comunque, strategie importanti, che meritano uno studio e un sostegno particolare e che permetteranno di rispondere al fabbisogno energetico del territorio indipendentemente dalla connessione fisica agli impianti di produzione all'edificio servito.

Desidero anche evidenziare come il piano energetico ambientale della Provincia non tratti solo di fotovoltaico, ma preveda lo sviluppo di nuove tecnologie rinnovabili contestualmente al miglio-

ramento di quelle esistenti. Cito, ad esempio, la biomassa legnosa, con la previsione dell'efficiamento degli impianti di teleriscaldamento a biomassa legnosa esistenti e la promozione di nuovi impianti, oppure la produzione di biogas da matrici organiche. Anche l'eolico ed il geotermico rappresentano dell'opportunità per il nostro territorio che devono essere attentamente esplorate».

## ■ Turismo sostenibile

«La sostenibilità non è una moda, ma un atteggiamento responsabile capace di orientare le scelte delle persone. L'Agenda 2030 prevede l'attuazione di politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che creino posti di lavoro e promuovano la cultura e i prodotti locali. Un turismo sostenibile e duraturo, responsabile e consapevole degli impatti sociali, economici e ambientali, integrato con le comunità che abitano il territorio, ma anche pronto ad accogliere le nuove tendenze. La valorizzazione della cultura, delle tradizioni, e delle produzioni locali sono, quindi, una scelta strategica per un turismo sostenibile.

L'Asat, negli anni, ha attivato molteplici interventi per sostenere l'economia di montagna in un'ottica di sostenibilità e circolarità, per arrivare al più recente Progetto del Gusto, che punta ad una valorizzazione e ad una migliore promozione del turismo enogastronomico e del turismo slow. Lo scorso mese Trento è diventata la capitale del mondo del metodo classico italiano con il Trento Doc Festival: la nostra provincia e le cantine sono state visitate da appassionati provenienti da tutta Italia ma anche dall'estero.

Un turismo sostenibile deve promuovere la conservazione e la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale del luogo: è necessario tutelare il contesto paesaggistico e l'ambiente naturale in cui le nostre aziende operano per non danneggiare la principale leva di attrazione del nostro territorio. Un turismo sostenibile non ha picchi di flussi turistici concentrati solo nei mesi estivi e invernali, ma è in grado di attrarre nuovi segmenti di mercato nelle "belle stagioni".

## ■ Mobilità sostenibile

«È necessario concentrarsi sulla mobilità alternativa lavorando sul trasporto pubblico affinché diventi prioritario con conseguente riduzione del traffico veicolare. La raggiungibilità del nostro territorio si gioca principalmente sui sistemi aeroportuale e ferroviario, dobbiamo riuscire a fornire risposte ai nostri potenziali ospiti, per evitare che le nostre destinazioni perdano appeal poiché giudicate poco raggiungibili.

Recentemente è stato presentato il "Libro Bianco sulle priorità infrastrutturali del Trentino - Alto Adige", realizzato dalle Camere di Commercio di Trento e Bolzano. Il documento ha lo scopo di sintetizzare le opere infrastrutturali strategiche indicate dal mondo associativo e imprenditoriale del Trentino-Alto Adige. Tra i macro-obiettivi proposti e che l'Asat ha condiviso citiamo il potenziamento della connettività con le altre regioni e con le reti europee; il miglioramento dell'accessibilità del territorio potenziando i collegamenti verso le zone più periferiche e le località turistiche meno accessibili; lo sviluppo di una mobilità e di un turismo sostenibili; il supporto dell'economia locale».

## ■ Turismo e sport

«Le numerose associazioni sportive, le scuole di vela, bike, sci e pattinaggio, le guide alpine e di mezza montagna, gli accompagnatori sul territorio e tutti i professionisti impegnati nell'accompagnamento dello sport e delle attività esperienziali di montagna contribuiscono costantemente non solo alla promozione dell'attività sportiva ma anche del nostro territorio.

A settembre si è svolta la quinta edizione del Festival dello Sport, con dimensione nazionale ed internazionale. Si sono registrati numeri straordinari con 50.000 presenze agli eventi di Trento che hanno generato un effetto positivo sull'occupazione alberghiera. I Giochi olimpici del 2026 rappresentano una straordinaria vetrina per far conoscere il Trentino al resto del mondo. Sarà un momento di grande visibilità internazionale, un'opportunità di sviluppo e crescita economica di lungo periodo per tutto il Trentino.

È importante sostenere gli interventi di riqualificazione e ammodernamento delle strutture ricettive in un'ottica di sostenibilità, attraverso nuove misure agevolative "speciali e dedicate" con criteri e tempistiche semplificate che permettano la realizzazione degli investimenti in tempi brevi. In occasione della manovra di bilancio provinciale, l'Asat ha sostenuto "lo sport di cittadinanza" che si rivolge a tutti i cittadini di diverse età, con diverse abilità e possibilità economiche grazie alla compartecipazione nella spesa».

*Gli interventi tecnici del direttore generale di Euregio SGR Sergio Lovecchio, del direttore di Scouting Spa Attilio Conta e dell'amministratore del Polo tecnologico dell'energia dell'Università di Trento Maurizio Fauri verranno pubblicati nel numero di T&O di Gennaio.*

L'incontro autunnale dell'ASAT  
si è svolto presso la  
Cantina sociale di  
Roveré della Luna Aichholz.  
Un sentito ringraziamento  
per l'ospitalità.





Lago di Molveno

# Estate molto buona e turismo invernale all'insegna della preoccupazione

Le dichiarazioni dei presidenti delle sezioni Asat

7' e 50"

Andrea Rudari e Fabia Sartori

Con l'arrivo della prima neve c'è ottimismo tra gli albergatori in riferimento alla stagione invernale. Sebbene rimangono le preoccupazioni legate al rincaro dei costi energetici, infatti, l'arrivo della neve naturale, e la possibilità di proporre tutte le attività legate alla «dama bianca», ha portato molta positività tra gli albergatori.

Rimane ottima la stagione estiva da incorniciare, con i flussi turistici tornati ai livelli pre-Covid. Molto bene anche le cosiddette «belle stagioni», complice le temperature al di sopra della media. Gli albergatori intervistati dichiarano di aver mantenuto un buon rapporto con le ApT locali, a prescindere dalla riforma delle stesse.

Prosegue con questo pezzo la carrellata di interviste ai presidenti di sezione Asat (iniziata su T&O di novembre) che operano sulle diverse aree del territorio trentino.

## ■ Giancarlo Andreatta, presidente Asat Baselga di Pinè

«Definirei la stagione estiva più che positiva: abbiamo avuto flussi turistici che hanno superato quelli del 2019. Sull'altipiano c'è molta euforia per le Olimpiadi 2026 e per il progetto olimpico che vede coinvolto l'Ice Rink. Per la stagione invernale pensiamo di avere un buon livello di presenze e arrivi, anche grazie agli eventi organizzati. Sul nostro altipiano si potranno ammirare i presepi del Paese dei presepi, fare escursioni con le ciaspole e muovere i primi passi con gli sci da discesa e da fondo. Non mancheranno attrazioni per i bambini, compresi i gommoni da neve. Come località, siamo in attesa della strada delle tre valli, in fase di ultimazione. L'armonizzazione con l'ApT di Trento andrà a beneficio sia nostro sia del capoluogo: è un'opportunità per entrambi. Con la Val di Fiemme manterremo comunque un ottimo rapporto, teso a fare aggregazioni ed anche manifestazioni condivise. Ma non sarebbe stato l'ambito adatto a noi, che abbiamo più naturalmente un legame con Trento».

## ■ Fabio Mori, presidente Asat Molveno

«La stagione estiva è andata bene. Particolarmente buoni i mesi di giugno, luglio e settembre. Agosto è stato un buon mese, anche se nella seconda parte non c'è stata la solita richiesta. E questo a causa, forse, del peggioramento del meteo o, forse, in relazione al fatto che molti hanno anticipato le vacanze per via del grande caldo. Buoni i presupposti per la stagione invernale, con parecchie richieste. Nella zona di Molveno, inoltre, sono state realizzate delle nuove piste per slittino a completamento dell'offerta turistica in Paganella. Con queste nuove attività, gli ospiti troveranno un ventaglio di proposte davvero completo. Privilegiato rimane il mercato italiano, ma l'idea è di puntare anche all'estero. Per quanto riguarda il rapporto con l'ApT, i rapporti sono abbastanza buoni. Non vedo particolari differenze rispetto agli scorsi anni, forse un leggero incremento di collaborazione».

## ■ Natale Rigotti, presidente Asat Trento, Monte Bondone, Valle dei Laghi

«Trento si è rivelata una città sorprendente: la stagione estiva è andata molto bene. E questo anche grazie a manifestazioni come il Festival dell'Economia o il Festival dello Sport. Non dimentichiamo anche l'iniziativa legata al Trento Doc, che l'Asat ha portato in Camera di Commercio, con l'obiettivo di rendere Trento la capitale nazionale delle bollicine di qualità. Nella stagione invernale, Trento è per lo più una meta "di passaggio". I mercatini, comunque, stanno andando bene. Per quanto riguarda il Monte Bondone, gli operatori hanno aspettative positive: le richieste arrivano, anche se ad oggi le conferme sono poche. Il nuovo direttivo dell'ApT parla un linguaggio moderno e questo è importante. Stiamo ragionando su un programma di due anni. Il rapporto è buono e c'è grande rispetto per gli albergatori».

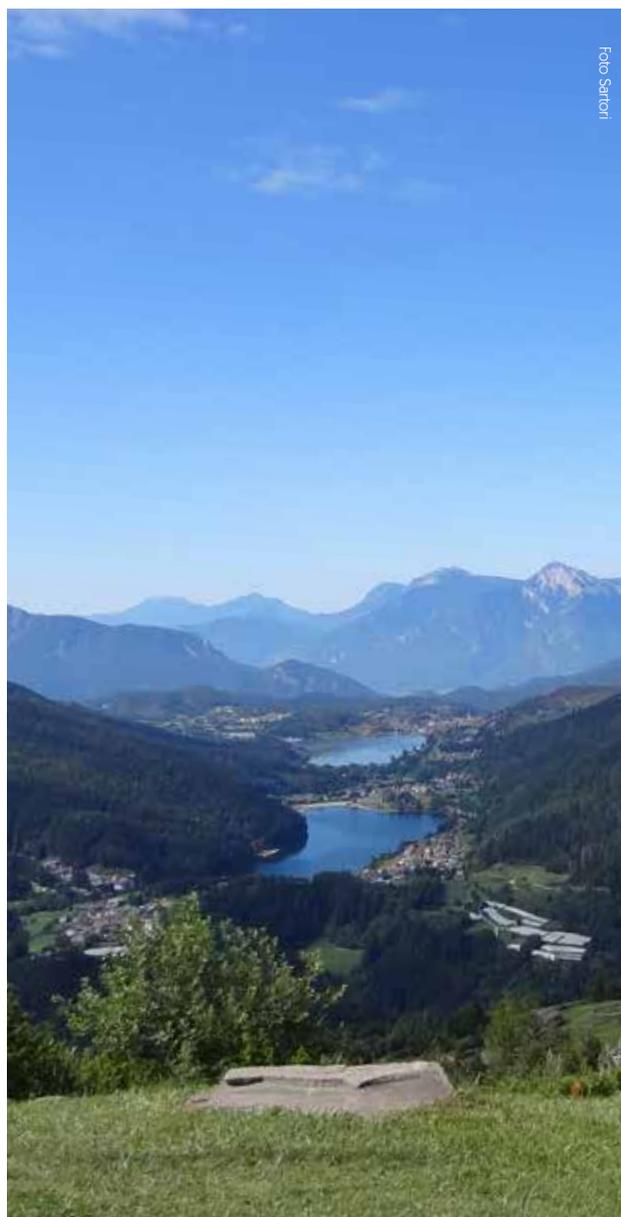


Foto Sartori

I laghi della Serraia e delle Piazze

## William Gatti, presidente sezione Asat Folgaria

«Il nostro ambito è uno di quelli che è maggiormente cresciuto rispetto all'epoca pre Covid, almeno per quanto riguarda la stagione estiva. Le previsioni invernali sono anche molto buone, soprattutto per il rientro degli stranieri. Prima della pandemia, il peso del turismo straniero era aumentato costantemente. Purtroppo, lo scorso anno le limitazioni ancora penalizzanti hanno fatto mancare le presenze straniere. Per la stagione che sta per iniziare le prospettive sono buone. Recentemente l'ApT ha rinnovato il consiglio e i rapporti sono ottimi. Rimane l'incognita legata alle Ata: ancora non si comprende bene il loro ruolo, anche perché agiscono su territori diversi tra loro. Siamo fiduciosi e staremo a vedere quali risultati si otterranno».

