

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

02.2018 Anno XXXXVI


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


DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITES
FONDAZIONE UNESCO
SICILIO
SOSTENITORE

VERSO LE ELEZIONI POLITICHE



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

IL SALUTO A LUCA LIBARDI

Tante e commose
attestazioni di stima

LE RICHIESTE AL NUOVO PARLAMENTO

I documenti di Asat e
Federalberghi

LO STATO VARA LA LEGGE DI BILANCIO

Confermati blocco IVA
e *tax credit* agli hotel

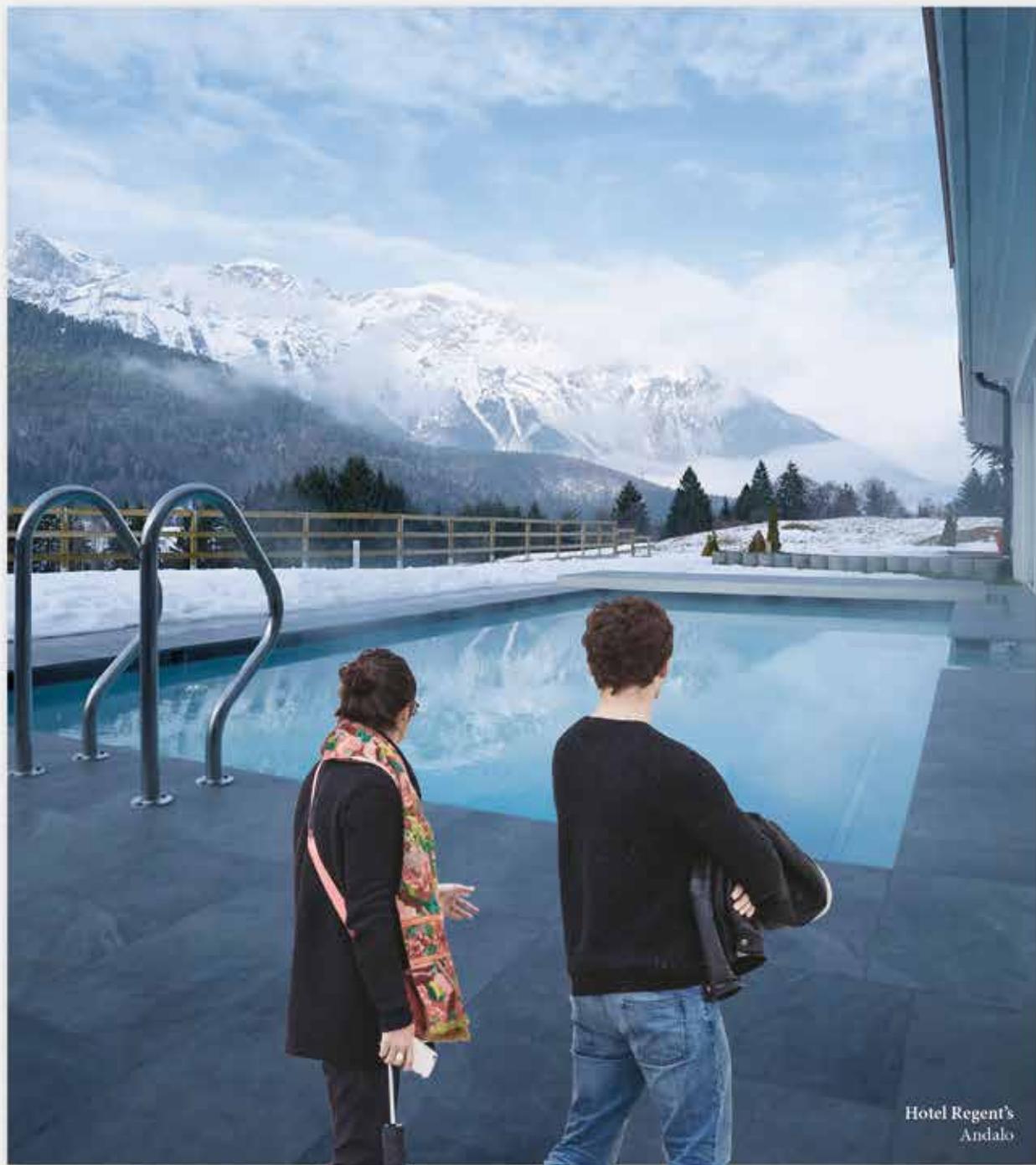
LA FINANZIARIA DELLA PROVINCIA

Via a nuove forme
di ricettività turistica

VIAGGI DI STAMPA ED OSPITALITÀ

Trentino: stile italiano
di standard europeo

Wellness d'autore.



Hotel Regent's
Andalo

SANAE
www.sanae.it

Sommario



TEMA DEL MESE

- Luca Libardi non è più con noi pag. 4
Il ricordo di Libardi nelle parole dei tre vicepresidenti pag. 5
Rossi e Dallapiccola: il saluto della politica pag. 6
La scomparsa di Luca Libardi, la commozione del Trentino pag. 8



VITA ASSOCIATIVA

- Il programma di Federalberghi per la prossima legislatura pag. 12
Le richieste dell'Asat in vista delle elezioni pag. 18
La finanziaria dello Stato per il prossimo 2018 pag. 22
Ecco le norme per annettere alloggi turistici all'albergo pag. 26
Le opportunità offerte dagli spazi comuni in hotel pag. 30



GIOVANI

- Il Cnga già al lavoro nel nuovo anno pag. 32



SPEAK ENGLISH

- Plastic oceans pag. 33



CORSI CAT

- Il calendario marzo corsi obbligatori pag. 34



LIBRI & TURISMO

- Le vacanze pag. 38



TRENTINO MARKETING

- Trentino Marketing prosegue la campagna invernale pag. 40



NORMATIVE

- Piscine: ecco le regole da rispettare per le strutture ricettive pag. 42
Proprietà intellettuale sulla visione di DVD nelle strutture ricettive pag. 44
Le agevolazioni provinciali in compensazione fiscale pag. 45
Dubbi pag. 46

MAGAZINE

02.2018 Anno XXXXVI

Chiusura Editoriale 02/02/2018
Foto Copertina: L'Italia si appresta ad andare al voto

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 Gardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Fabia Sartori, Sonia Ioriatti

Abbonamento annuo: € 40,00

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

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

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Verso le prossime elezioni politiche del 4 marzo 2018

L'appuntamento elettorale delle elezioni politiche del 4 marzo costituisce per ASAT un importante momento di riflessione e di sintesi sui temi del turismo, dell'impresa, del lavoro, dello sviluppo economico e sociale e occasione per evidenziare alle forze politiche e, in particolare, ai candidati dei collegi regionali quali sono le priorità e le esigenze del nostro settore sulle quali chiediamo attenzione ed impegno attraverso un documento elaborato e discusso dalla Giunta Esecutiva e dal Consiglio Direttivo. Anche in sede nazionale Federalberghi, di cui siamo componente associativa e territoriale, ha prodotto il documento "Il Turismo lavora per l'Italia - Riflessioni e proposte di Federalberghi per le politiche del Turismo" nel quale vengono evidenziati precisi obiettivi strategici e programmatici con l'indicazione di oltre ottanta misure per favorire la crescita del settore turistico.

Tra le priorità indicate, spiccano la diminuzione della pressione fiscale (in primis ridurre le tasse sugli immobili, che gravano sulle imprese anche quando sono chiuse o semivuote), il sostegno agli investimenti (con il potenziamento del credito di imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive), lo sviluppo di nuovi servizi (riformando le regole anacronistiche che non consentono agli alberghi di ampliare l'offerta), il contrasto all'abusivismo dilagante (per garantire la sicurezza e tutelare turisti, cittadini, lavoratori, imprese ed erario), l'ammodernamento delle reti e delle infrastrutture (per far sì che tutto il nostro paese sia fruibile ed accessibile).

Una sintesi del documento è pubblicata nelle prossime pagine, mentre la versione integrale è disponibile sul sito www.federalberghi.it.

Il documento dell'Asat, sempre riportato nelle prossime pagine, si sofferma, dopo aver fatto propria la proposta di Federalberghi, su alcune questioni specifiche, ma evidenzia un aspetto fondamentale che è quello del rapporto tra i parlamentari eletti e il nostro territorio, ed in particolare con l'Associazione e le istanze da essa promosse. Il giusto raccordo fra la dimensione di proposta e di azione in sede nazionale e locale ha rappresentato una caratteristica importante delle relazioni con i parlamentari che sono state instaurate in modo positivo in particolare nell'ultima legislatura, e ha consentito il raggiungimento di risultati significativi dal punto di vista legislativo.

Va detto che la collaborazione è stata particolarmente proficua durante i lavori delle Commissioni parlamentari dove i nostri rappresentanti, non tutti, hanno spesso contribuito assieme ai parlamentari di altre circoscrizioni elettorali alla produzione di provvedimenti legislativi in linea con le attese della nostra categoria rapportandosi non solo con Asat ma anche con Federalberghi.

È per questo che l'appuntamento elettorale non è solo un importante momento in cui si esercita la democrazia, ma anche dove è fondamentale la scelta delle persone che ci rappresentano e possono svolgere la loro funzione per lo sviluppo del turismo e per consentire in modo più agevole l'attività di impresa.



direttore Roberto Pallanch

Luca Libardi non è più con noi

🕒 3' e 05"

L'Associazione perde un uomo di grande capacità e professionalità

È spirato il nostro Presidente **Luca Libardi**, dopo aver lottato con tenacia e per lunghi mesi contro una malattia che purtroppo non gli ha lasciato scampo. È una perdita importante per l'Associazione e per tutto il mondo turistico trentino.

Lo ricordiamo come una persona di grande competenza tecnica e professionale, albergatore impegnato quotidianamente nella gestione della propria azienda e profondo conoscitore della professione alberghiera.

Un'intelligenza analitica, a volte caustica, ma di grande stimolo a ragionare e ad innovare.

Decisionista, nello stesso tempo esprimeva una capacità di ascolto e di disponibilità a cambiare la propria opinione e le strade intraprese, se riconosceva nelle obiezioni o nelle proposte dell'interlocutore valide ragioni.

Non ha mai cavalcato facili posizioni populiste, ma è sempre stato attento ed ha spinto l'Associazione ad analizzare i problemi e a farsi carico di proposte e soluzioni concrete nell'interesse della categoria.

Ha interpretato il proprio ruolo di presidente con grande attenzione e impegno, guidato dalla convinzione dell'importanza di un'azione sindacale incisiva.

Ha creduto sempre nella necessità di unire il mondo imprenditoriale per lo sviluppo della società e dell'economia trentina.

Ha dato un contributo significativo su molti temi della politica turistica del Trentino, mettendo a fuoco la necessità di valorizzare l'attività d'impresa, e di quella turistica in particolare.

Ha sempre insistito perché sia a livello associativo, sia a livello di politica turistica emergesse una visione strategica dei problemi e delle opportunità.

Anche in sede nazionale, nel suo ruolo di componente della Giunta Esecutiva di Federalberghi, si è fatto conoscere e stimare per la sua conoscenza dei problemi del settore alberghiero e delle imprese e per la capacità di stimolare il dibattito e la proposta nelle sedi istituzionali.

Nonostante la malattia non ha mai fatto mancare all'Associazione ed ai colleghi la propria intelligenza ed il proprio apporto propositivo.

Siamo vicini alla moglie Anna, ai figli e alla famiglia tutta. Dobbiamo trovare conforto nella memoria, nella fede e nella certezza che è vissuto lasciando traccia di sé.

Caro Presidente, ti ricorderemo con affetto, ti sia lieve la terra.

*La Giunta Esecutiva, il Direttore
ed i collaboratori.*



foto Pisoni

Luca Libardi

Il ricordo di Libardi nelle parole dei tre vicepresidenti

Luca Libardi se ne è andato, e più passa il tempo più è grande il vuoto che lascia in chi l'ha conosciuto. A partire da tutta l'Asat, ed a ricordarlo più in particolare sono i vicepresidenti **Gianni Battaiola**, **Oswaldo Debertol** e **Alberto Bertolini**.

“Con la scomparsa di Luca, ho perso un amico - dice Battaiola - con cui avevo avviato in amicizia l'avventura che lo ha poi portato alla presidenza. Con lui ho legato sia nel mondo dell'associazione sia fuori. Com'era Luca? Aveva sempre una visione strategica e molto innovativa. La portava nella giunta o nel comitato di presidenza. Sembrava che alcuni ragionamenti fossero irrealizzabili, invece poi si portavano avanti e si facevano. Ha cambiato la percezione che c'era dell'Asat nei confronti dell'economia e della politica trentina”, mette ancora in evidenza Battaiola. “Ha impostato un ragionamento sul metodo, spiegando che dobbiamo avere dati per riuscire a capire se tutto quello che facciamo e i soldi che spendiamo per infrastrutturazione e promozione hanno un ritorno sull'ospite e sulla remuneratività delle imprese. Insomma ha sottolineato che occorre partire da numeri tangibili per poter poi confrontarsi. Così con lo strumento dell'H-benchmark si è riusciti a fare una verifica dei risultati delle attività proposte e questo ha

fatto percepire l'Associazione in modo diverso. Con la presidenza di Luca l'attività dell'Asat è stata più precisa e con attenzione al dettaglio. Lui si informava su tutto prima di portarlo avanti”.

Caratterialmente non era certo un presidente morbido. “Era una persona talvolta rude ma capace di discutere con grande apertura e in maniera costruttiva, partendo sempre da un ragionamento. Tra noi c'è sempre stato un confronto franco e talvolta anche marcato, non leggero”. Battaiola chiarisce come una delle sue caratteristiche più importanti fosse quella della “trasparenza che ha voluto portare in associazione e verso l'associato”.

Anche Debertol ne ricorda la grande umanità e franchezza:

🕒 3' e 15'

👤 Fabia Sartori

“Lo consideravo un amico ed ero in sintonia col suo modo di gestire l'associazione, un modo che era sempre innovativo. A volte era un po' duro, nei suoi giudizi, ma era estremamente franco e affidabile. Sapevi cosa pensava e potevi confrontarti in modo aperto e sereno senza alcun problema. Di lui avevo una grandissima stima per il carattere e il modo di confrontarsi con le persone”.

Bertolini ricorda come il “rapporto con lui si era creato grazie alla comune attività nell'Asat e poi, si è consolidato grazie alle occasioni di vederci anche durante le riunioni nazionali, per cui abbiamo vissuto dei momenti di viaggio e conviviale”.



Il comitato di presidenza: da sx Debertol, Battaiola, Libardi, Bertolini e Pallanch

Rossi e Dallapiccola: il saluto della politica

🕒 3' e 30"

La politica provinciale rende onore a Luca Libardi. Il presidente della giunta provinciale **Ugo Rossi** e l'assessore al turismo **Michele Dallapiccola** ne ricordano l'impegno per il comparto turistico e la grande umanità.

“Anche noi - sottolinea Rossi - assieme ai molti che ne hanno apprezzato l'impegno all'interno dell'Associazione albergatori, siamo vicini al dolore dei familiari per la perdita di un uomo che ha saputo interpretare con impegno e concretezza un ruolo importante, al servizio del Trentino e non solo di una sua componente economica”. “Si tratta di una grave perdita e ci stringiamo ai suoi cari e a quanti ne hanno apprezzato lo spessore umano e professionale. È stato - aggiunge il governatore Rossi - un interlocutore preparato, anche grazie ad una solida esperienza, attento alle evoluzioni del turismo e alle esigenze di un settore così importante per il Trentino, pronto a stimolare la politica e l'amministrazione quando ne vedeva la necessità. A nome di tutta la giunta provinciale, e in particolare dell'assessore al turismo Michele Dallapiccola, esprimo il cordoglio della Provincia autonoma di Trento”.

Lo stesso assessore Dallapiccola ha voluto ricordare con parole di grande rispetto la figura di Libardi.



All'assemblea di Trento, Luca Libardi tra Michele Dallapiccola e il direttore di Federalberghi Alessandro Nucara

Al Trentino mancherà il suo impegno per il comparto turistico alberghiero

“A novembre 2013 ricordo il mio primo incontro con Luca, un uomo dalla forte personalità. Capii subito che non era una persona che avrebbe fatto sconti a nessuno. Che era preparato, e che non avrebbe sopportato una politica fatta di chiacchiere o discorsi non pragmatici e non concreti. Mi impegnai a prepararmi per essere in grado di dialogare sullo stesso piano con lui, pur in due posizioni diverse. E lui apprezzò moltissimo ma soprattutto (cosa che ricordo con maggiore contentezza) attivò un'apertura di credito in termini di stima nei miei confronti”, spiega Dallapiccola.

“Non so se quel conto lo abbia mai chiuso. Di certo la nostra collaborazione procedette ed è sempre proceduta nel rispetto dei reciproci ruoli. Con importanti critiche all'operato della giunta provinciale ma anche con puntuali parole di apprezzamento. Tra i principali risultati da parte sua l'istituzione da parte della Provincia autonoma del *Tavolo azzurro* dentro cui l'Asat è protagonista e la soddisfazione di vedere un piano della Trentino Marketing che ora è triennale e soprattutto governato dagli operatori in collaborazione con la Provincia”, continua ancora Dallapiccola.

“Al netto dei ruoli diversi, tra noi c'era una posizione personale di grande stima ed amicizia soprattutto sui temi legati al territorio e alla campagna che ci erano comuni e anche a lui tanto cari”, mette in evidenza l'assessore. Per Dallapiccola, insomma, Libardi è “una figura indimenticabile che ha lasciato il segno”.



UN SERVIZIO MULTI-BANCA



LO SCAMBIO DI DENARO FACILE COME UN SMS

INBANK APP



Jiffy.inbank.it

Ora puoi inviare istantaneamente piccoli importi di denaro ai contatti della tua rubrica telefonica, quando vuoi, ovunque tu sia, nella massima sicurezza che l'app Inbank ti garantisce.



Molte note di cordoglio hanno raggiunto la famiglia e la nostra Associazione

La scomparsa di Luca Libardi, la commozione del Trentino

Tante sono le mail, tanti i messaggi e tante le telefonate, anche di colleghi albergatori, che la nostra Associazione e la famiglia hanno ricevuto per la scomparsa di **Luca Libardi**. Ne sono filo conduttore il ricordo commosso per una persona fortemente impegnata nella propria comunità e nell'attività professionale.

Già abbiamo detto delle parole di **Ugo Rossi** e **Michele Dallapiccola**, presenti anche alle esequie svoltesi a Levico Terme.

Da Roma, il presidente nazionale **Bernabò Bocca** fa giungere il cordoglio di Federalberghi e di tante associazioni territoriali del sistema nazionale. E ricorda Libardi, che da ultimo aveva incontrato a Trento lo scorso maggio partecipando alla assemblea annuale. Bocca parla così di un collega, ma anche di un valido e preciso collaboratore in sede nazionale: "Lavoro con molti presidenti delle associazioni territoriali, ma Luca ha sempre avuto qualcosa di particolare: non mancava mai un suo intervento, e portava sempre contenuti ed idee interessanti. Il vuoto che lascerà sarà veramente grande". Per molti anni Libardi è stato componente della giunta nazionale di Federalberghi, dove si è fatto apprezzare: "Era molto legato alla sua terra ma non mancava mai, veniva dovunque noi ci riunissimo. Dal punto di vista personale - prosegue Bocca - è una delle persone che ho più stimato: per capacità di dire le cose, coraggio di sostenere le proprie visioni, ma anche abilità



Un'intensa espressione di Luca Libardi

nell'argomentare e convincere. Virtualmente abbraccio tutti coloro che gli hanno voluto bene".

Da Bolzano, anche il presidente di HGV **Manfred Pinzger** ha fatto giungere il sentimento di vicinanza proprio e di tutti i colleghi altoatesini.

In Asat tanti esprimono parole di affetto alla famiglia e ricordano la figura di Luca. **Natale Rigotti**, alla guida dell'associazione provinciale prima di lui, dice: "Perdo un amico ma anche un collega che ha interpretato con professionalità e passione il suo ruolo. Vedendolo lo scorso autunno ho sperato potesse superare la malattia, ma purtroppo non è stato così".