## Massimo Osele, presidente sezione Asat Lavarone

«La stagione estiva si è conclusa sopra le aspettative, con un luglio migliore rispetto all'anno scorso e agosto stabile su buoni livelli. Anche settembre ed ottobre si sono rivelati ottimi periodi. In generale, tutti i colleghi si ritengono cautamente soddisfatti. Tuttavia, ci sono le questioni legate ai rincari energetici ed alla paura del ritorno del Covid che non consentono alla categoria di dormire sonni tranquilli. Riguardo alla stagione invernale, le prenotazioni stanno andando bene. E la neve, che è finalmente arrivata, spinge i turisti ad interessarsi alle vacanze invernali e a prenotare. Durante la riforma delle ApT io coprivo la carica di vicepresidente: nonostante qualche problematica durante il "passaggio", vedo che oggi l'ApT lavora in piena autonomia e gli operatori si stanno adeguando alla nuova realtà. Tuttavia, l'attenzione dell'ApT si focalizza per lo più su eventi di una certa importanza, con meno impegno dedicato all'organizzazione di piccoli eventi».

## Petra Mayr, presidente sezione Asat Riva del Garda

«Anche sul Garda la stagione estiva 2022 è andata molto bene; forse la Val di Ledro ha fatto un po' più fatica all'inizio di luglio, ma poi ha recuperato bene. La principale criticità è quella nel reperire collaboratori: forse siamo penalizzati dal fatto che abbiamo una stagione sola, che non copre tutto l'anno e quindi i lavoratori cercano un'occupazione più continuativa. La prossima stagione, da fine marzo 2023, si presenta bene come richieste e prenotazioni. Riscontro anche un aumento dei prezzi (mediamente del 10%) per far fronte ai rincari che stiamo subendo. Anche i turisti stranieri, soprattutto i tedeschi, si stanno riavvicinando con più "tranquillità" rispetto a qualche settimana fa. In ApT c'è una grande volontà comune di fare bene, a partire dagli organi dirigenti, e debbo anche dire che tutte le categorie economiche si sentono coinvolte. Forse le altre zone che si sono ritrovate oggi nello stesso ambito con l'Alto Garda (Ledro e Comano, ndr) non sono ancora pienamente soddisfatte del lavoro che si fa, ma credo che debbano essere loro stessi più incisivi e propositivi, anche come stimolo verso la struttura».



Foto M. Simonini

Bianca atmosfera sul Monte Bondone



Foto Niccolò Maria

Le cime innevate in Val di Fassa

### ■ **Diego Zorzi, presidente sezione Asat Valle di Fiemme**

«Sul fronte delle presenze, sicuramente la stagione estiva del 2022 è stata la migliore di sempre, anche se abbiamo poi dovuto fare i conti con l'aumento importante delle spese che sicuramente condiziona i nostri bilanci finali. I turisti stanno scoprendo che la montagna oggi dà molte possibilità ed attrattive in più, anche per le famiglie, rispetto agli anni scorsi. E l'aumento degli italiani ha compensato il calo degli stranieri. Per l'inverno le prospettive sono buone. Non essendoci le restrizioni degli anni passati, gli stranieri arrivano prima, già a partire da dicembre, quindi la sensazione è positiva. Bene sia per i weekend che per le settimane intere. L'ApT di Fiemme è molto presente, sempre più vicina all'associato ed a quello del ricettivo in particolare, sia dal punto di vista organizzativo che da quello formativo (sono stati organizzati corsi molto interessanti). Ci fa onore che l'ApT sia presieduta proprio da un rappresentante degli albergatori e nostro associato. Le prospettive di lavoro saranno sicuramente buone anche con le nuove proposte che arrivano dall'ambito della Valle di Cembra».

### ■ **Guglielmo Lasagna, presidente sezione Asat Centro Fassa**

«Confermo il buon andamento estivo. Una buona partenza turbata solo dai tristi accadimenti estivi (la tragedia della Marmolada e gli eventi calamitosi di agosto) che, però, grazie alla comunicazione social nei confronti dei clienti ed al lavoro dei vigili del fuoco e dei tecnici, siamo riusciti a recuperare in tempi brevissimi, arrivando a contare numeri superiori a quelli del 2019. Abbiamo visto il ritorno dei tedeschi ed un buon numero di italiani, molti dei quali erano alla loro prima vacanza in montagna. Abbiamo altresì vissuto il problema della carenza e poca preparazione del personale, tanto che alcuni colleghi si sono visti costretti a ridurre i servizi per potersi adeguare alla nuova situazione.

Per il prossimo inverno ci aspettiamo grande soddisfazione. La nostra ApT non ha subito cambiamenti: l'unica novità è che ci troviamo nella stessa Ata con Fiemme e Primiero. Per quanto riguarda Fassa, abbiamo recentemente approvato con grande convinzione e condivisione il piano strategico pluriennale e siamo contenti che ci siano albergatori preparati e disponibili che siedono negli organi statutari».

## ■ **Patrizio Prandi, presidente sezione Asat Moena**

«L'estate è stata ottima. A Moena abbiamo visto soprattutto molti italiani, come consuetudine, mentre sul Passo San Pellegrino abbiamo avuto la piacevole sorpresa di rivedere molti stranieri, anche extra UE (statunitensi, brasiliani, coreani). Agosto non è stato da pienone, ma credo che questo sia stato forse un bene anche per la vivibilità delle nostre località. Interessanti anche i risultati sulle "belle stagioni". Per l'inverno prossimo, Moena potrebbe soffrire un po' la mancanza degli italiani, clienti normalmente più propensi a fare la settimana bianca, mentre gli stranieri si stanno attestando su numeri importanti. Così avremo un'immacolata da pienone, un Natale più tranquillo e poi di nuovo bene Capodanno ed Epifania.

Vedremo poi, dopo le feste, se la "stanca" delle settimane bianche avrà magari un cambio di rotta. L'ApT della Val di Fassa sta facendo un ottimo lavoro, siamo un gruppo coeso (Prandi è membro del direttivo) e il marketing sta funzionando bene».

## ■ **Ferruccio Luzzani, presidente sezione Asat Valle del Chiese**

«In Valle del Chiese l'estate è andata molto bene, anche nei mesi delle "belle stagioni". I flussi turistici sono stati buoni fino alla fine di ottobre. Certamente, uscendo a due anni di pandemia, possiamo ritenere il risultato soddisfacente. Per quanto ci riguarda, la stagione invernale non esiste: non abbiamo un'altitudine sufficiente a praticare attività sulla neve. Non siamo molto soddisfatti, invece, dell'assetto post-riforma delle ApT. Il turismo qui nella Valle del Chiese è decisamente diverso da quello che interessa la zona di Campiglio e Pinzolo. E non abbiamo una rappresentanza degli albergatori locali nel Consiglio dell'ApT: sicuramente questo è un punto dolente. Siamo circa a 400 metri s.l.m. ed abbiamo esigenze diverse. Non ultima quella della maggior valorizzazione della parte di lago d'Idro che appartiene al Trentino».



Sci di fondo a Malga Millegrobbe

## ■ **Filippo Debortol, presidente sezione Asat Alta Fassa**

«Anche in Alta Fassa (Canazei e comuni vicini) abbiamo avuto una bellissima estate, direi da record. Questo mi fa credere che la montagna abbia un buon appeal per tanti turisti italiani e che sia stata rivalutata come meta delle proprie vacanze. Buoni anche i fatturati per le nostre imprese, pur con la preoccupazione che i costi alle stelle di energia e materie prime possano ridurre di molto la marginalità riscontrata. Gli eventi atmosferici di agosto non ci hanno portato problemi, e la disgrazia della Marmolada ha forse fatto aumentare in tutti i nostri ospiti la consapevolezza che la montagna va sempre affrontata in sicurezza e con grande attenzione.

Per l'inverno siamo ottimisti, fino ad ora abbiamo buone prenotazioni, con un possibile aumento del 10% sullo stesso periodo delle festività dello scorso anno, sia per gli italiani che per gli stranieri. Siamo molto contenti del lavoro fatto dall'ApT (anche Debortol siede nel direttivo, ndr) soprattutto dopo l'inserimento delle nuove figure, tra cui il direttore Paolo Grigolli, anche se il cammino da compiere è ancora lungo».

# Noi significa affrontare il presente e renderlo futuro.



GRUPPO  
CASSA  
CENTRALE

Siamo le Banche di Credito Cooperativo vicine alle persone, alle imprese e ai territori. Diamo valore alle iniziative della comunità di cui facciamo parte per generare ricchezza e benessere condivisi. **Cooperazione. Sostenibilità. Responsabilità.**

I valori con cui costruiamo un percorso sostenibile da tramandare, i valori che ci rendono differenti. E con i quali vogliamo fare la differenza.

**Gruppo Cassa Centrale, le Banche di tutti noi.**

*Cooperativi. Sostenibili. Responsabili.*



# Manovra finanziaria: le osservazioni dell'Asat

16

🕒 3' e 10"

👤 Laura Licati



Via l'Imis per gli immobili in cui si svolge ricettività alberghiera e «trasformazione» degli immobili a destinazione alberghiera in foresterie per dipendenti

L'Asat ha prodotto alcune osservazioni di carattere generale sulla manovra finanziaria, aggiuntive rispetto a quanto espresso nel documento presentato dal Coordinamento provinciale imprenditori, condiviso dall'Associazione nei suoi contenuti, entrando con particolare specificità nel merito di alcune richieste puntuali relative al settore turistico.

«La manovra finanziaria provinciale anticipa un 2023 che sarà "complesso" sotto molti punti di vista», si legge nel documento, che prosegue: «A livello nazionale la previsione di crescita del Pil è

stata pesantemente ridotta allo 0,6% e le ipotesi più recenti la stimano attorno allo zero a causa degli aumenti dei costi energetici e delle materie prime. Per il Trentino i dati non sono molto diversi: viene stimata una crescita dello 0,7%, a fronte del più 2,6% atteso dal Defp (Documento di economia e finanza provinciale). Prendendo a riferimento i valori del Fondo monetario, la crescita risulta ulteriormente limitata ad un più 0,2%. Anche gli ingenti fondi Pnrr, che sarebbero dovuti servire per sostenere il rinnovamento dell'economia italiana, scontano questa difficile situazione. Le imprese si trovano, quindi, ad operare in un contesto di forte incertezza che risulta soggetto a possibili ulteriori cambiamenti anche nel breve periodo».