Il "passaggio" di consegne tra Libardi e Natale Rigotti all'assemblea annuale tenutasi in Valle dei Laghi

Anche **Italo Craffonara** (già presidente degli albergatori trentini) ha voluto ricordare Libardi: "Un albergatore preparato, oserei dire illuminato, che è stato da guida per la nostra categoria". **Roberto Pallanch**, direttore dell'Asat, in questi anni ha lavorato fianco a fianco con Libardi. "Sicuramente una persona con idee molto chiare, di carattere, che non passava inosservata.

Se al primo impatto emergeva una certa durezza, di fondo c'era poi una grande disponibilità a ragionare sulle cose e una grande capacità di confrontarsi. Il suo modo diretto ha contribuito a far crescere l'associazione, ma anche far crescere la politica turistica del Trentino".

Francesca Maffei, già presidente dei GAT, ha lavorato con Luca nella giunta dell'Asat: "Ti ringrazio, Luca - questo il suo ricordo - per avermi insegnato, con i fatti e non con le parole, a essere una presidente in pic-

colo, tu che eri un grande Presidente. Per aver voluto partecipare, poco dopo la scoperta del nemico, al giorno più importante della mia vita. Per esser stato, anche per me, ciò che eri e che sempre resterai per tutti: una guida, un'ispirazione, un esempio. E ti ringrazio, infine, perché quello che lasci dietro di te aiuta a sentirsi, quaggiù, meno soli".

Partecipato il cordoglio dei colleghi delle altre compagini datoriali. Così Confcommercio Trentino e Confesercenti del Trentino, si sono stretti alla famiglia di Luca Libardi, "albergatore e imprenditore dalla profonda umanità, serio e capace, che ha contribuito al dibattito ed allo sviluppo del turismo trentino con le qualità che chiunque lo abbia conosciuto ha avuto modo di apprezzare". Anche i presidenti di Confindustria Trento **Giulio Bonazzi**, Associazione Artigiani **Marco Segatta** e di Federazione Trentina della Cooperazione **Mauro Fezzi** hanno inviato in Asat messaggi di cordoglio per la scomparsa del nostro presidente.

Laura Bolgia, presidente di EBT Trentino, ne esprime il lutto scrivendo: "Ho colto la grande professionalità, la lungimiranza e la profonda umanità di Libardi. Comprendo e condivido il dolore delle persone che gli sono state care".



Un'immagine di gruppo della prima giunta esecutiva presieduta da Libardi

Anche a Levico, sua città natale, la scomparsa di Libardi ha destato grande commozione. Particolarmente sentito il ricordo del presidente locale **Walter Arnoldo** che scrive: “Ti ho ammirato tantissimo, per la tua immensa preparazione, per la tua inimitabile cultura turistica, per la tua intelligenza, la tua umanità e la tua schiettezza che a volte poteva sembrare rude, ma che invece nascondeva una profonda e sincera sensibilità. C'è un gesto, un episodio, che porterò sempre con me: sei stato l'unico collega che, quando ero ricoverato in ospedale, più morto che vivo, era passato a trovarmi. Mi avevi portato un libro che conservo come uno dei rari momenti belli di un periodo tristissimo della mia vita. Ti ho voluto veramente bene, Presidente: fai buon viaggio”.

“Non solo Levico, ma tutto il Trentino ha perso una grande persona. Luca era una delle colonne della nostra società” ha detto la presidente di Levico Fin e collega albergatrice **Donatella Bommassar**. “Quando Luca ha iniziato a lavorare io ero a capo della sezione di Levico e per una trentina di anni

abbiamo collaborato insieme. Era come un fratello minore per me, era forte e determinato nelle decisioni, un trasciatore che si impegnava sempre per portare a termine le sue convinzioni”. “Vent'anni passati lavorando assieme non si possono cancellare, a me ed a tutto il turismo trentino, mancheranno i suoi stimoli e le sue discussioni” così si esprime **Massimo Oss**, collega del Camping Due Laghi.

“Si dedicava all'ospitalità con grande passione - ricorda il presidente dell'Apt Valsugana e Tesino **Stefano Ravelli** - così riusciva ad essere sempre al passo con i tempi, grazie alla sua grandissima preparazione e al continuo cambiamento e rinnovo”.

Infine, lo ricorda come un compagno d'infanzia e un grande amico il sindaco di Levico **Michele Sartori**: “Nati nello stesso anno, a scuola siamo sempre stati insieme. Aveva una grande passione per la sua attività e fu uno dei primi a tenere l'hotel aperto tutto l'anno lavorando e collaborando con altre attività sul territorio per convegni o corsi di formazione, davvero avanti con i tempi».

Una vita spesa tra l'impegno in azienda e quello per la comunità trentina



Foto Pedrotti

Luca Libardi era nato a Levico Terme l'8 novembre 1961, dove risiedeva con la famiglia. Sposato con **Anna**, padre di **Elena** e **Riccardo**, Libardi era titolare dell'Hotel Eden e rappresentava la terza generazione alla guida dello storico albergo, fondato nel centro storico levicense nel lontano 1892. Diplomato all'istituto di San Michele, aveva ricevuto il testimone dai genitori **Walter** e **Maria** dopo aver fatto esperienza come direttore d'albergo.

Impegnato fin da subito nell'attività associativa, aveva in passato presieduto per due mandati la sezione territoriale di Levico dell'Asat; nel 2011 subentra a Natale Rigotti nella carica di presidente dell'associazione provinciale. In questa veste entra per due mandati consecutivi nella giunta esecutiva di Federalberghi. Inoltre, a livello nazionale, Libardi sedeva quale consigliere nel Comitato direttivo dell'Ente Bilaterale Nazionale Turismo. Per un biennio presiede il Coordinamento provinciale imprenditori. Tra i suoi molti impegni in rappresentanza dell'Asat, in Trentino possiamo ricordare il Consiglio della Camera di

Commercio di Trento, il Consiglio d'amministrazione di Levico Fin, il Consiglio d'amministrazione dell'Istituto Alberghiero e la Commissione provinciale per l'impiego, una presenza, quest'ultima, fortemente voluta proprio per rappresentare adeguatamente il mondo del turismo in questo importante organismo.

Tanti i risultati che Libardi, nel periodo della sua presidenza, ha ottenuto all'interno dell'Associazione Albergatori ed in giunta nazionale. Con un impegno fattivo e preciso ha aiutato Federalberghi a superare il *parity rate*, la norma che obbligava l'albergo a non offrire condizioni migliorative rispetto a quanto offerto dai siti *online*. E sempre a fianco dell'organizzazione nazionale ha combattuto contro le recensioni fasulle di portali come Tripadvisor. In Trentino ha avviato il progetto pilota *HBenchmark* (per conoscere il prezzo medio di vendita delle camere), *Trust You* (per combattere il monopolio sui giudizi da parte di Tripadvisor e *Holiday Check* dando un'ampia panoramica).



Foto Pedrotti

A dx il presidente di Federalberghi Bernabò Bocca con Libardi e Pallanck

Turismo

Ospitalità

**Poltrone e divani
Made in Italy
su misura
dal 1976**

COMANO TERME
FR. CARES (TN)
0465 701767

TRENTO
VIA BRENNERO N°11
0461 1584049

BOLZANO
VIA VOLTA N°3/H
0471 1652645

FALC
FABBRICA ARTIGIANA SALOTTI

Foto B. Quattino

Il programma di Federalberghi per la prossima legislatura



A breve il Parlamento sarà rinnovato: la Federazione avanza le sue proposte

🕒 8' e 30"

Il turismo offre in Italia un contributo decisivo allo sviluppo dell'occupazione e della produzione. Federalberghi ha così deciso di proporre una piattaforma programmatica per la prossima legislatura nazionale, significativamente intitolata Il turismo lavora per l'Italia, individuando i nodi che ostacolano lo sviluppo del settore e formulando al contempo proposte concrete per la crescita.

Il testo è stato inviato a tutte le forze politiche, per sensibilizzarle sui temi affrontati, affinché i nuovi legislatori sostengano lo sviluppo della nostra economia turistica. Riportiamo i punti salienti del documento, che può essere letto per esteso sul sito istituzionale: www.federalberghi.it.

“Il turismo lavora per l'Italia”:
idee, proposte e obiettivi

📌 **Investire per crescere: catalizzare risorse per lo sviluppo, incentivando gli investimenti privati e finanziando i necessari interventi pubblici.**

È indispensabile un'adeguata disponibilità di risorse affinché gli investitori, pubblici e privati, possano svolgere attivamente il proprio ruolo. Oggi le imprese, soprattutto nel settore del turismo, stentano a reperire sul mercato capitali per riqualificare o espandere

l'attività ed essere in grado di confrontarsi con un'agguerrita concorrenza. Spesso anche gli enti pubblici sono privi dei fondi necessari per attivare politiche di sviluppo. Se si desidera che il turismo continui a concorrere alla creazione di valore e di occupazione, occorre re-investire nel settore una parte del grande contributo economico e finanziario che l'economia turistica apporta al sistema nazionale.



La pressione fiscale è uno dei nodi da affrontare e risolvere

■ Offrire nuovi servizi: ampliare la gamma di quanto le imprese turistiche offrono alla clientela.

Aggiornamento di quelli esistenti e sviluppo di nuovi servizi: sono due leve su cui l'impresa turistica deve agire quotidianamente, per fidelizzare i propri ospiti e conquistarne di nuovi. Il cliente moderno è informato ed esigente, vuole una pluralità di servizi, la disponibilità di una camera accogliente e confortevole è essenziale ma non esaustiva: l'albergatore deve offrire al cliente, dentro e fuori l'hotel, gli elementi che trasformino il soggiorno in un'esperienza gratificante. Creatività e passione hanno consentito al mercato turistico italiano di sviluppare un ampio ventaglio di proposte diverse, per soddisfare tutte le esigenze e tutte le tasche. A volte, tuttavia, ci si scontra con le difficoltà indotte dagli oneri burocratici che ostacolano la possibilità di proporre prodotti e servizi accessori rispetto all'attività principale.

■ Riquilibrare l'offerta turistica, premiando le imprese che intendono effettuare investimenti ed accompagnando l'uscita di quelle non più in grado di rimanere sul mercato.

L'evoluzione dell'offerta ricettiva italiana ha registrato, negli ultimi anni, un costante miglioramento confermato dal numero crescente di turisti stranieri che scelgono gli alberghi italiani.

Ma i *competitor* sono agguerriti e le imprese italiane possono vincere la sfida solo puntando sulla qualità: necessitano quindi di condizioni di sistema che agevolino e sostengano continui investimenti. La Federazione chiede di incentivare l'innovazione tecnologica, l'adeguamento agli standard ed i miglioramenti qualitativi, anche dotando il *tax credit* di maggiori risorse e favorendo un sistema di mutui agevolati. Serve inoltre consentire di diversificare l'offerta, anche ricorrendo a nuove formule (*condhotel*).

■ Ridurre la pressione fiscale sulle imprese turistiche, assicurando che l'imposizione assuma una misura equa e ragionevole.

Un'impresa italiana di medie dimensioni è soggetta ad un carico fiscale complessivo pari al 64,8% dei profitti commerciali, il prelievo sugli utili è mediamente pari al 31,4%. E per le attività ricettive, la situazione è resa più complicata dalle tasse che gravano sugli immobili anche in periodi di inattività.

Per incentivare lo sviluppo e ridurre il *gap* rispetto ai concorrenti, occorre ridurre la pressione fiscale sul lavoro e sui profitti delle aziende.

■ Liberare il lavoro con soluzioni che tengano conto delle caratteristiche e delle esigenze del settore e dei territori.

Il turismo chiede una sempre maggiore qualificazione: un ruolo decisivo è giocato dalle risorse umane, essenziali nell'economia dei servizi. Lavoro accessorio, contratti a termine ed a chiamata sono stati strumenti con i quali le imprese hanno affrontato un lungo periodo di crisi, realizzando una performance occupazionale senza pari in Italia. Limitare l'uso di tali strumenti non consente di valorizzare in termini occupazionali le opportunità offerte, determinando al contempo la persistenza di una domanda di lavoro non soddisfatta. La contrattazione collettiva deve poter definire forme di protezione alternative a quelle previste dalla legge, in modo da garantire un sistema di tutele modulato sulle caratteristiche del settore.

■ Sviluppare le infrastrutture, cioè potenziare la rete al servizio della mobilità turistica.

La raggiungibilità della destinazione condiziona la qualità dell'offerta turistica, ma il sistema italiano dei collegamenti non brilla certo per efficienza e per integrazione. Non meno rilevante è il *digital divide*, con molte località turistiche senza banda larga. Le decisioni inerenti l'organizzazione delle reti (collegamenti ferroviari, operatività degli aeroporti, ecc.) assumono a riferimento solo l'obiettivo di ridurre la spesa, senza preoccuparsi dell'impatto che la decisione produce sull'economia turistica del territorio: un atteggiamento che deve cambiare.

■ Sconfiggere l'abusivismo delle attività turistiche, per tutelare i consumatori e le imprese.

È uno dei temi su cui Federalberghi chiede grande impegno. Spesso si motiva l'accogliere turisti in contesti atipici (case private, aziende agricole, etc.) con l'esigenza di integrare occasionalmente il reddito di soggetti economicamente deboli. Ma in assenza di controlli, il fenomeno è proliferato in modo indiscriminato, dando luogo a situazioni di concorrenza sleale, che danneggiano le imprese turistiche tradizionali e chi gestisce in modo corretto le nuove forme di accoglienza.



Stesso mercato, stesse regole: no all'abusivismo

■ Semplificare le procedure, alleggerire il carico degli oneri burocratici che gravano sui cittadini e sulle imprese.

Nonostante l'affermarsi della telematica, gli adempimenti burocratici richiesti alle imprese italiane non accennano a diminuire e la loro incidenza grava maggiormente sulle imprese di minori dimensioni. L'impresa è costretta ad accollarsi oneri impropri per far fronte ad obblighi non direttamente connessi alla propria attività oppure rischia di essere trascinato in un limbo di irregolarità formale dalla quale è assai problematico affrancarsi.

Federalberghi ritiene indifferibile una radicale semplificazione degli adempimenti a carico delle imprese, che frenano gli investimenti e la crescita del settore.

Presidiare la rete per sviluppare il commercio elettronico ma tutelando i consumatori e le imprese.

Internet ha rivoluzionato il modo di promuovere e vendere i servizi turistici, oggi i viaggiatori utilizzano i motori di ricerca ed i *device* mobili (smartphone, tablet, etc.) per informarsi, pianificare una vacanza e prenotare. Sono grandi opportunità, ma ci sono anche nuovi problemi: lo strapotere delle grandi *OLTA* espone gli operatori all'abuso di posizione dominante, che si traduce in un'esplosione delle commissioni, che dovrebbero essere calmierate. E rimane il rischio che la possibilità di recensione online sia utilizzata in modo assolutamente inappropriato.



Il *brand* Italia è vincente ma è necessaria una promozione coordinata

Calmierare il costo dell'e-money.

Assicurare una riduzione delle commissioni a carico degli esercenti sulle transazioni effettuate con carte di pagamento, aumentate a seguito delle limitazioni all'utilizzo del contante.

Il ricorso a strumenti di pagamento alternativi al contante può generare benefici per tutti gli attori del sistema economico.

Tuttavia, si deve favorire la riduzione generalizzata del livello delle commissioni dovute dagli esercenti ai gestori delle carte di pagamento, legando il livello delle commissioni alle componenti di costo effettivamente sostenute dalle banche. Ed anche consentire di applicare al consumatore che utilizza un carta di pagamento il costo delle relative spese.

Farsi vedere, farsi sentire. Rilanciare il prodotto turistico nazionale, in Italia e all'estero.

La domanda turistica mondiale è in costante aumento, con oltre un miliardo di arrivi internazionali ogni anno, destinati a raddoppiare entro il 2030. Purtroppo, l'Italia cattura quote sempre minori di tali flussi, anche perché più di mille enti in Italia si occupano di promozione turistica e la dispersione delle energie indebolisce la nostra offerta. ITALIA è un grande *brand*, sul quale devono essere fondati gli sforzi del sistema, stanziando le risorse per realizzare un grande e corale piano strategico promozionale.

Aprire le frontiere, facilitando il rilascio dei visti turistici anche grazie alle nuove tecnologie.

Milioni di persone vengono scoraggiate dal viaggiare dalle difficoltà connesse alla richiesta dei visti. Se i Paesi del G20 migliorassero i processi di rilascio, il numero di turisti aumenterebbe, generando entrate valutarie aggiuntive e creando più di cinque milioni di nuovi posti di lavoro. L'Italia deve quindi facilitare il rilascio dei visti turistici rivolgendo particolare attenzione ai mercati emergenti (tra cui i BRICS), anche grazie all'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

■ **Favorire il prolungamento dei periodi stagionali di attività attraverso iniziative in grado di accrescere i flussi turistici e di migliorare le condizioni economiche di operatività del settore.**

L'attività turistica è fortemente legata alla stagionalità; ne consegue una limitata capacità espansiva del settore, una insufficiente redditività delle imprese, meno occupazione. La stagionalità non è un dato incontrovertibile ma il risultato di scelte derivanti in molti casi da fattori economici, finanziari e amministrativi. Allora, perché non rifinanziare i "buoni vacanza", migliorare la ripartizione delle vacanze scolastiche, modulare i periodi di attività dei servizi pubblici e privati tenendo conto della necessità di garantire l'accoglienza dei turisti per tutto l'anno, estendere ai contratti stagionali le agevolazioni IRAP attualmente riservate alle assunzioni a tempo indeterminato?

■ **Armonizzare la classificazione. Superare l'attuale classificazione delle strutture ricettive, che prevede criteri diversi da regione a regione e per tal via disorienta il consumatore.**

La classificazione delle strutture ricettive dovrebbe offrire al turista uno strumento efficace per orientarsi nella scelta. Il sistema attualmente in vigore in Italia fallisce questo obiettivo perché non fornisce indizi chiari ed affidabili e confonde il turista in un labirinto di venti diverse leggi regionali. L'esigenza di armonizzare i diversi sistemi di classificazione alberghiera è forte, ed è sentita anche a livello europeo, come testimonia l'esperienza di *Hotelstars Union*, un sistema internazionale di classificazione alberghiera, elaborato sotto il patronato della Confederazione europea degli imprenditori alberghieri e della ristorazione, alla quale *Federalberghi* aderisce, finalizzato a garantire ai clienti maggiore trasparenza, promuovendo nel contempo la qualità dell'offerta alberghiera nei Paesi dell'Unione Europea.

Attualmente il sistema c'è in molti paesi europei ma non in Italia, dove invece abbiamo venti tipi diversi di sistemi regionali.

■ **Apprendere per competere. Avvicinare la scuola al mercato del lavoro, riducendo la distanza tra i fabbisogni espressi dalle imprese e le competenze acquisite dai giovani durante il percorso formativo.**

Il capitale umano è fondamentale per le imprese del nostro settore. Sul corretto impiego di questa risorsa si fondano le capacità competitive delle singole aziende e dei sistemi territoriali che costituiscono la spina dorsale dell'offerta turistica italiana. La manutenzione delle conoscenze e delle competenze degli addetti del settore ai diversi livelli e la qualità del sistema di istruzione che, attraverso gli istituti tecnici e professionali ad indirizzo turistico, forma le fila dei futuri addetti del settore rappresenta un obiettivo dell'intero sistema turistico.



Investire nel capitale umano è essenziale per le nostre imprese

■ **Conoscere per decidere. Migliorare l'informazione statistica sul turismo.**

La conoscenza dei dati è essenziale per comprendere un fenomeno e le sue dinamiche di crescita. La disponibilità di una base di dati omogenea ed autorevole costituisce quindi lo strumento necessario per misurare l'efficacia delle politiche e lo stato di salute del settore, sulla base dei risultati effettivamente conseguiti. Per questo occorre anche concentrare presso un unico soggetto la raccolta delle informazioni sulla capacità e sul movimento degli esercizi ricettivi e sostenere la diffusione di strumenti che forniscano in tempo reale informazioni sull'andamento del mercato.