L'Asat precisa che «le misure che la Provincia intende mettere in campo per aiutare le imprese a sostenere il caro bollette consistono, da un lato, nella riproposizione del protocollo con le banche per l'attivazione di nuove linee di finanziamento, i cui interessi risultano parzialmente abbattuti dalla Provincia e, dall'altro, nella concessione tramite i Confidi di linee di credito di importo fino a 20-

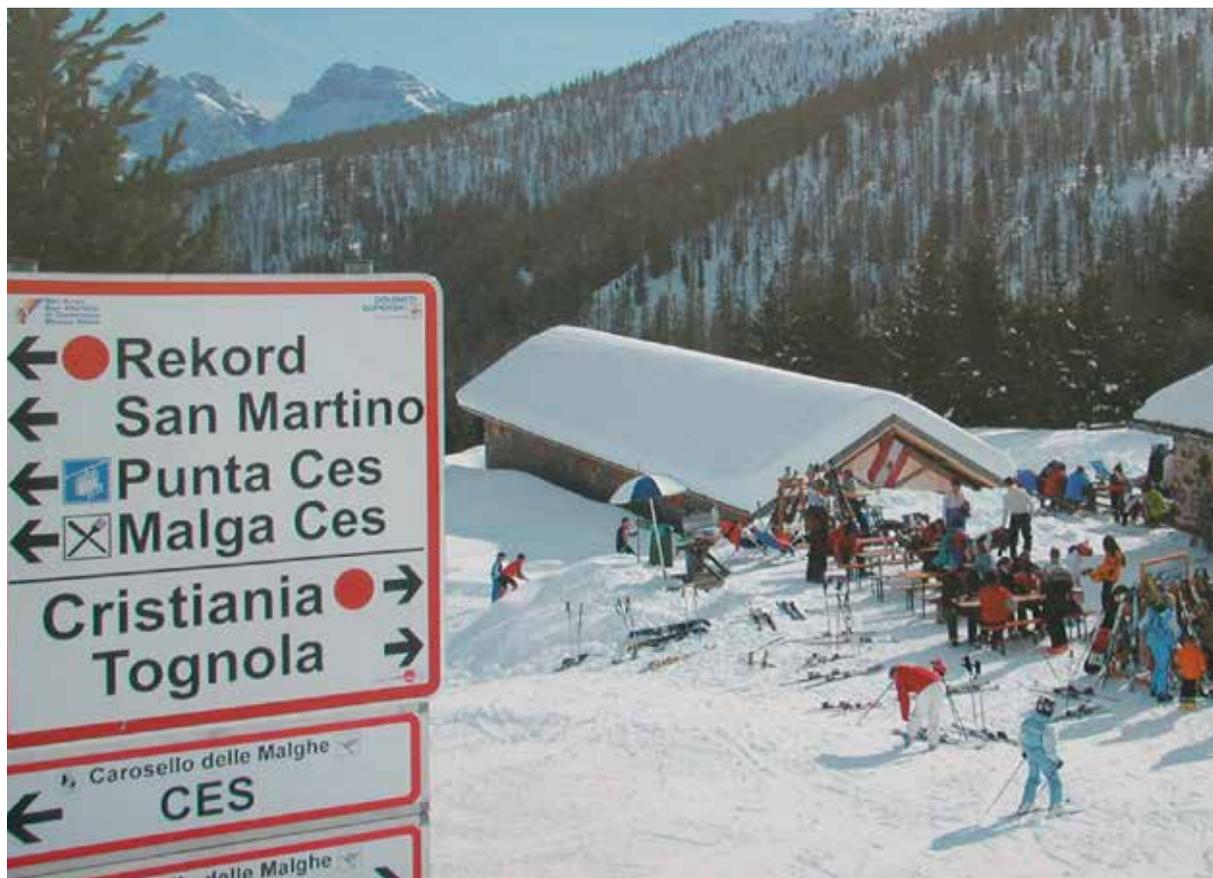
25mila euro alle piccole imprese». «Questi interventi - precisa l'Associazione - seppur importanti per assicurare liquidità alle aziende in questa difficile fase congiunturale, non saranno probabilmente accessibili a quelle imprese che risultano molto esposte, rimanendo in capo agli istituti di credito la valutazione ultima in merito all'opportunità o meno di accordare il nuovo finanziamento. Non riuscendo ad accedere ad una nuova linea di credito per far fronte all'esplosione dei costi energetici per queste casistiche si prospetterà la chiusura dell'attività. Siamo consapevoli che, per gli effetti prodotti dalla crisi geopolitica in atto, la Provincia ha limitate capacità di intervento finanziario; è tuttavia possibile intervenire maggiormente e con più forza a sostegno delle imprese». A tal proposito, l'Asat indica la necessità di riproporre **l'esenzione dal versamento dell'imposta municipale propria (Imis) per l'anno 2023** per gli immobili dove si svolgono attività connesse alla ricettività alberghiera e più, in generale, ai settori del turismo.

«Un altro ambito di intervento - specifica il documento - è quello della gestione del personale. È nota la difficoltà nel reperire alloggi per i lavoratori stagionali impegnati nel turismo. L'articolo 119 della legge provinciale 4 agosto 2015 dispone che gli alberghi dismessi possano essere destinati a camere per il personale anche relativamente a più strutture alberghiere. La norma non specifica quali servizi dovranno essere forniti e lascia spazi interpretativi ed incertezze che la hanno resa di fatto inapplicabile». L'Asat ripropone la richiesta che, nel caso di immobili alberghieri utilizzati per il personale, venga inserita una formulazione che garantisca per ragioni temporanee e contingenti la **rifunzionalizzazione degli immobili a destinazione alberghiera in foresterie per dipendenti**, svincolando l'uso degli stessi dagli obblighi di servizio tipici delle strutture ricettive alberghiere e previsti dalla legge di ricettività. In considerazione della scarsa disponibilità per i lavoratori stagionali di alloggi sul territorio provinciale, l'Asat chiede che, nei Comuni con alta densità di strutture ricettive, venga effettuata una rilevazione della disponibilità di unità immobiliari da destinare a fini abitativi e, in modo non permanente, per lavoratori del settore del turismo, prevedendo agevolazioni sui tributi locali (Imis, Tari) per i proprietari che stipulino locazioni ad uso transitorio destinate ai lavoratori stagionali.



Tra gli interventi di contesto in cui si muove quest'anno la legge finanziaria, l'Asat cita anche il disegno di legge di revisione della LP 6/99 in materia di aiuti alle imprese. La norma si pone nell'ottica di semplificare e omogeneizzare il quadro degli interventi previsti e fornire risposte immediate e concrete alle nuove necessità e sfide. L'Asat auspica che le **Associazioni di categoria possano essere coinvolte nella fase di definizione delle delibere attuative**, anche a fronte della grande esperienza maturata in questi anni, che può essere senza dubbio valorizzata in un lavoro coordinato con le strutture e gli enti provinciali competenti (leggo APIAE e Trentino Sviluppo).

Il bilancio 2023 stanziava oltre 65 milioni di euro per ricerca, innovazione, risparmio energetico e transizione ecologica. L'Asat condivide tale previsione anche in ragione dell'attenzione del settore turistico alla capacità di risparmio energetico nelle strutture alberghiere.



Primiero, gli impianti sciistici della Ski area Ces

# Le ApT post riforma del turismo: Primiero e San Martino di Castrozza

Il Primiero è una delle zone in cui più delicata è la situazione turistica, a dispetto di un territorio di straordinaria bellezza e che ebbe uno sviluppo anche precoce, guardando al complesso del panorama Trentino. Quella fase pionieristica, legata allo sci e all'alpinismo, non è poi sbocciata come sarebbe accaduto in altre zone. E oggi l'area sta cercando di rilanciarsi facendo diventare risorsa proprio il fatto di essere stata risparmiata dal «turismo di massa». E, quindi, vedendo nel turismo lento e sostenibile il proprio futuro.

**Antonio Stompanato** è il presidente della ApT Primiero San Martino di Castrozza.

## Intervista al presidente Antonio Stompanato

🕒 3' e 30"

👤 Luca Marsilli

### ■ La riforma delle ApT come è stata vissuta nella sua zona, e che giudizio ne dà?

«Con dei pro e dei contro, la mia valutazione della riforma è positiva. Soprattutto guardandola in prospettiva: ha finalmente fatto chiarezza, anche da un punto di vista normativo e quindi gestionale, sulla natura delle ApT. Ancorandole saldamente a una natura privatistica

che prima, quando operavamo con una netta maggioranza di finanziamenti pubblici, poteva essere corretto mettere in discussione. Lavorare come privati significa avere una autonomia gestionale molto maggiore, rispetto a dover seguire le norme del diritto pubblico. E questo è senza dubbio positivo: da una situazione border line siamo passati a una definita e che ci permette maggiore agilità. Anche dal punto della trasparenza credo che la nuova normativa sia un passo avanti importante».

### ■ Questo però ha significato perdere parte delle risorse, almeno per le ApT meno fortunate

«È vero, e noi rientriamo in quel novero: c'è una differenza sostanziale tra le zone più ricche come tessuto turistico e quelle che lo sono meno. Noi avevamo una quota di finanziamento pubblico che andava dal 60 al 70% e ci siamo trovati a dover scendere al 49% massimo. Vuol dire trovare sul territorio quasi il doppio delle risorse di prima. Ci sono ApT che ce l'hanno fatta subito, noi ci siamo avvicinati molto, rispetto almeno alle basi di partenza, ma a una parte dei finanziamenti pubblici quest'anno abbiamo dovuto rinunciare. Vanno a Trentino Marketing, in verità, che li utilizzerà in attività che concorderemo, ma comunque sono usciti dalla nostra diretta disponibilità. Lo consideriamo comunque uno scotto da pagare al cambiamento: ora stiamo andando a regime e immagino che già l'anno prossimo dovremmo poter raggiungere l'obiettivo senza rinunciare a nulla del finanziamento pubblico».



Antonio Stompanato, presidente ApT Primiero

### ■ Come ci si riesce?

«Lavorando di più e in modo diverso. Ci sono zone fortunate dove le risorse si possono raccogliere per intero dagli operatori del settore turistico o dell'indotto. Noi non siamo ancora in queste condizioni. L'alternativa è impegnarsi molto più di prima direttamente nella produzione di eventi, anche di piccole dimensioni. Sono le attività che normalmente venivano portate avanti da associazioni locali, che chiedevano il nostro contributo economico. Adesso ci occupiamo direttamente della organizzazione e gestione, e raccogliamo quei finanziamenti da parte degli sponsor o comunque dei sostenitori privati che prima si affiancavano al nostro contributo. In termini di vantaggio economico per l'ApT non cambia molto: sono soldi che entrano e escono per lo specifico evento cui fanno riferimento. Ma in termini di bilancio, sono finanziamenti privati che raccogliamo, e alzano il tetto. Quindi per noi significa maggiore impegno diretto e più lavoro, ma anche acquisire un ruolo centrale, non più di sostenitori ma di promotori di eventi. E anche questo penso che a gioco lungo sia un punto a favore della riforma».

### ■ Quindi qualche problema, qualche risorsa persa, ma un giudizio positivo già oggi?

«Sì, e penso che la situazione possa solo migliorare. Le cose ora sono più definite, più chiare. Anche il ruolo dei presidenti e della loro assemblea, il consorzio in cui si uniscono e che è riconosciuto dalla legge, mentre prima non era un interlocutore ufficiale. Anche questo credo che migliorerà i rapporti con la Provincia, nel senso di una collaborazione più chiara e costruttiva».

### ■ L'ultimo passo, ora, è con la nascita e soprattutto l'arrivo a regime delle Ata. Voi siete assieme a Fiemme e Fassa

«Anche su questo, penso che i primi effetti si potranno vedere solo l'anno prossimo. Ma in pratica la legge costringe i territori a parlarsi e lo fa mettendo sul tavolo risorse, affidate a Trentino Marketing, che possono essere utilizzate solo per iniziative comuni. Forse sarebbe stato bene che i territori si parlassero già da prima, che non dovesse essere una legge a imporre di fatto alleanze che potevano essere nella logica delle cose. Ma questo non cambia che con le Ata quel passo in più lo dovremo fare per forza. Ancora una volta, uno sforzo che ci viene richiesto ma anche una possibilità. Starà a noi saperla sfruttare adeguatamente».

# Una stagione estiva «lunga e positiva» per i rifugi del Trentino

🕒 3' e 00"

👤 Laura Licati

## A fine novembre si è svolta l'assemblea annuale dell'Associazione

Una stagione «lunga e positiva» per i rifugi del Trentino, con i gestori ormai focalizzati su aperture che coprono un arco di stagione molto più lungo di quello canonico (giugno-settembre). Si è espressa così **Roberta Silva**, la presidente dell'Associazione Rifugi del Trentino, in occasione dell'assemblea annuale che si è svolta a fine novembre presso la Distilleria Marzadro di Nogaredo.

La relazione della presidente, poi, è stata incentrata sul «fattore squadra» tra i rifugi del Trentino, inteso come la necessità di lavorare all'interno di un «sistema collaborativo tra gli attori della montagna, per portare avanti progetti ed intenti comuni, per anticipare le necessità, soprattutto per evidenziare i fattori critici anche in vista dell'ormai imminente apertura invernale». «Il ritorno marcato della clientela straniera lungo i sentieri e verso l'ospitalità dei rifugi - ha proseguito Silva - è stato un elemento certamente positivo insieme alla presenza nazio-

nale. Tra gli elementi distintivi della stagione estiva 2022 sono da ricordare l'evento tragico della Marmolada, l'andamento dei flussi rispetto ai mesi di stagione, il favore del meteo, l'apertura facilitata dalla poca neve in quota, ma altresì condizionata dalla gestione della risorsa acqua, personale e rincari energetici». Sul piatto temi focali, diventati progetti a più mani tra gli stakeholder della montagna su spinta dell'Associazione Rifugi del Trentino, come quello sulla prudenza in montagna, il recente accordo con il Soccorso Alpino e Speleologico Trentino che avvicina ulteriormente gli attori delle azioni del soccorso ai rifugisti. Il vicepresidente **Raffaele Alimonta** è intervenuto in merito al protocollo di potabilizzazione dell'acqua dei rifugi, sulla progettazione in alta quota di rifugi e bivacchi e l'Outdoor Experience Sustainability».