**L'energia è indispensabile per vivere!
E' necessario però consumare meglio ed essere più astuti**

**Ridurre gli sprechi
è il primo passo da fare
trovare a chi affidarsi
per una consulenza
ed un contratto valido
e sicuro
aiuta a fare
il resto**

**Il Cape dal 2003 sostiene ed aiuta gli operatori
del settore turistico**

Le richieste dell'Asat in vista delle elezioni

Saranno sottoposte alle forze politiche ed ai candidati nel nostro collegio

In occasione della prossima tornata elettorale, parallelamente alle proposte di Federalberghi, anche il Consiglio direttivo dell'Asat ha approvato un documento in cui vengono portate alle forze politiche ed ai candidati a Camera e Senato per il collegio del Trentino Alto Adige, alcune proposte specifiche relative alla nostra realtà. Le riportiamo di seguito.

ULTIMA ORA GIANNI BATTAIOLA È STATO ELETTO NUOVO PRESIDENTE DELL'ASAT



Il Consiglio direttivo dell'Asat, riunitosi recentemente, ha provveduto ad adempiere alle formalità statutarie conseguenti alla scomparsa del presidente Luca Libardi.

Su proposta della Giunta esecutiva, ha così proceduto a nominare **Gianni Battaiola**, già vicepresidente e membro del Comitato di presidenza, come nuovo presidente dell'Asat.

Battaiola resterà in carica fino alla scadenza naturale del mandato in corso, cioè fino al 31 dicembre 2018. Auguriamo a lui un "buon lavoro" nel nuovo importante impegno che andrà ad assumere.



🕒 4' e 40"

📌 L'Autonomia provinciale.

L'Autonomia provinciale, così come prevista dalla Costituzione e così come si è concretamente attuata attraverso gli Statuti, le norme di attuazione e gli accordi, ha prodotto risultati positivi sul sistema economico e sociale del Trentino.

Ribadire il concetto del valore dell'autonomia come potestà e capacità di autogoverno di una comunità e, soprattutto, come tutto ciò si sia declinato nel corso della nostra storia significa anche essere consapevoli dei limiti e dei margini di miglioramento dell'azione politica ed amministrativa locale.

Chiediamo alle forze politiche ed ai rappresentanti nel Parlamento singolarmente, di farsi carico della tutela e della difesa dell'Autonomia della nostra Provincia, difesa che dovrebbe superare le divisioni partitiche.



L'autonomia va salvaguardata anche in sede nazionale

La montagna e il turismo meritano grande attenzione nell'azione politica

■ Rapporti tra parlamentari e Asat.

Il ruolo di rappresentanza e di tutela degli interessi svolto dall'Asat e più in generale dalle associazioni di categoria richiede un positivo, costruttivo e propositivo rapporto con i parlamentari.

Tale rapporto, nel corso dell'ultima legislatura, è stato senza dubbio positivo e auspichiamo che nella prossima si riesca a renderlo più continuo e non limitato a singoli provvedimenti. Le occasioni di collaborazione si sono concretate anche nel rapporto dei parlamentari trentini con la nostra federazione nazionale. A titolo di esempio citiamo alcune norme che sono state interessate positivamente da questa sinergia in sede locale e nazionale: norme in materia di concorrenza, normative sul lavoro, IRAP, prevenzione incendi, ecc.

■ Accessibilità del Trentino ed infrastrutture.

La valorizzazione del turismo in Trentino presuppone che il nostro territorio sia adeguatamente connesso con le regioni limitrofe, con i bacini di utenza e con i principali hub nazionali ed internazionali.

Fondamentale, oltre ad una politica delle infrastrutture e della mobilità in sede provinciale una visione strategica ed un raccordo necessario con analoghe politiche infrastrutturali nazionali ed internazionali: ad esempio, il corridoio del Brennero, i trasporti ferroviari ed aeroportuali. Molte di queste politiche assommano scelte e decisioni di carattere locale, nazionale e comunitario, che richiedono un adeguato impegno da parte delle forze politiche e dei parlamentari nelle sedi decisionali deputate che sollecitiamo.

■ Turismo montano.

Pur essendo la montagna parte significativa del territorio nazionale e parte importante dell'offerta turistica del nostro Paese, troppo spesso c'è una colpevole disattenzione e sottovalutazione della realtà e della potenzialità, nonché dei problemi dei territori in alta quota.

In questo contesto si inserisce anche la specifica problematica del turismo montano che caratterizza il nostro territorio in maniera preponderante. Rileviamo quindi l'opportunità che i nostri parlamentari siano particolarmente attenti rispetto alla produzione legislativa che può interessare direttamente o indirettamente l'attività turistica montana. Pensiamo solo al tema della stagionalità ed ai suoi riflessi sul mercato del lavoro. Riteniamo di segnalare l'opportunità che i nostri rappresentanti in Parlamento proseguano e rafforzino la loro presenza all'interno dell'intergruppo parlamentare "Amici della montagna".



Il turismo ha ancora bisogno di tanta mano d'opera stagionale

■ Lavoro e stagionalità: Irap e lavoro stagionale.

Il settore turistico vede come componente tipica il lavoro stagionale e occasionale, che derivano dalla oggettiva conformazione strutturale delle aziende e del mercato. Non è superfluo sottolinearne, seppure brevemente, le caratteristiche perché spesso assistiamo alla penalizzazione fiscale e contributiva di questa tipologia di lavoro che viene in maniera non appropriata definito di "bassa qualità" contrapponendolo al lavoro di qualità a tempo indeterminato.

Pur essendo stati fatti dei passi in avanti verso una sua completa equiparazione, restano tuttavia dei vincoli e delle limitazioni legislative e contrattuali che di fatto rendono le agevolazioni previste inapplicabili. Chiediamo pertanto un impegno ai nostri rappresentanti eletti affinché lavorino nella direzione di una migliore valorizzazione del lavoro stagionale e, in quest'ottica, dell'adeguamento delle normative alla luce delle aspettative delle aziende e delle esigenze strutturali del mercato.

Le stesse norme in materia di mobilità e di disoccupazione penalizzano il lavoro stagionale rendendolo meno appetibile per i lavoratori o per quanti intendano iniziare una carriera in questo settore.

Rimanendo in generale al documento di Federalberghi, evidenziamo la necessità di ampliare gli spazi rimessi alla contrattazione collettiva in ma-

teria di gestione della flessibilità dei rapporti di lavoro. Ricordiamo inoltre che è opportuna l'ammissione del contratto di prestazione occasionale anche per le imprese sopra i 5 lavoratori e la semplificazione del relativo carico burocratico.

■ Normativa fiscale e tributaria: Imis, Rifiuti.

La tassazione comunale (IMIS +TASI) grava eccessivamente sugli immobili alberghieri, e ormai sono difficilmente sostenibili i continui incrementi. In materia di IMIS, attualmente il moltiplicatore per gli immobili alberghieri è 65, negli anni antecedenti il 2011 il moltiplicatore era 50.

Contemporaneamente all'aumento del coefficiente moltiplicatore, un'indicazione della Direzione centrale del Catasto, ha definito un'impostazione metodologica di determinazione del valore catastale degli immobili alberghieri, che ha determinato un aumento considerevole del valore catastale e conseguentemente delle rendite e della tassazione, producendo valori degli immobili di molto superiori a quelli correnti di mercato.

Per quanto concerne l'applicazione della tariffa per i rifiuti, le strutture ricettive, nello svolgimento dell'attività producono rifiuti assimilabili a quelli domestici.

Analogamente alle utenze domestiche alcune aree non sono atte per loro natura a produrre grandi quantitativi di rifiuti, quali le sale soggiorno e di lettura, hall



Anche per l'Asat è necessaria una promozione più efficace e di sistema

e garage, spazi ricreativi, tuttavia non viene prevista nessuna valutazione e conseguente riduzione delle aliquote applicate per questi spazi puramente "accessori". La tassazione locale incide pesantemente anche su altre imprese del settore turistico, come ad esempio quelle della ristorazione.

Per entrambe le imposte chiediamo un intervento che ne riduca l'impatto sulla redditività delle imprese anche in considerazione del fatto che esse gravano su immobili strumentali e necessari alla produzione.

■ **Normativa in materia di prevenzioni incendi.**

Nel luglio 2015 sono entrate in vigore le disposizioni di prevenzione incendi "semplificate" per le attività ricettive turistico - alberghiere con numero di posti letto superiore a 25 e fino a 50, che prevedono una riduzione dei requisiti antincendio nel caso di progettazione, realizzazione ed esercizio delle attività ricettive.

Si ritiene che i requisiti della regola tecnica di prevenzione incendi debbano essere semplificati anche per le strutture con ricettività superiore ai 50 posti letto, soprattutto in ragione del

fatto che il limite dei 50 posti, già di per sé, individua strutture piccole e a rischio basso. Più in generale si chiede di attivare un tavolo di confronto con le rappresentanze delle categorie interessate, volto ad esaminare gli attuali limiti restrittivi della normativa antincendi riguardanti la posa in opera di materiali lignei degli alberghi, al fine di garantire alle strutture ricettive turistiche ubicate nei territori montani, disposizioni tecniche che non limitino l'espressione e l'utilizzo di materiali tipici dei luoghi, eventualmente anche attraverso uno studio comparato a livello europeo dell'applicazione della normativa antincendio in questi casi.

Al fine di sostenere le imprese turistiche nelle iniziative di adeguamento alla normativa di prevenzione sarebbe importante prevedere specifici sgravi fiscali.

Anche per i rifugi alpini si valuta la necessità di un'ulteriore revisione della norma per rendere concretamente attuabile l'adeguamento di tali strutture.

■ **Raccordo della promozione provinciale con quella nazionale.**

Pur condividendo la necessità di sviluppare una politica di sistema per sostenere la competizione con i Paesi concorrenti sui mercati internazionali, attraverso una politica commerciale e promozionale coordinata, riteniamo che l'eventuale attività legislativa non debba penalizzare o impedire analoghe attività svolte a livello provinciale.

In altre parole la questione riguarda il mantenimento delle competenze in materia di turismo a livello regionale e, per quanto riguarda il nostro territorio, a livello provinciale.

La finanziaria dello Stato per il prossimo 2018

È in vigore dall'inizio d'anno la legge di bilancio dello Stato per il 2018 che contiene una serie di interessanti previsioni che esaminiamo di seguito.

■ Bloccato l'aumento dell'Iva.

È confermato che nel 2018 le aliquote Iva non saranno aumentate. Così, l'aliquota ridotta del 10% passerà all'11,50% dal 2019 e al 13% dal 2020, mentre quella del 22% passerà al 24,2% dal 2019, al 24,9% dal 2020 e al 25% dal 2021.

■ Riquilibrata la detrazione energetica.

Si proroga fino alla fine del 2018 la detrazione del 65% per gli interventi di riqualificazione energetica con spese sostenute nell'anno stesso. La detrazione si riduce al 50% per le spese sostenute per gli interventi che riguardano: finestre ed infissi; schermature solari; impianti di climatizzazione invernale con generatori di calore a biomasse combustibili; sostituzione di impianti di climatizzazione invernale con impianti dotati di caldaie a condensazione con efficienza almeno pari alla classe A di prodotto (in casi particolari, per questa fattispecie la detrazione è elevabile al 65%). Al posto della detrazione, è possibile optare per la cessione del corrispondente credito ai fornitori che hanno eseguito gli interventi agevolabili.

■ Tax credit alberghi.

Alle imprese alberghiere e agli agriturismi, esistenti alla data del 1° gennaio 2012, è confermato il riconoscimento di un credito d'imposta nella misura del 65% per le spese sostenute dal 1° gennaio 2017 al 31 dicembre 2018, relative a interventi che abbiano finalità di ristrutturazione edilizia, di riqualificazione, a condizione che abbiano anche finalità di incremento dell'efficienza energetica o di riqualificazione antisismica, ovvero, ferma restando tale ultima condizione, per le spese per l'acquisto di mobili e componenti d'arredo, destinati esclusivamente alle strutture ricettive. Il credito d'imposta è ripartito in due quote annuali di pari importo, fino all'importo massimo di 200mila euro nel biennio di riferimento, e comunque fino all'esaurimento del plafond disponibile. Tale credito d'imposta è alternativo e non cumulabile, in relazione a medesime voci di spesa, con altre agevolazioni di natura fiscale.

■ Maxi ammortamento.

Approvata la proroga del maxi ammortamento, cioè la possibilità, per le imprese che effettuano investimenti in beni strumentali nuovi, di incrementare il relativo costo del 30%. Sono esclusi dall'agevolazione i veicoli esclusivamente strumentali all'attività d'impresa nonché i beni materiali strumentali con un coefficiente di ammortamento inferiore al 6,5%.



Il premier Paolo Gentiloni guida del Governo italiano

Blocco dell'Iva e detrazioni per lavori di riqualificazione energetica

🕒 5' e 10"

👤 Andrea Rudari

■ Credito di imposta per la formazione.

A decorrere dal 2018, alle imprese che effettuano attività di formazione spetta un credito d'imposta pari al 40% delle spese relative al costo aziendale del personale dipendente per il periodo occupato nella formazione sulle conoscenze tecnologiche previste dal Piano nazionale impresa 4.0. È esclusa la formazione organizzata dall'impresa per conformarsi alle norme obbligatorie in materia di formazione.

■ Bonus per prodotti in plastica riciclata.

È in vigore una specifica agevolazione a favore delle imprese che acquistano prodotti realizzati con plastiche provenienti dalla raccolta differenziata degli imballaggi o da selezione di rifiuti urbani residui. Si tratta di un credito d'imposta pari al 36% delle spese sostenute e documentate per i predetti acquisti effettuati nel 2018, 2019 e 2020. Il nuovo credito d'imposta è riconosciuto fino ad un importo massimo annuo di 20.000 euro.

■ Deducibilità Irap lavoratori stagionali.

È riconosciuta per il 2018 la piena deducibilità per ogni lavoratore stagionale impiegato per almeno 120 giorni per due periodi d'imposta, "a decorrere dal secondo contratto stipulato con lo stesso datore di lavoro nell'arco temporale di due anni a partire dalla data di cessazione del precedente contratto".

■ Prevenzione incendi.

Le strutture alberghiere esistenti, già in possesso di requisiti minimi di sicurezza, potranno completare l'adeguamento alle disposizioni di prevenzione incendi entro il 30 giugno 2019, previa presentazione entro il 1° dicembre 2018 della SCIA parziale attestante il rispetto di ulteriori prescrizioni.

■ Abrogazione scheda carburante.

La scheda carburante non è più utilizzabile per documentare gli acquisti di carburante, che dovranno essere documentati da fattura elettronica. Per essere deducibile, la spesa in carburante deve essere pagata con carta di credito, di debito o prepagata. Le nuove disposizioni si applicano dal 1° luglio 2018.



Ancora tax credit per gli alberghi che investono nelle riqualificazioni energetiche

■ **Sospensione F24.**

L'Agenzia delle entrate può sospendere fino a 30 giorni, l'esecuzione dei modelli F24 relativi a compensazioni che presentano profili di rischio.

■ **Fatturazione elettronica.**

È previsto che dal 1° gennaio 2019 le prestazioni di servizi che intercorrono tra soggetti residenti (o stabiliti o identificati in Italia) devono essere emesse documentate esclusivamente da fatture elettroniche tramite il Sistema di Interscambio (SdI). Per la trasmissione delle fatture elettroniche al SdI gli operatori possono avvalersi di intermediari, ferma restando la responsabilità in capo al cedente (o al prestatore).

L'Agenzia delle Entrate mette a disposizione dei consumatori finali le fatture elettroniche emesse nei loro confronti. Una copia della fattura elettronica (o in formato analogico) è messa a disposizione direttamente dal cedente (o dal prestatore). Il consumatore privato può comunque rinunciare alla copia elettronica (o in formato analogico) della fattura. Sono esclusi dal predetto obbligo i contribuenti minimi (o forfettari). Il predetto obbligo è applicabile alle fatture emesse dal 1 luglio 2018 relativamente alle: cessioni di benzina o gasolio destinati ad essere utilizzati come carburanti per motori; prestazioni rese da soggetti subappaltatori o subcontraenti della filiera delle imprese nel quadro di un contratto di appalto di lavori (o servizi o forniture) stipulato con una Pubblica amministrazione con indicazione del relativo codice Cup (o Cig).

In caso di emissione della fattura con modalità diverse da quelle sopra descritte, la fattura si intende non emessa e sono applicabili le sanzioni previste per evitare le quali l'acquirente (o committente) può regolarizzare la violazione inviando l'autofattura tramite il Sistema di Interscambio (SdI).

Il Sistema di Interscambio (SdI) sarà utilizzato, oltre che ai fini della trasmissione (o ricezione) delle fatture elettroniche relative a operazioni intercorrenti tra soggetti residenti (o stabiliti o identificati in Italia) anche per l'acquisizione dei dati fiscalmente rilevanti.

■ **Pagamento delle retribuzioni.**

Dal 1° luglio 2018 è vietato corrispondere ai lavoratori retribuzioni in contanti ma solo tramite bonifico, strumenti di pagamento elettronico, pagamento in contanti presso lo sportello dove il datore ha aperto un conto corrente di tesoreria con mandato di pagamento, assegno consegnato direttamente al lavoratore.

■ **Web tax.**

È stata introdotta la nuova web tax, l'imposta sulle transazioni digitali relative a prestazioni di servizi effettuate tramite mezzi elettronici, applicabile alle prestazioni rese nei confronti di stabili organizzazioni di soggetti non residenti in Italia, nonché di soggetti residenti sostituiti d'imposta di cui all'articolo 23, comma 1, DPR n. 600/73, diversi dai contribuenti minimi (o forfettari).

In attesa dei decreti attuativi, la web tax sarà probabilmente applicata dal 2019.



Nella manovra 2018 stop al pagamento degli stipendi in contanti



CUORE & AMORE

Fatevi ispirare per la
festa dell'amore
Tantissime idee
decorative sul tema
Cuore & Amore
nei nostri showroom



BOLZANO

Showroom allestito nuovo

PRIMAVERA



**pianta
design**
Ambiente

Sede Bolzano Sud
Via J.-Kravogl 5/B
Zona commerciale sud
I-39100 Bolzano

Tel. +39 0471 93 48 10
Fax +39 0471 93 48 32

Orario d'apertura:
Lunedì - Venerdì
08.30 - 12.30 & 14.00 - 18.00

info@piantadesign.com
www.piantadesign.com

Benvenuti sul nostro nuovo sito internet

www.piantadesign.com

La recente legge finanziaria provinciale ha modificato alcune disposizioni in materia di ricettività turistica, in particolare prevedendo la possibilità per le strutture alberghiere di includere nella propria offerta anche gli alloggi turistici e definendo una nuova forma di ospitalità, la c.d. ospitalità diffusa.

Vediamo brevemente di cosa si tratta.

■ **Hotel ed alloggi ad uso turistico.**

È possibile l'ampliamento flessibile della capacità ricettiva della struttura alberghiera prevedendo che la prestazione del servizio di alloggio e di prima colazione, possa essere fornito in alloggi destinati all'uso turistico, dei quali l'albergatore deve avere la disponibilità nei periodi di mancato utilizzo da parte del proprietario, purché siano posti in prossimità dell'esercizio alberghiero nel rispetto di determinate condizioni.

Gli adempimenti normativi riferibili alla ricettività degli alloggi quali le schedine di notifica, l'imposta di soggiorno e la trasmissione delle presenze, saranno gestiti unitamente a quelli dell'albergo. Per annettere alloggi turistici, l'esercizio alberghiero deve essere classificato ad almeno tre stelle.

La norma prescrive comunque che il numero di posti letto collocati negli alloggi turistici non può superare il 30 per cento dei posti letto collocati nelle unità abitative dell'esercizio alberghiero.