**Laura Licati** dell'Asat ha illustrato la recente sottoscrizione del protocollo per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari a favore dei rifugi del Trentino. **Mauro Nardelli**, presidente della sezione Asat Vallagarina, referente del progetto di valorizzazione dei prodotti, ha ricordato il valore della produzione agroalimentare della zona, che diventa pietanza nei piatti dei rifugi. Tra i nuovi strumen-



La platea all'assemblea dei rifugisti

ti dell'Associazione anche il nuovo sito (trentinorifugi.com), di cui ha riferito **Daniele Rosi** come campo base delle informazioni. **Davide Cardella**, direttore dell'Asat, ha sottolineato l'interazione con gli strumenti operativi di VisitTrentino per i widget, le informazioni, prenotazioni e la presenza delle mappe interattive di Outdooractive.

**Valentina Cappio** e **Chiara De Pol** hanno illustrato la rinforzata collaborazione con Trentino Marketing, sia sul piano media PR sia riguardo al progetto «Prudenza in Montagna», annunciando una *new tale*, una nuova narrazione che avvicini l'ospite ai valori, legami, responsabilità di chi vive, ama e frequenta il territorio trentino. **Dora Tavernaro**, Strada dei Formaggi delle Dolomiti, ha parlato del progetto «Dolomiti d'autunno» che ha interessato alcuni rifugi della Val di Fassa. **Virna Pierobon**, responsabile della comunicazione, ha presentato il concetto di community della montagna trentina tra attori e fruitori, con l'evidenza di dati che mostrano l'andamento dei flussi e modalità di comunicazione con una convergenza sulla bella stagione dei Rifugi del Trentino.

Sono poi intervenuti **Alessio Bertò** e **Gianmarco Richiandone** del Servizio Turismo e Sport, presentando gli esiti del questionario 2021 rivolto ai gestori dei rifugi del Trentino incentrato sulle criticità gestionali, esigenze tecnico-gestionali, climatiche e le mutate aspettative dei frequentatori della montagna. **Fausto Demozzi** dell'Asat ha parlato dell'incremento dei costi energetici in rifugio.

L'assemblea annuale è stata la prima gestita dal nuovo direttivo con la presidente Silva, affiancata dal vicepresidente **Raffaele Alimonta**, i giovani gestori **Daniele Rosi** e **Jacopo Bernard**. Massiccia la partecipazione dei «vertici» del Trentino turistico a partire dall'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni**, per proseguire con il presidente di Trentino Marketing e dell'Asat **Giovanni Battaiola** e l'amministratore Delegato di Trentino Marketing **Maurizio Rossini**.

Durante l'assemblea sono state consegnate le «Stelle del rifugista» a sette rifugisti, di cui una «in memoriam», dato che il destinatario è venuto recentemente a mancare. Ecco i nomi dei premiati: **Walter Bernard** (Rifugio Vallaccia), **Angelo Cemin** (Rifugio Passo Valles), **Giorgio Debertol** (Rifugio Contrin), **Ezio Croce** (Rifugio Des Alpes), **Angelo Jellici** (Rifugio La Rezila), **Sergio Rosi** (Rifugio Passo Principe). La Stella alla memoria è andata a **Dario Antolini**, storico gestore del Rifugio Trivena, con consegna ai nipoti.

## DICHIARAZIONI SALIENTI

### **Roberto Failoni, assessore provinciale al turismo:**

«Per costruire un prodotto turistico che guardi al futuro, rispondendo alle nuove sfide in campo ambientale e dei servizi, ci vuole coraggio. È fondamentale il dialogo a 360 gradi tra gli operatori della montagna riguardo a diverse tematiche: dalle risorse al sostegno finanziario, fino all'approvvigionamento dell'acqua. Solo così, grazie alle sinergie operative realizzate, la Provincia ha potuto mettere in campo una "potenza di fuoco" a sostegno della promozione del prodotto turistico, alle emergenze, al raggiungimento dei migliori obiettivi».

### **Giovanni Battaiola, presidente di Trentino Marketing e dell'Asat:**

«L'Associazione Rifugi del Trentino è una "punta di diamante" dell'ospitalità in casa Asat, proponendo un'efficace sintesi tra l'offerta turistica del Trentino e la cura della prudenza in montagna. Trentino Marketing, nel piano operativo 2023, ha posto l'asticella ancora più alta, dando importanza al progetto "belle stagioni", in modo da abbassare l'incidenza in alta stagione per puntare a stagioni più lunghe».

### **Maurizio Rossini, amministratore delegato di Trentino Marketing:**

«È importante trasmettere con tutti gli strumenti che abbiamo a disposizione la cultura della montagna. La montagna non è solo un panorama, ma un luogo da vivere e va insegnata ai ragazzi proprio come luogo di vita. Per il futuro questo è basilare al fine di attrarre persone che potrebbero arricchire le nostre comunità e che interpretino la montagna come luogo dove esprimere i propri sogni e desideri di vita».

### **Jole Manica, vicepresidente SAT:**

«La cultura della montagna è nel dna della SAT. Dopo la necessità di distanziamento per la pandemia, ora è arrivato il momento di pensare ai rifugi in modo diverso, con coraggio, come accade per il nuovo progetto del rifugio Tosa Pedrotti, per il quale è stato lanciato un concorso di idee. Il lavoro dei rifugi è enorme, con sfide che toccano clima e risorse. La frequentazione della montagna rende il gestore una persona eccezionale, per il tipo di ruolo ed approccio che gli è richiesto a seconda delle pretese e necessità. Per questo dobbiamo lavorare sulla cultura».

# Trentodoc Festival: buona la prima

Successo per la «tre giorni» dedicata alle bollicine, tra Trento e Valle dell'Adige

🕒 2' e 50"

✍️ Arianna Bertagnoli

Un brindisi al successo per la prima edizione del Trentodoc Festival che si è svolto a Trento dal 7 al 9 ottobre. Per tre giorni Trento e la Valle dell'Adige sono state le capitali mondiali delle bollicine, centro dell'attenzione del sistema enoturistico italiano e non solo. Con oltre 37 tra wine talks, degustazioni ed eventi nelle cantine, il Trentodoc Festival ha mostrato al mondo il suo prodotto migliore, frutto di storia, tradizione e qualità del Trentino. Un evento che ha rilanciato l'idea dell'importanza dell'enoturismo nel sistema turistico italiano, un turismo che coniuga viaggio, identità e ruralità, che piace a un italiano su quattro e che trova nei giovani e nelle donne i principali interlocutori.

Il Festival si è tenuto solo qualche settimana dopo il sesto Forum mondiale dell'Enoturismo (UNWTO Global Conference on WINE TOURISM) che si è svolto ad Alba dal 19 al 21 settembre scorso.

**Mauro Nardelli**, presidente della sezione Asat di Rovereto e della Vallagarina, è stato uno dei 300 selezionati player al mondo che, in rappresentanza dell'Asat, hanno potuto ascoltare importanti relazioni e contributi sul tema dell'enoturismo.

Le tre parole chiave della Global Conference sono state **innovazione, creatività e sostenibilità**. Il nuovo concetto di turismo coniuga l'attenzione all'ambiente con la dimensione sociale, i vigneti da semplici luoghi produttivi potranno diventare il cuore pulsante dell'esperienza enoturistica.

«Per valorizzare i nostri prodotti e il nostro territorio - afferma Nardelli - dobbiamo impegnarci a fare

sistema tra operatori dell'ospitalità, del territorio e dei prodotti locali. Un servizio di qualità, dove tutti gli attori territoriali dell'offerta siano sostenuti, collegati e organizzati per raggiungere un unico obiettivo; offrire al turista un'esperienza che valorizzi e faccia conoscere le tradizioni, le specialità del nostro territorio».

Al Forum sono intervenuti personaggi di spicco del mondo dell'enoturismo, quali il segretario generale del UNWTO **Zurac Pololikashvili**, l'ex ministro del turismo **Massimo Garavaglia**, **Roberta Garibaldi**, CEO dell'Agenzia nazionale del Turismo (ENIT) e **Carlo Petrini**, fondatore di Slow Food. Quest'ultimo nel suo intervento ha ribadito come l'enoturismo deve abbracciare il territorio di riferimento, valorizzandolo ma al tempo stesso salvaguardandolo in ottica sostenibile. «Dobbiamo iniziare a pensare a un turismo che dia spazio alle biodiver-



Roberta Garibaldi, CEO Enit



sità - ha concluso Petrini - non solo vino ma anche agricoltura, ambiente e sapori del luogo». Garibaldi, in qualità di massima esperta italiana di enoturismo, è stata anche relatrice del wine talk organizzato all'interno del Trentodoc Festival, intitolato «Enoturismo: il potenziale italiano».

Produttori locali come **Romina Togn** (titolare di Gaiherhof e Maso Poli), **Stefano Fambri** (direttore Nosio del Gruppo Mezzacorona) hanno ragionato insieme sulle varie declinazioni dell'enoturismo in Trentino. Valorizzare i produttori e far diventare le cantine dei veri HUB del gusto per attirare appassionati e turisti, attirare il turista offrendo un'esperienza unica sono stati alcuni dei suggerimenti emersi durante l'evento.

A portare un'esperienza inedita ma molto interessante è stato anche **Guido Folonari**, titolare di Donna Olimpia, una cantina di Bolgheri nel cuore della Toscana. L'esperienza che offre Folonari è un'esperienza che coniuga vino, gusto, architettura ed ospi-

zialità. All'interno della cantina Donna Olimpia si può anche soggiornare, assaggiare i prodotti locali e vivere il territorio a 360 gradi.

Un viaggio che il produttore ha costruito preservando le caratteristiche del luogo, innovando nel marketing e negli eventi, facendo rete con i produttori locali e con le botteghe del paese, comunicando in maniera efficace, fidelizzando il cliente e trasformarlo in un ospite. L'enoturismo, quindi, come un luogo dove la creatività si coniuga con tradizione, dove l'arte passa dal gusto e dal sapore. Il vino concepito come storia liquida del territorio, l'enoturista come un ospite pronto all'emozione.

Grazie al Trentodoc Festival si sono trascorsi giorni spumeggianti: non rimane che aspettare la seconda edizione per farci traghettare ancora dalla nostra bollicina verso percorsi di gusto e sapore.

# I Gat si «formano» nelle Langhe

🕒 2' e 00"

👤 Monica Basile

Un successo per l'ottavo viaggio studio dei giovani albergatori, che hanno approfondito i concetti di marketing territoriale enogastronomico nel basso Piemonte

Dopo due anni di pausa obbligatoria, i viaggi studio annuali, che pre-pandemia erano pianificati in destinazioni e in partnership con Università estere, sono ripresi partendo da una destinazione tutta italiana. Un vero e proprio successo, quindi, per l'ottavo viaggio di alta formazione continua dei Giovani albergatori del Trentino (Gat) in collaborazione con Coldiretti Giovani Impresa, pianificato con l'assistenza tecnica dell'Asat e co-finanziato dal Tavolo d'ambito economico (PAE) della Provincia autonoma di Trento.

I partecipanti hanno rappresentato le realtà alberghiere di Madonna di Campiglio, Val di Fassa, Rovereto, San Martino di Castrozza, da cui proviene il presidente dei Gat **Luigi Tavernaro**, e realtà imprenditoriali agricole di Trento, Valle dei Laghi, Vallagarina. L'obiettivo del viaggio era quello di approfondire la tematica del marketing territoriale con specifico focus sul turismo enogastronomico, per cui è stata scelta la destinazione Unesco delle Langhe, Roero e Monferrato, in Piemonte. Quattro giorni intensi, vissuti prendendo parte a oltre dieci seminari, con imprenditori, accademia e settore pubblico, che sono stati pianificati e gestiti sul campo da **Monica Basile**, responsabile Marketing e Ricerca dell'Asat, referente del progetto dal 2013.

Durante i seminari, tutti gli stakeholders sono entrati nel dettaglio delle azioni di sviluppo locale che hanno introdotto, generando nel corso degli ultimi 40 anni un posizionamento della destinazione ai

massimi livelli nel settore del turismo enogastronomico. Durante i seminari presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo la delegazione ha appreso principi teorici e applicativi dello «storytelling per valorizzare le imprese familiari». L'ente del Turismo di Alba e il Consorzio Langhe Experience hanno illustrato le strategie di sviluppo turistico legate al brand e alla proposta commerciale, per valorizzare e tutelare l'autenticità del prodotto. Questa destinazione ha attuato scelte coraggiose, decidendo di escludere alcuni target e nazionalità di clientela per evitare criticità con i residenti e con i loro valori. Molto utile lo scambio con il presidente e direttore dell'enoteca regionale, ospitata nel Castello Grinzane Cavour (bene Unesco), sul ruolo svolto dall'ente nello sviluppo commerciale delle unicità legate all'asta del tartufo e ai vini locali. Dal punto di vista del settore privato, i titolari e i fondatori di rilevanti aziende locali hanno condiviso le strategie aziendali attivate da: Consorzio a Tutela del Barolo e del Barbaresco, Cantine Ascheri, Fontana Fredda, Azienda Agricola Manzogne, Birrificio artigianale Baladin, Hotel dei Cavalieri, Hotel Ascheri, Tartufi La Morra, Torroni Sebaste. A Torino, la delegazione è stata ospitata dai colleghi di Federalberghi Torino e Piemonte. Lo scambio ha fatto emergere molti punti in comune tra i Gat e il direttore **Roberto Anino**, il presidente **Fabio Borio** e la presidente del Giovani albergatori torinesi **Virginia Bertone**.

Le due delegazioni trentine GAT e Coldiretti Giovani Impresa hanno espresso vivo apprezzamento per i contenuti formativi del viaggio studio e per le relazioni sviluppate.



# Cinquant'anni di Turismo & Ospitalità nel Trentino

Mezzo secolo di riflessioni e vita associativa, posizioni ufficiali dell'Asat e contenuti tecnico-normativi



2' e 10"



Giovanni Battaiola

Il traguardo raggiunto è di tutto rispetto. Stiamo parlando dei cinquant'anni di pubblicazione della rivista associativa Turismo & Ospitalità nel Trentino, con il presidente dell'Asat di allora **Tarcisio Boschin** che ne saluta la nascita e il direttore **Umberto Prosser** che somma la direzione dell'Associazione a quella della nuova rivista. Dopo Umberto Prosser la rivista è stata retta da Aldo Zigrigno, Ettore Zampiccoli, Remo Casagrande, Giuliano Tecilla, Antonino Vischi, Alberto Frioli e Roberto Pallanch.



Il primo numero di T&O, uscito nel 1971

Allora come oggi, tra gli obiettivi quelli di informare gli associati sull'attività associativa, riflettere sui temi del turismo partendo dai bisogni degli albergatori, dare ufficialità alle posizioni assunte dagli organi dirigenti, ospitare i contributi di singoli associati, veicolare informazioni tecniche di carattere normativo. Evidente anche la necessità di far conoscere ai responsabili politici ed amministrativi, all'opinione pubblica, agli attori principali del turismo trentino il pensiero e l'attività dell'Asat, le sue osservazioni e proposte.

Cambia nel corso degli anni il formato della rivista, più da giornale quotidiano per molti anni, poi rivista con molto colore, foto e di maggiore maneggevolezza. Nel tempo si formalizza la presenza di un Comitato di redazione con associati che costruiscono una linea editoriale e, detto meno enfaticamente, stabiliscono argomenti da trattare e collaborano nella scrittura degli articoli.

La rivista è spesso esposta nelle parti comuni degli alberghi e accessibile ai clienti. Non mancano i commenti di qualche associato ed anche di qualche turista per esprimere il proprio parere su qualche problematica, nei secondi per segnalare la soddisfazione, suggerire miglioramenti ed anche qualche delusione. Dal 2006 la rivista è presente sul sito web associativo in versione sfogliabile, con un significativo numero di accessi. Importante è l'affiancamento della rivista con altri e apprezzati strumenti informativi: newsletters, Telegram, Twitter, LinkedIn, Podcast. Da evidenziare l'eccezionale accesso ad alcuni di questi strumenti durante il periodo pandemico con il continuo evolversi delle norme e dei regolamenti sanitari. Accesso da parte di associati, ma anche di normali cittadini e di enti privati e pubblici, che ne hanno apprezzato la qualità informativa, il costante aggiornamento.

«Turismo ed Ospitalità nel Trentino» rimane anche in un tempo che brucia le notizie il punto di riferimento per l'attività informativa dell'Asat. Si dovrà forse accentuare negli articoli il tratto di riflessione, senza tralasciare lo spazio alla vita associativa e alle posizioni ufficiali e lasciando che gli altri strumenti della nostra comunicazione assolvano il compito di fornire risposte in tempo reale. Sullo sfondo la domanda se in un futuro più o meno prossimo l'informazione sarà totalmente digitale e quindi se «Turismo e Ospitalità nel Trentino» continuerà a vivere nella forma in cui la conosciamo o se si trasferirà sulla «rete», in affiancamento alla forma stampata tradizionale. Che T&O nel Trentino continuerà ad esistere non abbiamo dubbi, e che sarà un impegno per l'Asat valutare la miglior strada.

# L'Ente bilaterale del turismo trentino ha festeggiato i suoi 30 anni

Spunti di riflessione e di «evoluzione» sono emersi dall'intervento del presidente Bertolini e dalla tavola rotonda

🕒 2' e 50"

✍️ Arianna Bertagnoli

In trent'anni di vita, l'Ente bilaterale del turismo trentino ha organizzato circa 12 mila corsi per 333 mila di ore formazione. Attualmente l'Ebt vanta circa 3900 aziende trentine attive pronte a fare formazione; i corsi più frequenti sono corsi di cucina, ma anche di informatica e lingue straniere. Non solo formazione. Infatti, l'Ente è organo assistenziale: nell'emergenza Covid sono stati erogati sussidi ai lavoratori del comparto per circa un milione e ottocento mila euro ed è anche Comitato paritetico territoriale per la sicurezza dei luoghi di lavoro.

Giovedì 24 novembre si è svolto il convegno presso le Cantine Mezzacorona dal titolo: «Lavoro nel turismo: Quali prospettive?». L'evento ha avuto come principale obiettivo quello di avviare una riflessione approfondita sul mercato del lavoro turistico e sulle importanti evoluzioni che attualmente lo contraddistinguono. «Il futuro del settore a cui apparteniamo è influenzato da una molteplicità di fattori esterni sui quali, da soli, difficilmente possiamo incidere - ha esordito nell'intervento iniziale il presidente **Alberto Bertolini** - l'Ebt offre una possibilità di confronto "interno" tra aziende e lavoratori per far arrivare una voce univoca all'esterno, sui tavoli delle scelte politiche. Una voce sola sui temi più importanti capace di incidere sul futuro del turismo. Dal 2019 ad oggi il nostro comparto è profondamente cambiato, ci dobbiamo preparare a un settore turistico diverso, attraverso la formazione continua dei nostri dipendenti, più strutturata e integrata alla Naspi, si riuscirebbe a dare dignità ai lavoratori del settore». Dello stesso parere anche la vicepresidente dell'ente bilaterale **Paola Bassetti**:



Il presidente Bertolini durante la sua relazione



La tavola rotonda dell'incontro

«L'Ebbt è e dovrà continuare ad essere il punto di riferimento del settore turistico trentino, un luogo dove avviare le iniziative per il nostro settore».

Ospiti in qualità di relatori alla tavola rotonda sono stati **Alessandro Massimo Nucara** (presidente Ente Bilaterale nazionale turismo e direttore generale di Federalberghi), **Emmanuele Massagli** (presidente Adapt - studi e ricerche ambito relazioni industriali e di lavoro) e **Diego Lorenzi** (segretario nazionale Fisascat Cisl). Si è iniziato a ragionare sulla carenza di personale qualificato nel settore turistico che trova, secondo i relatori, le cause sia nell'aspetto demografico che economico e sociologico. «L'Italia è un Paese dove mancano i giovani lavoratori - ha affermato Massagli - le grandi dimissioni avvenute nei primi sei mesi del 2022 ci devono far ragionare sul dato allarmante che a dimettersi sono giovani già con competenze che aspirano a stipendi più alti del 15%. Ci sono poi 3 milioni di giovani nel nostro Paese che non studiano e non lavorano e non sono intercettati dagli imprenditori e dal mercato del lavoro». Durante la tavola rotonda sono emersi suggerimenti in merito alle azioni che potrebbero scongiurare nei mesi ed anni futuri la carenza di personale. La formazione professio-

nale, hanno concordato i relatori, è sicuramente la prima azione da proporre agli imprenditori turistici ed ai lavoratori: fare più formazione è accrescere competenze. Massagli ha concluso l'intervento rilanciando tre azioni di efficacia diretta che, secondo lui, potrebbero cambiare il mondo del lavoro. Sommare il reddito di cittadinanza a un primo contratto di lavoro, questo per far accrescere le competenze del singolo e aiutarlo nella crescita professionale. Detassare i lavori cosiddetti scomodi in modo da renderli più attrattivi al mercato del lavoro giovanile. Concedere maggior welfare ai figli della generazione «z», costo zero per l'imprenditore e attrattività del lavoro per il giovane.

Gli interventi conclusivi sono stati di **Antonio Miano**, hospitality Team care, e di **Oskar Schwazer**, direttore ApT del Garda Trentino, che ha concentrato la sua relazione sulla «crew card» che l'ApT del Garda ha ideato e diffuso dalla scorsa stagione estiva: una carta che offre servizi e opportunità ai lavoratori che decidono di arrivare sul Garda per lavoro. In questo modo, il Garda Trentino è diventata una destinazione appetibile per i collaboratori #bestplacetowork.



# L'adattamento alberghiero: dalla sopravvivenza alla crescita

🕒 2' e 50"

👤 Francesca Maffei

Le opinioni dei leader dei principali brand dell'hôtellerie mondiale, intervenuti all'Annual Hotel Conference

I leader dei principali brand dell'hôtellerie mondiale, intervenuti all'Annual Hotel Conference tenutasi a Manchester UK dal 3 al 4 ottobre scorsi, hanno spiegato come, mentre il settore si sta normalizzando, i proprietari e i gestori di alberghi stanno applicando le lezioni apprese durante la pandemia alle strategie per accaparrarsi maggiori quote di mercato.

In seno al panel *Succeeding when nothing is normal*, **Phil Andreopoulos**, direttore operativo di Marriott International per Europa, Medio Oriente e Africa, ha affermato di aver imparato, durante i lockdown, a modificare continuamente la rotta: «La capacità di adattamento è alla

base della nostra resilienza, abbiamo sempre sfidato lo status quo. Se si riesce a farlo quando tutto va bene, diventa molto più facile farlo in recessione. Vi siamo stati costretti e ora sappiamo come muoverci».

«Lavoro in questo settore da trent'anni eppure non avevo ancora visto tutto», ha dichiarato **Hugh Taylor**, CEO della società di gestione e consulenza alberghiera Michels & Taylor: «Il biennio appena trascorso è stato il momento migliore per soppesare chi era davvero bravo nel valutare le tendenze e proporsi al giusto prezzo». Il settore ha adattato le tariffe e le offerte non solo ai trend, ma anche ai modelli di domanda nei diversi giorni della settimana. Ad esempio i picchi, corrispondenti a un'occupazione superiore al 90%, sono stati spalmati in modo più uniforme durante la settimana e anche nei giorni meno gettonati, che sono tradizionalmente giovedì e domenica, snobbati sia dal segmento business sia dal leisure. «Il cambiamento dei modelli di viaggio ha portato a un maggiore interesse degli ospiti per soggiorni prolungati - ha chiosato Andreopoulos - e all-inclusive: una nicchia in genere malvista in Europa, ma che invece nella fascia alta apre orizzonti inediti».

«Non si può più imporre nulla agli ospiti - ha ammesso **Dimitris Manikis**, presidente e amministratore delegato per l'Europa, il Medio Oriente e l'Africa di Wyndham Hotels & Resorts - Il motto "My way or the highway" non funziona da tempo. In definitiva, gli hotel esistono perché qualcuno ha richiesto un determinato servizio in un certo momento in un posto specifico, quindi non dovrebbe sorprendere che ciò richieda una certa adattabilità». Manikis ha aggiunto che durante la pandemia il gruppo ha esaminato ogni fase del processo d'acquisto del cliente attraverso un percorso creativo, in modo da poter modulare le proposte coinvolgendo tutto il personale. «Un'idea semplice è quella di mappare le attività intorno al proprio hotel, un ottimo modo per fornire valore».