La distanza massima degli alloggi a uso turistico dall'esercizio alberghiero non deve supera-



Alla ricerca di nuove forme di ospitalità

Ecco le norme per annettere alloggi turistici all'albergo

🕒 6' e 35"

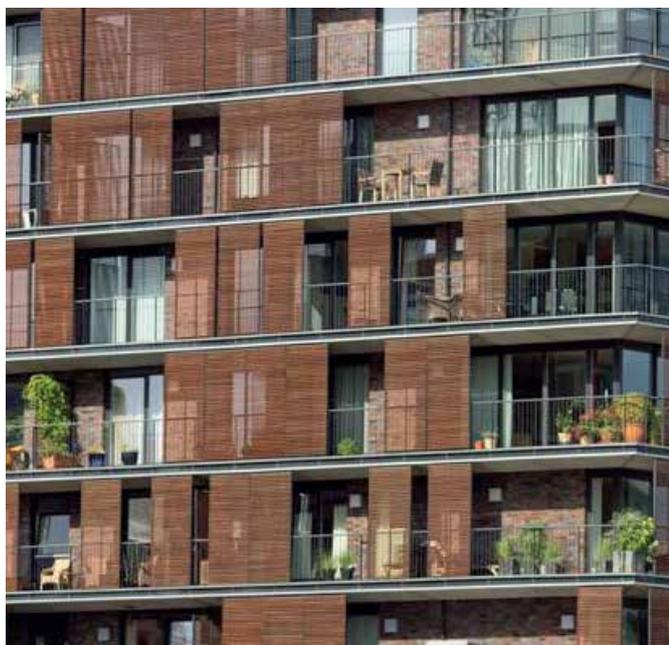
Con la legge finanziaria, la Provincia promuove nuove forme di ricettività

re i 750 metri, misurando il percorso pedonale che collega i rispettivi ingressi principali. Nei casi previsti, il Comune competente può autorizzare una distanza maggiore, comunque non superiore a 1500 metri. Gli alloggi a uso turistico devono possedere i requisiti e i parametri previsti dalla legge di classifica per gli appartamenti con servizio autonomo di cucina. Gli alloggi ad uso turistico o l'immobile nel quale sono collocati devono essere dotati di idoneo sistema di sorveglianza.

La superficie delle sale comuni dell'esercizio alberghiero, riferita al numero dei posti letto collocati negli alloggi a uso turistico, è calcolata nella misura del 20 per cento rispetto a quella richiesta per gli appartamenti con servizio autonomo di cucina. La prestazione del servizio di prima colazione va resa direttamente presso l'alloggio a uso turistico, se richiesta dall'ospite.

Deve essere assicurato il rispetto delle disposizioni per la gestione funzionalmente integrata dell'esercizio alberghiero stabilite con la deliberazione della Giunta.

La prestazione dei servizi previsti negli alloggi a uso turistico, è subordinata alla presentazione da parte del gestore dell'esercizio alberghiero della dichiarazione di autoclassifica; nella dichiarazione deve essere indicato il periodo annuale di disponibilità di ciascun alloggio. L'utilizzo degli alloggi ad uso turistico da parte delle strutture alberghiere, non comporta il cambio d'uso.



Il condhotel, anche il Trentino si adegua alle norme nazionali

Disposizioni per l'ospitalità diffusa.

Al fine di favorire la messa in rete e la promozione congiunta dell'offerta ricettiva, la Provincia riconosce la denominazione aggiuntiva di **"ospitalità diffusa"** alle strutture destinate alla ricettività e alla somministrazione di alimenti e bevande proposte al pubblico in forma aggregata, all'interno di una specifica area territoriale. L'ospitalità diffusa è caratterizzata dalla presenza di un centro di ricevimento che può essere collocato anche all'interno di una delle strutture aggregate. Nel centro di ricevimento sono forniti in modo unitario i servizi di accoglienza e di informazione e può essere assicurato il servizio di prenotazione delle strutture aggregate.

Per utilizzare la denominazione aggiuntiva gli operatori devono essere riuniti in forma consortile o associativa o aderenti a un contratto di rete o a forme equivalenti di aggregazione, che assicurino l'autonomia giuridica e gestionale dei singoli partecipanti. La denominazione aggiuntiva può essere utilizzata per gli esercizi alberghieri, extra-alberghieri, le strutture ricettive all'aperto, gli esercizi di agriturismo, i rifugi escursionistici, gli alloggi per uso turistico e gli esercizi di somministrazione di alimenti.

Le strutture aggregate rimangono disciplinate dalla normativa provinciale vigente e ciascun operatore è responsabile delle prestazioni rese e degli adempimenti assunti nei confronti degli ospiti.

Il regolamento di esecuzione prevede le modalità per il riconoscimento e la revoca della denominazione aggiuntiva, i requisiti minimi, le caratteristiche delle aree territoriali interessate dall'ospitalità diffusa e ogni altra disposizione necessaria per l'attuazione di questo articolo.

ALTRE NOVITÀ CONTENUTE NELLA LEGGE DI FINE ANNO

La finanziaria ha previsto anche altre novità di interesse per la nostra categoria, delle quali parliamo brevemente.

■ Contributi per dizioni aggiuntive.

Come è noto, gli esercizi classificati con tre e quattro stelle possono assumere la dizione aggiuntiva “*superior*” quando sono in possesso di specifici parametri qualitativi indicati nel regolamento di esecuzione. Invece, gli esercizi classificati con cinque stelle possono assumere la dizione aggiuntiva “*lusso*” quando sono in possesso degli standard tipici degli esercizi di classe internazionale nonché in presenza di spazi, servizi e management orientati all’esclusività e all’eccellenza dell’offerta secondo i parametri individuati con deliberazione della Giunta provinciale. Ora la Provincia ha stabilito che alle strutture che ottengono il riconoscimento della denominazione aggiuntiva possono essere riconosciute delle premialità nell’attribuzione delle agevolazioni previste dalla legge provinciale sugli incentivi alle imprese e dalle leggi provinciali di settore.



Nella finanziaria Pat, interventi per i rifugi

■ Aiuti per il reinvestimento degli utili.

Per favorire comportamenti aziendali virtuosi per lo sviluppo del capitale umano, sociale e fisso, la Provincia sostiene progetti di reinvestimento degli utili. A tal fine possono essere concessi contributi a fronte di spese per:

- a) la formazione dei dipendenti, l’applicazione dei contratti integrativi aziendali o territoriali di produttività e l’assunzione di soggetti deboli o svantaggiati;
- b) gli investimenti per welfare aziendale, per progetti di flessibilità e di conciliazione famiglia - lavoro e di servizi di prossimità, per l’ottenimento della certificazione family audit e gli investimenti destinati all’economia della condivisione;
- c) gli investimenti e i servizi innovativi, l’industrializzazione di progetti di ricerca, di prototipi o di brevetti e le missioni all’estero. I contributi sono concessi in compensazione fiscale.

■ Rifugi alpini.

In relazione alla funzione di pubblico interesse per il presidio della sicurezza in quota, la Provincia può concedere ai gestori contributi per assicurare l’apertura stagionale dei rifugi alpini con bassa redditività potenziale ed elevata valenza alpinistica, che siano caratterizzati da condizioni di particolare isolamento e comunque non raggiungibili via terra con veicoli di trasporto a motore, con linee funiviarie o con teleferiche per il trasporto di persone o materiali.

La **stampa** ha i suoi
nuovi orizzonti



 **ESPERIA**[®]
printevolution



+39.0461 245540 info@esperia.tn.it www.esperia.tn.it



🕒 4' e 25"
👤 Francesca Maffei

I colorati interni della lobby di un Tru Hotel

Le opportunità offerte dagli spazi comuni in hotel

D'ora in poi chi vorrà ordinare qualcosa da mangiare nella propria camera d'albergo dovrà piuttosto indossare i pantaloni e rendersi abbastanza presentabile per recarsi in reception. Là incontrerà altri ospiti che, sprofondati in comode poltrone, staranno sorseggiando cappuccini mentre battono i polpastrelli sui loro *tablet*. Oppure dovrà optare per l'abbigliamento adeguato a un cocktail bar, dove il *mixologist* di casa starà servendo la sua più recente creazione. *Mise* che si rivelerà necessaria in particolare per la *lounge*, che dopo il tramonto si trasformerà in un ristorante con *show-cooking*. Ma potrebbe capitare anche l'occasione di un pasto di gruppo in prossimità di un distributore automatico, o una sessione di *networking* accanto alla macchina del ghiaccio collocata nei corridoi che portano alle stanze.

Sono le nuove, e contrastanti, tendenze alberghiere: la strategia di costruire camere più grandi e spaziose stride con l'orienta-

mento, in marcata diffusione, di riservare invece tale opzione alle aree comuni. Se per decenni le zone pubbliche degli hotel non sono state disegnate per l'aggregazione, da tempo siamo invece entrati nell'era dello *sharing*, non tanto economico quanto di esperienze. Certo, *lobby* importanti e spazi di lavoro condivisi hanno un costo opportunità, che è rappresentato dalle dimensioni delle camere per gli ospiti. Quasi prendendo esempio dagli ostelli, gli hotel stanno infatti restringendo la metratura media delle stanze da letto e riducendo i *frills* all'interno alle mere dotazioni

Idee per sfruttarli al meglio e massimizzarne la resa

essenziali. Camere più piccole rispetto a suite articolate significano anche più unità abitative indipendenti, mentre uno spazio privato limitato dirotta un maggiore traffico di ospiti, e quindi anche di portafogli, fuori dal proprio alloggio in cerca di cibo, bevande o compagnia.

La camera di un *Moxy Hotel*, sub-brand del gruppo Marriott dedicato alle nuove generazioni, misura poco più di 17 metri quadrati, mentre quella di una struttura a marchio esclusivamente Marriott si aggira su quasi 33m². Nei *Tru Hotels*, catena Hilton, le camere misurano generalmente 10m² in meno rispetto agli *Hampton Inn* dello stesso brand, ma la lobby - *The Hive*, l'alveare - prevede 280m² disseminati di sedie a dondolo, TV a maxischermo e un open bar per la prima colazione.