Intervenendo successivamente Taylor ha ricordato che troppo spesso gli hotel complicano le cose per gli ospiti: «È spesso impossibile individuare i menu nelle stanze. Sono nascosti nei televisori, nelle app o nei QR-codes. Ci sono cose che dovrebbero essere commercializzate meglio, i servizi forniti vanno messi bene in evidenza».

Il settore alberghiero europeo è maturo per la crescita, hanno affermato i relatori: le grandi catene alberghiere dispongono di un serbatoio di capitali, e piuttosto che restituire agli azionisti una parte dei dividendi, stanno investendo in sviluppo e formazione del personale. I direttori e revenue manager dei singoli hotel brandizzati hanno previsto che la tariffa giornaliera media probabilmente si appiattirà nei prossimi 12 mesi, a fronte di una crescita significativa dell'ADR nell'ultimo anno; questo per garantire una soddisfazione degli ospiti commisurata agli aumenti di prezzo.

Una strategia tanto più rischiosa quanti più sono gli hotel a metterla in atto, secondo **Marloes Knippenberg**, amministratrice delegata di Kerten Hospitality, operatore specializzato nei progetti ibridi di mixed-use, ovvero hotel-residence, appartamenti di lusso, spazi di lavoro condivisi e *concept* per il comparto F&B. «Se il prodotto è unico, il prezzo conta meno - ha concluso Knippenberg - Un progetto è vincente quando non c'è nessun altro che l'abbia già realizzato».



DESIGNED TO PERFORM  
WMF PROFESSIONAL  
COFFEE MACHINES



DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA

I nostri migliori auguri di buone feste



# Il ministro del turismo Santanchè incontra Federalberghi

Bocca: «Nelle mille criticità, la presenza delle istituzioni dà grande forza al comparto che lavora per l'Italia»

Il neo ministro del turismo **Daniela Santanchè** ha partecipato ai lavori della giunta di Federalberghi, nel corso della quale sono stati affrontati i temi di maggior rilievo per il settore. Dopo essere stata ricevuta dal presidente della Federazione **Bernabò Bocca**, il ministro ha portato un saluto incoraggiante alla categoria che, negli ultimi due anni, sta pagando forse il prezzo più alto riguardo alle conseguenze dovute alla pandemia, al conflitto in Ucraina ed al rialzo vertiginoso dei costi energetici.

«Siamo grati al ministro per aver fatto proprio da noi il suo primo incontro ufficiale con le associazioni di categoria - ha dichiarato Bocca - Tra le mille criticità che abbiamo vissuto ultimamente, e che stiamo ancora vivendo a tutti gli effetti, c'è da sottolineare che la presenza delle istituzioni dà grande forza ad un comparto come il nostro che lavora per l'Italia».

«Ringrazio di cuore il vostro presidente e tutti voi per avermi dato l'occasione di essere presente oggi nell'associazione che racchiude al suo interno l'85% della categoria - ha dichiarato il ministro Santanchè - Ho la grande ambizione che tutte le parole che ho sentito sin da piccola riguardo il turismo diventino realtà: un settore che rappresenta il petrolio dell'Italia, petrolio deve diventarlo davvero. Considerata da sempre la prima azienda del Paese, deve necessariamente recepire davvero investimenti importanti. Quello del turismo è settore produttivo rigenerativo - ha aggiunto - Dobbiamo essere fieri e capaci di difendere il nostro brand in tutto il mondo con la consapevolezza di essere



Il presidente Bocca e il ministro Santanchè

i più forti. Il made in Italy oggi ci dà un vantaggio incredibile: da una nostra ricerca è emerso che le persone sono disposte a spendere un 20/25% in più per questo. Siamo un ministero virtuoso - ha aggiunto Santanchè - Gli obiettivi sono stati centrati dal ministro che mi ha preceduto. Oggi siamo in grado di poter chiedere di più e il mio impegno sarà proprio quello di riuscire ad ottenere più fondi possibile per il comparto».

«Questa è un'occasione importante per far presente al ministro Santanchè le nostre istanze - ha aggiunto il presidente di Federalberghi - L'emergenza per noi oggi si chiama "caro bollette", un fatto che riguarda tutti, ma in particolare le imprese del ricettivo che sono basate su strutture energivore. Inoltre, si fa sempre più sentire la necessità di incentivi per la riqualificazione, di contrasto all'abusivismo. E ancora, dobbiamo far presente l'esigenza di una riduzione della pressione fiscale. Per non parlare del grosso problema della carenza del personale - ha aggiunto Bocca - Le questioni di maggior emergenza sono sotto gli occhi di tutti, ma parlarne assieme, in un contesto di totale collaborazione ed ascolto, non può che premiare l'obiettivo comune caro alla categoria quanto al ministro del turismo: superare gli ostacoli intervenendo con azioni mirate, per arrivare pronti o sufficientemente in forze ed essere in più possibile competitivi a livello internazionale».

OPPOR**TU**NITÀ  
PROFESSIONALI

PERCORSI  
FORMATIVI  
GRAT**TU**ITI



**TU**TELE  
A SOSTEGNO DEL  
LAVORATORE

UN FUT**U**RO  
TURISTICO  
ALL'AVANGUARDIA

Fototeca Trentino Sviluppo S.p.A. - Foto Apt Alpe Cimbra

SE LAVORI NEL SETTORE DEL TURISMO, AL CENTRO  
DELLE NOSTRE ATTENZIONI CI SEI SEMPRE **TU**.

STUDIO BI QUATTRO



Per saperne di più scansa il QR code e visita  
il nostro sito oppure ritira il nostro opuscolo

**“Percorsi formativi Autunno 2022”**

da: sede Ebt, sindacati, associazioni datoriali,  
centri per l'impiego

DAL 1992

Ente Bilaterale  
Turismo del Trentino



Per un territorio bello fuori, qualificato dentro

[www.ebt-trentino.it](http://www.ebt-trentino.it)

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



# Un autunno intenso per i Giovani albergatori

Viaggio nelle Langhe per i trentini e trasferta in Israele per i membri del Cnga

🕒 1' e 20"

✍️ Francesca Maffei

Autunno di viaggi per i Giovani albergatori, sia appartenenti ai Gat sia al Cnga, o meglio ancora ad entrambi. I primi a partire sono i Giovani albergatori del Trentino assieme ai giovani di Coldiretti Impresa, per un viaggio di formazione nelle Langhe, in Piemonte (dall'8 all'11 novembre scorsi). Il tema dei sei seminari è stato quello del marketing territoriale congiunto tra turismo e agricoltura, e i soggetti coinvolti spaziano dal mondo accademico a quello aziendale: l'Università delle Scienze Gastronomiche di Pollenzo, fondata da **Carlo Petrini** presidente di Slow Food, i produttori di Alba, di Torrone Sebaste e di Birra artigianale Baladin, l'Enoteca Regionale Piemontese all'interno del Castello di Grinzane e, infine, un hotel locale di fascia alta. Trattandosi di un progetto tra categorie imprenditoriali giovanili diverse, quella alberghiera e quella agricola, il Piano d'Ambito Economico della Pro-

vincia Autonoma di Trento ha co-finanziato il viaggio, mentre il resto è rimasto a carico dei partecipanti, come di consueto a tariffa agevolata.

Subito dopo il rientro dalle terre piemontesi è seguito a ruota i giovani del Comitato nazionale di Federalberghi, con un viaggio in Israele, dove si è tenuto il 15esimo Meeting Europeo (dal 13 al 17 novembre 2022). Nello specifico, il programma ha previsto l'arrivo dei partecipanti in Terrasanta, precisamente all'Hotel Dan di Tel Aviv, per poi proseguire con un momento istituzionale seguito dal Consiglio direttivo Cnga e da una cena presso l'Ambasciata italiana. La seconda parte del meeting si è svolta a Gerusalemme, presso l'Hotel Sergei Palace, ed ha incluso la visita ad alcune strutture alberghiere di riferimento, l'escursione guidata alla Città Santa e un incontro con il Ministero del turismo israeliano, che ha offerto anche la cena conclusiva.

Prima dei due appuntamenti di cui sopra, naturalmente, i giovani albergatori hanno partecipato all'assemblea annuale Cnga, con l'elezione del Comitato e del giovane albergatore dell'anno, come da tradizione contestualmente alla fiera Sia Guest e all'Hospitality Day di Rimini.

# WELCOME TO THE *New Era*

6 - 9  
FEBBRAIO  
2023

graphics the-studio.it | ph Deep Blue Studio | location Du Lac et Du Parc Grand Resort - Riva del Garda



RIVA DEL GARDA

@ f in #HOSPITALITYRIVA [hospitalityriva.it](https://hospitalityriva.it)

# Hospitality 2023 tra ospitalità e ristorazione, senza dimenticare la formazione

🕒 3' e 10"

La fiera di riferimento per i professionisti del settore Ho.Re.Ca. torna dal 6 al 9 febbraio

Grande attesa per la 47a edizione di **Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza**, la fiera internazionale leader in Italia nel settore Ho.Re.Ca. che dal 6 al 9 febbraio 2023 riunirà la community dell'ospitalità e della ristorazione al quartiere fieristico di Riva del Garda. Hospitality 2023 si preannuncia davvero unica, con un programma ricco di novità e numerose occasioni di networking e formazione professionale, oltre a un percorso espositivo completo grazie alle quattro aree tematiche **Beverage, Contract & Wellness, Food & Equipment e Renovation & Tech** e alle aree speciali **Solobirra, RPM-Riva Pianeta Mixology e Winescape**.

## ■ Ospitalità, ristorazione ed esperienza per incrementare il business

Dalla proposta di nuovi prodotti e soluzioni tecnologiche, ai servizi innovativi per gestire gli ospiti e la propria attività, Hospitality rappresenta un hub dove entrare in contatto con fornitori e partner per accelerare il proprio business, favorendo la nascita di nuove collaborazioni tra hotel, bar, ristoranti e strutture ricettive. Accanto alle quattro aree tematiche, anche quest'anno la birra artigianale troverà il suo spazio in Solobirra mentre focus sulla

mixology di qualità, e internazionale, in RPM Riva Pianeta Mixology. Si amplia, inoltre, **Winescape** dedicata al turismo del vino, che per l'edizione 2023 accoglie un'altra eccellenza che sa fare turismo di esperienza valorizzando il patrimonio culturale, paesaggistico ed economico del proprio territorio: l'olio.

## ■ Accessibilità e inclusione

L'inclusione è un tema al centro di ogni settore, e quello dell'Ho.Re.Ca. non fa eccezione. Per questo, nell'area food sono stati studiati alcuni percorsi speciali per offrire agli operatori del settore soluzioni e strumenti per gestire e rispondere in modo corretto ai diversi bisogni del mercato **bio, vegan, halal, gluten free, lactose free, kosher** e la novità, i **superfood**. Non mancherà attenzione all'ospitalità accessibile con proposte di soluzioni e servizi selezionati grazie al contributo di **Village for All**, il primo network italiano di ospitalità accessibile. In fiera, oltre a un percorso espositivo dedicato a questa tematica, sono in programma appuntamenti formativi mirati per supportare gli operatori nell'individuare le migliori soluzioni per realizzare e valorizzare un'accoglienza sostenibile ed inclusiva a 360 gradi.





## ■ A Hospitality la parola chiave è formazione

La formazione resta uno dei tratti distintivi di Hospitality. Il fitto palinsesto di **Hospitality Academy**, con oltre 40 speech in collaborazione con **Teamwork**, approfondirà le tematiche più attuali legate al turismo e all'ospitalità: dalle innovazioni tecnologiche, alla gestione di costi e risorse umane, fino ai trend di sostenibilità, con testimonianze, esperienze e presentazioni di storie di successo. Nel **Theatre** del padiglione D, oltre all'opening talk inaugurale, sono in programma numerosi appuntamenti, tra cui tre «mini master per l'albergatore» grazie al contributo di **Hotel Klink**, specialista nella consulenza alberghiera in Trentino. Tra le novità dell'edizione 2023, la partnership con **RistoBusiness**, società di consulenza specializzata in alta formazione nella ristorazione, che porterà in fiera quattro incontri tecnico-professionali con focus su tecnologia, management, gestione delle risorse e budget per la salute economico-finanziaria dell'azienda ristorativa. Le esperienze formative in tema food saranno arricchite dalla partecipazione dell'**Associazione Cuochi Trentini** e della **Federazione Italiana Cuochi** con show cooking, laboratori e degustazioni dedicati alle scuole alberghiere e agli chef che avranno occasione di ampliare la propria cultura professionale.

«Per rimanere competitivi in un settore caratterizzato da sfide e continui cambiamenti sono necessarie conoscenze e competenze sempre più sofisticate. Per questo l'edizione di Hospitality 2023 vuole offrire un programma di incontri esaustivo per poter presentare soluzioni concrete e strumenti utili ai professionisti per rimanere aggiornati sulle tematiche più attuali e rilevanti grazie agli interventi e ai contributi di esperti e opinion leader dell'ospitalità e ristorazione» spiega **Giovanna Voltolini**, Exhibition Manager di Hospitality.

Altra novità della 47a edizione, la **Outdoor Boom Arena**, all'interno del padiglione dedicato a glamping e outdoor (A2), che sarà animata da sei speech, organizzati grazie al contributo di **Faita FederCamping**, **Garda Dolomiti** e **Crippaconcept**, per uno scenario sul turismo all'aria aperta, la sostenibilità, la gestione del verde.

Una tavola rotonda sarà dedicata alla rivoluzione digitale e all'influencer marketing per il settore Ho.Re.Ca., con creator e figure professionali esperte che guideranno visitatori ed espositori nel comprendere le opportunità dell'utilizzo dei social media, anche per il mondo di ospitalità e ristorazione.

Online su [www.hospitalityriva.it](http://www.hospitalityriva.it) tutte le informazioni per esporre e visitare la fiera, oltre al programma eventi in continuo aggiornamento.





# Gastronomia: marketing online e offline negli esercizi della ristorazione

Cinque suggerimenti per le aziende della gastronomia nell'era digitale post-pandemia

🕒 3' e 45"    ✍️ David Raccanello e Alois Kronbichler

Il marketing e le vendite negli esercizi della ristorazione sono cambiati nel 2022, a causa della pandemia, ma anche per la forte digitalizzazione in corso. Laddove gli ospiti studiavano la vetrinetta o il tabellone del menu del giorno davanti alla porta e si facevano una prima impressione del ristorante, questi processi si stanno spostando sempre più verso l'area online. Inizialmente è fondamentale considerare e definire i segmenti di clientela, i mercati di provenienza e il posizionamento; poi serve pianificare e prevenire il marketing operativo sulla base di queste linee guida strategiche. Ecco cinque suggerimenti rilevanti per il marketing per le aziende della gastronomia.

## ■ Visibilità e presenza online - #NOW

Chi non si trova online o non è facile da trovare e «visibile», non esiste sul mercato per un gran numero di ospiti. La base è sempre il sito web, che dovrebbe collegarsi a tutte le attività online. Con l'online non solo aumenta la visibilità (questa è la reperibilità della vostra attività dal punto di vista dell'ospite), ma anche la notorietà in maniera più rapida rispetto al classico passaparola. Vale la pena investire non solo nel proprio sito web, ma anche in una presenza sui social media adatta ai propri clienti (quindi con dei regolari post organici su Facebook e/o Instagram). Qui è importante stabilire un «contatto vivo» con l'ospite e, oltre a belle immagini (focus su Instagram), fornire anche brevi video e uno sguardo dietro le quinte (focus su Facebook), favorendo così l'interazione e la fidelizzazione degli ospiti oltre a fornire informazioni. Da curare anche la presenza su Google dove si possono inserire gratuitamente non solo il sito web, i recapiti e gli orari di apertura, ma anche indicazioni stradali, link a prenotazioni

e foto. Le aziende più grandi possono anche pensare agli annunci social e a Google Ads per aumentare la visibilità online. In ogni caso affidatevi alla competenza di esperti esterni. Inoltre, ricordate di indirizzare i vostri ospiti a esprimere delle valutazioni che sono possibili sulla sezione «recensioni di Google», oltre alle piattaforme classiche di recensioni che dovrete monitorare continuamente e rispondere a commenti positivi o negativi (in modo sempre professionale).

### ■ Prenotazione online e disponibilità telefonica

Sempre più ospiti si aspettano che i tavoli possano essere prenotati online nelle strutture di ristorazione. Esistono ora sistemi convenienti per le piccole imprese che semplificano anche il lavoro interno. Se ciò non è tecnicamente possibile, l'ospite si aspetta che siate reperibili telefonicamente con informazioni competenti, condizioni di cancellazione e informazioni sulle offerte stagionali. A seconda degli ospiti a cui vi rivolgete hanno senso sia la prenotazione online che le vendite telefoniche gestite in modo attivo.

### ■ Professionalità e coerenza nell'aspetto

Il «CD» (Corporate Design) della vostra attività è un punto di riferimento imprescindibile per i vostri ospiti. Quanto più coerente e adatto alla vostra azienda, ovvero dal sito web e dai social media al mailing aziendale, dall'abbigliamento interno dei collaboratori, all'offerta di cibi e bevande, tanto più il vostro potenziale ospite vi valuterà in modo professionale. Ricordate: il materiale fotografico di qualità e aggiornato dovrebbe essere al centro dell'attenzione, perché è risaputo che un'immagine dice più di mille parole.



Alois Kronbichler e David Raccanello di Kohl & Partner

### ■ Classiche campagne di marketing in-house e out-of-home

Oltre alle attività online nelle aziende della ristorazione, sono un ottimo complemento anche le attività offline. Per la vostra attività continuate a pensare a espositori, adesivi, scritte su lavagne e specchi o piccoli volantini per offerte o eventi stagionali, nonché biglietti da visita con immagini, specialità culinarie stagionali e orari di apertura. Anche le note sulla fattura, gli allegati alla fattura o le firme personalizzate nelle e-mail sono facili da implementare.

Per le campagne Out of Home sono ancora utili cartelloni, manifesti o roll board digitali, ma anche il classico poster nella zona d'ingresso o sul parcheggio o sulla recinzione del ristorante.

### ■ Da non dimenticare il regolare marketing degli ospiti

Con tutte le attività online e l'acquisizione di nuovi clienti non dimenticatevi dei clienti abituali. Erano e sono leali, soprattutto nei momenti difficili, e costituiscono la maggior parte delle vostre vendite. Organizzate attività per gli ospiti abituali e pensate alle «prelibatezze» dedicate solo agli ospiti abituali (qui si applica la regola del bonus che è meglio dello sconto). Una misura di fidelizzazione dei clienti sotto forma di «carte ospiti fedeli» che vanno dalla classica carta timbro alle carte ospiti normali con bonus fino alle carte digitali per ospiti fedeli: queste possibilità non solo hanno senso, ma stanno anche vivendo un nuovo rinascimento. Ricordate anche che i vostri ospiti abituali sono importanti mezzi pubblicitari online e offline per voi perché raccontano personalmente le loro esperienze, scrivono recensioni, pubblicano, mettono mi piace e condividono.

Tutto sommato, un buon mix online e offline e l'approccio personalizzato ai vostri ospiti sono un fattore importante per il successo. Naturalmente la qualità del cibo e delle bevande, del servizio, il superamento delle aspettative e magari qualche «momento magico» ben assestato motivano gli ospiti a tornare e a raccomandare il vostro ristorante.

# Racconti sotto l'albero

🕒 4' e 30" 📖 Gianfranco Betta



Diego Filippi,  
Fabrizio Rattin

ALPINISMO FACILE  
IN TRENINO -  
ALTO ADIGE. VIE  
NORMALI E CRESTE.  
VOL. 1 VALLI  
OCCIDENTALI

Versante Sud  
Editore, 2022

pp. 608 - 42,75 euro

Alpinismo facile sembra un ossimoro. È vero che una figura leggendaria come **Bruno Detassis** affermava che «l'alpinismo è salire per la via più facile alla vetta», ma sempre di ascensioni si tratta. 283 itinerari con 133 salite riguardanti ben 19 gruppi montuosi e 250 vette richiamate da salire per la via normale, che coprono la parte occidentale di Trentino e Alto Adige (destra orografica dell'Adige), con delle puntate in provincia di Brescia e Verona, e la promessa da parte dei due autori, l'uno guida alpina e il secondo tecnico del Soccorso Alpino, di un secondo volume per la parte orientale della Regione.

La scelta è stata quella di privilegiare percorsi che non si discostassero da escursionismo e alpinismo di primo livello (o meglio fino al II grado) per allargare il più possibile la platea di possibili fruitori. Il che significa, comunque, essere preparati ed attrezzati per affrontare ferrate, vie su roccia e progressioni su neve e ghiaccio.

Cartine, fotografie e descrizioni dettagliate degli itinerari, percorsi testati anche più volte nel corso dell'anno dai due autori, perché le proposte riguardano un «alpinismo facile» per tutte e quattro le stagioni dell'anno.

Un libro che stimola il desiderio di quello che potremmo fare per meglio apprezzare il patrimonio montano che ci circonda.



Caterina Soffici

LONTANO DALLA  
VETTA

ed. Ponte alle Grazie,  
2022

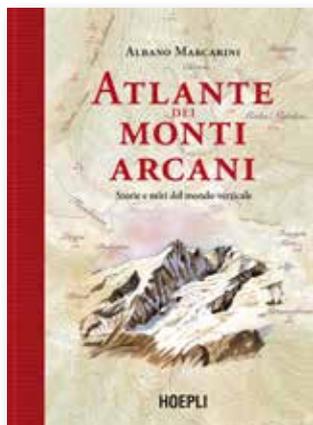
pp. 160 - 15 euro

«Volevo andare al mare e invece mi sono ritrovata in montagna», scrive la «cittadina» **Caterina Soffici**, raccontando sotto forma diaristica la sua esperienza di una frequentazione della montagna prolungata oltre il periodo canonico della vacanza, perché ha scelto di risiedere in una baita a 1700 metri lavorando da remoto, complice la pandemia.

Con la consapevolezza che per lo sguardo e la considerazione del residente rimane sempre una cittadina in vacanza, un corpo estraneo alla comunità. Una comunità fatta di relazioni, accordi e disaccordi spesso ancestrali tra gruppi familiari, difficilmente comprensibili ad un non locale.

Questo testo è un bagno di realtà, l'onesto prendere atto che la montagna è diversa da come lo sguardo del vacanziere di città («il milanese», inteso come stereotipo antropologico) la immagina: una natura idealizzata, la sublimazione del selvaggio, il paesaggio presunto «incontaminato» con caprette felici e orsetti da coccolare. In realtà, la montagna è anche freddo, ghiaccio sulle scale, giornate uggiose di pioggia, assenza di servizi, isolamento.

Di qui lo sforzo dell'autrice di cogliere e descrivere con leggerezza il fascino della montagna, che nasce proprio dalla sua complessità. Osservando, con sguardo ironico, i comportamenti dei vacanzieri «cittadini» che salgono in montagna, colti nel loro sforzo di camuffarsi da montanari, sia quando usano attrezzature supertecnologiche che quando vestono calzettoni di lana e camicie di flanella.



Albano Marcarini  
ATLANTE DEI MONTI  
ARCANI. STORIA E  
MITI DEL MONDO  
VERTICALE

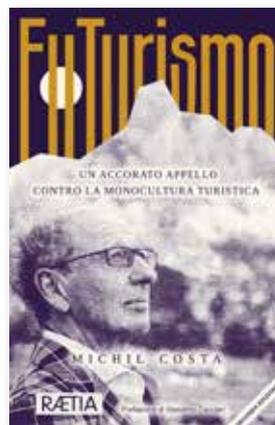
Hoepli Edizioni  
2022

pp. 256 - 24,90 euro

**Albano Marcarini**, un architetto milanese, collezionista di carte geografiche, disegnatore di mappe e curatore di guide, alcune commissionate a suo tempo anche dall'ApT del Trentino, afferma di essere cresciuto «a pane, Nutella e atlanti». Dopo l'Atlante inutile del mondo edito nel 2021, questo nuovo atlante. L'autore prende a prestito da Giacomo Leopardi la definizione di «arcano»: ciò che è «motivo di fascino e attrazione per la segretezza o il mistero in cui si avvolge». Le montagne, secondo Marcarini, hanno sempre destato nell'uomo sensazioni contrastanti: stupore, meraviglia, paura o aspirazione, rispetto o conquista, ma anche sacralità e vicinanza a Dio. Quasi mai indifferenza.

L'invito è a percorrere alcune montagne scelte per la loro suggestione. Montagne sacre con uno spazio negato ai comuni mortali, come ce ne sono in tutti i continenti. Basti pensare all'inviolabilità della cima del monte Kailash, dove nascono i quattro fiumi principali del subcontinente indiano, e che perfino lo stesso **Reinhold Messner**, dotato di relativa autorizzazione, rinunciò a scalare. Montagne sede degli dei, ad iniziare dal monte Olimpo, o montagne particolari, che fanno parte del nostro immaginario, come l'Ararat, dove si sarebbe incagliata l'arca di Noè o il Sinai dei Dieci comandamenti.

L'esposizione, corredata da 88 tavole acquarellate dallo stesso autore e da mappe e schede scientifico-letterarie, segue un ordine altimetrico: dalla fortezza di Masada in Giudea, assediata dai romani nel 73 d.C. con il presunto suicidio di massa degli assediati, al monte Everest. Un viaggio attorno al mondo che Marcarini ci invita a scoprire anche solo con la fantasia come **Phileas Fogg**, il protagonista del Giro del Mondo in 80 giorni di Jules Verne.



Michil Costa  
FUTURISMO.  
UN ACCORATO  
APPELLO CONTRO  
LA MONOCULTURA  
TURISTICA

Raetia edizioni, 2022

17,90 euro - pp. 172

**Michil Costa** è un albergatore di successo. Il suo hotel a cinque stelle, La Perla di Corvara, è un caso di eccellenza studiato (e difficilmente imitato). Il titolo del libro racchiude un riferimento al passato del turismo e a quello che dovrebbe diventare in futuro, evitando gli eccessi del presente. L'autore è e si sente soprattutto un albergatore, la cui filosofia è tutta racchiusa in un imperativo: fare ospitalità, che vuol dire accogliere l'ospite (ma anche i collaboratori), garantire cortesia e cura dei dettagli, dialogare e starci assieme, condividendo momenti di bellezza e di ozio, nel senso del «vacare» dei latini, inteso come «avere tempo libero per» e, quindi, «dedicarsi a», da cui «vacanza». Quando, invece, lo sviluppo economico, con le sue esigenze di monetizzare l'ospitalità, come già peraltro aveva iniziato a fare **César Ritz** con i suoi Grand Hotel, supera lo sviluppo culturale, si perde per strada sia il piacere dell'accoglienza che lo stesso concetto di economia, letteralmente inteso come amministrazione del bene comune. E diventa inevitabile prestare orecchio alle sirene di un turismo di massa che privilegia i grandi numeri ed esige un'industrializzazione dell'accoglienza, con inevitabili impatti sul territorio, che si rivelano molto spesso irreversibili a causa di una monocultura turistica.

Per dare concretezza ad un'economia del bene comune, Michil Costa, oltre a bandire dal suo albergo tutta una serie di prodotti delle multinazionali valutati poco sostenibili, ha dato vita nel 2007 ad una propria Fondazione che opera, meglio operava prima della presa del potere dei talebani, in Afghanistan e in Africa, creando opportunità di lavoro soprattutto per le donne, con la produzione di articoli, come ad esempio lo zafferano, poi acquistati e impiegati nella sua struttura.

# Sci, cultura e natura negli incontri B2B per la promozione della stagione invernale trentina

Dopo due anni di stop per la pandemia è tornato con successo «Good Buy Trentino» con 113 aziende del territorio e 75 buyer da 27 Paesi del mondo

🕒 3' e 20"

👤 Rosario Fichera

«Un'edizione perfettamente in linea con le aspettative degli operatori presenti, segnata dal forte interesse di imprenditori e tour operator a concludere le trattative, ma anche di attenzione al nostro territorio». È stato questo il commento a caldo di **Giovanni Battaiola**, presidente di Trentino Marketing, a conclusione della diciannovesima edizione di «Good Buy Trentino» che quest'anno si è svolta a Madonna di Campiglio dal 4 al 7 dicembre scorsi. Un'edizione di successo, organizzata da

Trentino Marketing con la preziosa collaborazione dell'ApT di Madonna di Campiglio, che ha visto la partecipazione di ben 113 aziende trentine e 77 operatori stranieri provenienti da 27 Paesi, tra cui 10 extraeuropei (tra le new entry il Messico e gli Emirati Arabi).

«È stato un grande piacere ospitare nel nostro ambito turistico l'edizione di Good Buy Trentino - ha evidenziato il presidente dell'ApT Madonna di Campiglio, **Tullio Serafini** - un'importantissima occasione d'incontro tra operatori della domanda, sia nazionale che internazionale e dell'offerta territoriale con le aziende per il turismo, le strutture per l'ospitalità, gli impianti di risalita e altre realtà. Un'occasione, inoltre, per fare conoscere e apprezzare agli ospiti il territorio che proprio in questi giorni si presenta con un meraviglioso abito invernale e nelle migliori condizioni per iniziare la stagione dello sci e della neve con i migliori auspici. Sono certo che i buyer presenti abbiano trovato numerose proposte di qualità».



Giovanni Battaiola – Presidente di Trentino Marketing, Roberto Failoni – Ass. provinciale al turismo, Tullio Serafini – Presidente ApT Madonna di Campiglio



Un momento del workshop della 19° edizione – Good Buy Trentino 2022

Nato nel 2004 per promuovere, ad anni alterni, la stagione invernale ed estiva del Trentino, durante l'evento d'incontri B2B (business to business) si sono svolti 1.540 incontri di lavoro (rispettivamente 20 per ogni buyer, della durata di 13 minuti ciascuno, più 2 minuti per gli spostamenti).

«È stato un appuntamento importante, non solo per i numeri dei partecipanti - ha spiegato **Mirta Valentini**, responsabile dell'Area Sales Support & Tourism intelligence di Trentino Marketing - ma perché si è tornati in presenza dopo lo stop forzato di oltre due anni a causa della pandemia da Covid-19. Già durante l'organizzazione avevamo riscontrato un notevole interesse da parte dei tour operator a partecipare, proprio perché si trattava del primo appuntamento in presenza dopo il 2019, a dimostrazione che gli operatori del turismo avevano voglia di tornare a vedersi di persona e non più online. E gli ottimi risultati conseguiti hanno confermato le attese».

Quest'anno «Good Buy Trentino» è stato dedicato al tema della vacanza invernale. L'ultima edizione riservata alla promozione dell'inverno si è svolta nel 2018, rispetto alla quale quest'anno le adesioni delle aziende trentine sono cresciute dell'11%. Lato buyer, i Paesi partecipanti, nei confronti del 2018, sono aumentati del 4%, con una presenza significativa di Paesi extraeuropei.

L'evento ha offerto momenti di accoglienza e convivialità, iniziative di educational per i buyer e per i seller un incontro formativo con «H-Benchmark & Business Intelligence».

I 27 Paesi di provenienza dei buyer sono stati Armenia, Austria, Belgio, Brasile, Bulgaria, Cina, Corea, Danimarca, Emirati Arabi, Germania, Giappone, Irlanda, Israele, Italia, Lituania, Messico, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Serbia, Slovenia, Spagna, Ucraina e Usa. «Per quest'ultimo Paese - ha aggiunto Valentini - hanno partecipato ben 10 buyer, a conferma, ancora una volta, dell'interesse crescente del mercato statunitense per il nostro mondo neve e alpino, ma più in generale anche per il Trentino. In questo senso un altro segnale importante è stata la presenza di sei tour operator spagnoli, specializzati nello sci: in Spagna, infatti, le «Dolomitas», così come sono chiamate, stanno acquisendo un'attrattiva sempre maggiore. Tra i buyer abbiamo ospitato inoltre due ucraini, un altro segnale interessante di questo workshop, perché la loro partecipazione ha testimoniato la volontà di questo popolo a non rinunciare, nel clima di sofferenze che stanno vivendo, a momenti di apparente normalità che possono infondere speranza».

Pur focalizzando l'attenzione sullo sci, durante la diciannovesima edizione di «Good Buy Trentino» le attività di promozione hanno riguardato anche le offerte alternative a questa attività sportiva, tra le quali quelle naturalistiche e culturali, soprattutto per il mercato extraeuropeo, particolarmente attratto dalla storia, dallo stile e dall'arte italiana. «La cultura e l'ambiente naturale alpino sono due dei punti di forza della nostra destinazione - ha evidenziato ancora Valentini - una combinazione vincente che, soprattutto per chi arriva da lontano, diventa ancora più allettante per la vicinanza del nostro territorio a mete culturali famose, come Venezia, Milano, Verona».

Dal 2004 ad oggi, nei 19 workshop di «Good Buy Trentino» sono stati organizzati più di 20.000 incontri B2B e nelle 10 edizioni invernali è stato fatto conoscere il Trentino a oltre 700 tour operator.

# Dubbi di dicembre

🕒 2' e 00"

- **Sono un neo imprenditore che ha da poco avviato un'attività. Come mi devo comportare con l'obbligo di valutare i rischi per i lavoratori nella mia azienda?**

«Il Testo Unico della sicurezza sui luoghi di lavoro prescrive che, in caso di costituzione di nuova impresa, il datore di lavoro è tenuto ad effettuare immediatamente la valutazione dei rischi elaborando il relativo documento entro novanta giorni dalla data di inizio della propria attività. Tale documento deve essere redatto nelle forme e con i contenuti previsti dalla legge. In particolare, può essere tenuto su supporto informatico e deve essere munito di data certa o attestata dalla sottoscrizione del documento medesimo da parte del datore di lavoro, nonché, ai soli fini della prova della data, dalla sottoscrizione del responsabile del servizio di prevenzione e protezione, del rappresentante dei lavoratori per la sicurezza o del rappresentante dei lavoratori per la sicurezza territoriale e del medico competente, ove nominato».

- **Quante camere può avere un B&B in provincia di Trento?**

«Si definisce "bed and breakfast" l'ospitalità turistica offerta con carattere saltuario da coloro che, avvalendosi della sola organizzazione familiare, utilizzano parte dell'edificio in cui risiedono, fino ad un massimo di quattro camere, fornendo servizio di alloggio e di prima colazione. Il regolamento di esecuzione definisce i casi nei quali l'ospitalità "bed and breakfast" è consentita nell'edificio in cui è stato eletto domicilio. Il servizio di prima colazione è assicurato fornendo cibi e bevande secondo le modalità stabilite dal regolamento di esecuzione».

- **Voglio installare un nuovo impianto fotovoltaico a servizio del mio hotel e vorrei collocarlo sul terreno di pertinenza della struttura. Posso chiedere agevolazioni provinciali?**

«No. L'impianto può essere installato unicamente sulle coperture o, solo in caso di completa fruizione della copertura e/o inidoneità della stessa (condizioni che devono essere attestate con una dichiarazione di un tecnico abilitato iscritto all'albo professionale), sulle facciate e/o sulle pertinenze (tettoie, strutture portanti o pensiline ad ombreggiamento delle zone destinate a parcheggi)».

- **Ho partecipato al bando del Ministero del turismo che prevedeva agevolazioni su spese relative agli «interventi di manutenzione straordinaria, di restauro e risanamento conservativo, di ristrutturazione edilizia e installazione di manufatti leggeri, funzionali alla realizzazione di interventi di incremento dell'efficienza energetica delle strutture e di riqualificazione antisismica e agli interventi di eliminazione delle barriere architettoniche». Cosa si intende con queste definizioni?**

«Il Ministero ha avuto modo di confermare che per "interventi funzionali" si intendono gli interventi ulteriori "trainati" eseguiti congiuntamente ad almeno uno degli interventi principali di incremento dell'efficienza energetica delle strutture, di riqualificazione antisismica e di eliminazione delle barriere architettoniche».



# Forza dalla Natura.

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



A fianco degli  
operatori del  
settore turistico,

**Contattaci oggi  
per ottenere  
le migliori  
agevolazioni.**

Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO  
Tel. 0461.923666 (interno 4) | Fax 0461.923077  
cape@asat.it | [www.capenergia.it](http://www.capenergia.it)

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



CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

# SONO ARRIVATI i CALENDARI 2023



Un 2023 all'insegna del **RICICLO CREATIVO!**  
Costruisci ogni mese il **GADGET** celato tra  
le pagine del **CALENDARIO** e goditi la  
sensazione di dare **NUOVA VITA** alla carta!



info@esperia.tn.it

**esperia**<sup>®</sup>  
L'impronta verde nella stampa

www.esperia.tn.it