Noah Silvermann, CDO di Marriott International, ritiene che le hall degli alberghi siano state per lungo tempo dei semplici luoghi di passaggio, vere e proprie strade deserte lastricate di marmo, ma che oggi siano al contrario intensamente trafficate e frequentate. Giganti dell'ospitalità come Hilton, assieme ai loro concorrenti indipendenti, stanno mettendo in secondo piano il servizio in camera e le *amenities* in essa presenti in favore di lobby ariose e luminose, con vista panoramica e comode

sedute di design, nell'intento di attrarre una clientela giovane e social. Negli hotel di città gli spazi più ambiti sono i tetti degli edifici stessi, *dehor* con cuscini bianchi e vista a 360°, corredati da banconi bar e angoli per barbecue e aperitivi all'aria aperta. Senza dimenticare che tra le offerte *food & beverage* all'esterno della camera rientrano anche le *vending machines*, rigorosamente con snack bio e prodotti vegan, bibite *detox* e caffè brandizzato.

Ian Schragar, uno dei fondatori dello Studio 54 nonché creatore del concept dei boutique hotel, è uno dei molti albergatori che sono riusciti a capitalizzare sul comfort della generazione *millennial* con spazi open-space, in grado di intersecare un ambiente casalingo con uno lavorativo. La sostituzione delle enormi e inutilizzate scrivanie che prima si trovavano nelle camere con aree di *co-working*, ricalca la transizione dalle postazioni di lavoro individuali ai dipartimenti *barrier-free*, o dagli uffici tradizionali ai *laptop* negli internet caffè. Secondo un'indagine condotta ancora da Hilton, gli ospiti richiedono frequentemente maggiori spazi di socialità, anche se poi in effetti questi non vengono utilizzati per interagire con il prossimo. Un fenomeno, un modo di essere definibile come *socially alone*: la maggior parte delle persone vive infatti una vita spropositatamente digitale e necessita di essere reintrodotta al pubblico.

Significativo a tal proposito è il caso dell'hotel *Sir Adam* di Amsterdam, collocato in una torre, le cui camere sono ancora più piccine di quelle dei *Moxy* - meno di 15m² ma nella lobby sono state posizionate altalene colorate, un bar 24h e sedute ad anfiteatro. Tale zona è chiamata all'italiana Piazza, ed è pensata per aiutare i viaggiatori a sbarazzarsi della coperta di Linus rappresentata dai dispositivi elettronici di vario genere. È il concetto del "terzo spazio" sviluppato da **Sherry Turkle**, del *Massachusetts Institute of Technology* grazie alle sue ricerche sull'interazione tra tecnologia e sociologia: un luogo simile a casa ma che non è casa, al quale non si appartiene ma che si vuole vivere in modo casalingo.



Omkafè,
espressione italiana

TORREFAZIONE · MUSEO · SHOP

Dal 1947 Omkafè promuove la qualità e lo stile italiano nel mondo, selezionando i migliori caffè e tostandoli con cura e sapienza.

Venite a trovarci nella nostra sede di Arco per una degustazione gratuita delle nostre miscele!

Omkafè
Via Aldo Moro 7
38062 Arco (TN)
WWW.OMKAFÈ.COM



dal 1947 Artigiani del Caffè



Passate le festività natalizie, che hanno visto la stragrande maggioranza dei giovani albergatori italiani impegnati sul fronte lavorativo, sono riprese le attività associative. Si è infatti tenuto a Roma il 23 gennaio scorso, presso il centralissimo Hotel Porta Maggiore, l'ultimo Consiglio Direttivo del Comitato Nazionale dei Giovani Albergatori di Federalberghi.

Tra gli argomenti all'ordine del giorno si ritrova l'*evergreen* Progetto Scuola, corredato dall'uscita, giunta alla sua terza edizione, del volume contenente la descrizione dell'incentivo



Una riunione del Comitato Nazionale dei Giovani Albergatori col presidente Dinno De Risi

Il Cnga già al lavoro nel nuovo anno

A Roma riunito il primo direttivo, e si prepara l'appuntamento all'interno della Bit a Milano

🕒 3' e 35"

👤 Francesca Maffei

all'assunzione di studenti che abbiano svolto attività di alternanza scuola-lavoro. Successivamente, i giovani albergatori si sono concentrati sull'organizzazione del Consiglio Direttivo di Milano, previsto come di consueto in abbinamento alla Borsa Internazionale del Turismo - BIT - dal 11 al 13 febbraio 2018 a *Fieramilanocity*. In chiusura, si è affrontato il tema del meeting invernale, fissato a inverno inoltrato in *location* ancora a sorpresa.

I lavori consiliari sono stati seguiti da un seminario dal titolo "L'intelligenza artificiale nella disintermediazione" con protagonista **Fabrizio Zezza**, consulente di web marketing e docente all'Istituto Tecnico Superiore per il Turismo di Roma e nell'Ente Bilaterale per il Turismo della Regione Lazio. Grazie a quest'occasione, la partecipazione alla riunione del Consiglio Direttivo è stata aperta a tutti i giovani albergatori desiderosi di intervenire.

Inoltre, come deciso nella precedente riunione del 15 dicembre 2017, su proposta dei colleghi del Comitato Giovani Albergatori di Roma - GAR - la parentesi del Consiglio Direttivo è coincisa con la manifestazione denominata *Albergatore Day*, giornata densa di momenti di formazione, dibattiti istituzionali, eventi ed esposizioni di settore. Un appuntamento gratuito ma dai posti limitati, che ogni anno registra il tutto esaurito.

Da segnalare infine, per quanto riguarda i rapporti tra la Regione Trentino - Alto Adige e il CNGA, la nomina di **Hannes Kronbichler**, già Delegato Nazionale per gli Hoteliers- und Gastwirtejugend - HGJ -, come Consigliere Nazionale di Federalberghi per la Provincia altoatesina. Un passaggio che può tradursi in un ulteriore stimolo per i Giovani Albergatori del Trentino a posizionare un GAT nei ruoli strategici della struttura federale, dapprima giovanile e in una seconda fase, perché no, a livello senior. Una carriera, quella associativa, certamente non scevra di sacrifici logistici, ma foriera di profonde soddisfazioni personali e professionali.



Will we be submerged in plastic?

Plastic oceans

Is not only the title of a documovie but also a disturbing reality. Which also affect the hotel industry.

Is the big business of the disposable plastic items coming to an end? Probably not yet, but its decline has started. One sign has been the fact that, after India in 2017, also other European countries are starting to ban plastic bags and gloves to pick up fruit and vegetables in supermarkets, or asking for an extra charge instead. Another mark is the destiny of cotton buds, a courtesy item that everybody tends to throw into the water closet. The choice for the producing companies will be between turning them into marine-friendly biodegradable swabs or going out of market. Not to mention other complimentary sets like shampoo and shower gel plastic bottles, which are more and more often replaced by dispensers near the sink and in the shower.

But housekeeping is not the only hotel division where plastic waste occurs. The food & beverage department is another clear example, with the issue, for instance, of the plastic straws. A label on the bar counter could explain that the hotel management has eliminated the single-use plastic straws in order to reduce their environmental impact and because they usually represent something used just for children's fun. By the way, for tropical juices or exotic drinks why not choosing bamboo straws, which are even more fashionable? The same can occur with plastic glasses, which can be replaced by recyclable paper ones, including the case of hot beverages. Of course, the glass or porcelain option always remains the best, espe-



🕒 3' e 15"

👤 Francesca Maffei

cially for mineral water bottles and refill machines. As can be easily understood, plastic items get wasted every day and hotels struggle to reduce this huge amount. Two are the ways globally identified against such a problem: recycle and reduce. A good practice that, moreover, cuts the operating costs, because consuming less plastic means producing less garbage and therefore decreasing its collection frequency and consequent fees.

Ideas and recommendations can be found, in this perspective, on the website of the Considerate Hoteliers, a company based in London and Munich which specializes in helping the hospitality industry players become more and more environmentally concerned. The main step in this direction is monitoring the use of plastic in all departments and tracking the life cycle of each item. Then, a dedicate policy has to be created, shared from the top management to all the staff and finally to the costumers. This way, the hotel culture will become its guests' culture, fostering a green education on both sides.

Especially in natural areas such as our region, it would be a non-sense not to follow some simple yet environment saving rules. Developing a sustainable focus is all what matters, starting from how we treat plastic in hotels.

LA FORMAZIONE DI CAT TURISMO

Il calendario di marzo dei corsi obbligatori



H.A.C.C.P. IGIENE E SICUREZZA DEGLI ALIMENTI

Corso obbligatorio per le aziende al cui interno vi è un processo produttivo e di lavorazione, preparazione, vendita, somministrazione di alimenti, per garantire una formazione costante al fine di prevenire eventuali problemi igienici e sanitari tutelando così la salute dei consumatori.

CORSO BASE PER PERSONALE DI CUCINA (8 ORE)

Il corso, creato appositamente a settori per migliorare l'efficacia della formazione nelle strutture alberghiere, è rivolto ai titolari/responsabili ed al personale di cucina (Chef, cuochi, aiuto cuochi, pasticceri, gelatai, o altri che trattano i generi alimentari).

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
07/03/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
20/03/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
23/03/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	MEZZANA

Quota partecipazione: € 100,00 + IVA - Quota associati: € 86,00 + IVA

CORSO BASE PER PERSONALE DI SALA, E BAR (4 ORE)

Il corso, creato appositamente a settori per migliorare l'efficacia della formazione nelle strutture alberghiere, è rivolto esclusivamente al personale di sala e bar (baristi, camerieri o altri che manipolano generi alimentari).

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
07/03/2018	09.00-13.00	RIVA DEL GARDA
20/03/2018	09.00-13.00	FIERA DI PRIMIERO
23/03/2018	09.00-13.00	MEZZANA

Quota partecipazione: € 60,00 + IVA - Quota associati: € 50,00 + IVA

CORSO AGGIORNAMENTO (4 ORE)

I corsi di aggiornamento non hanno un rinnovo fisso in termini di tempo (è importante dimostrare la formazione costante) ma si ritiene necessario vengano frequentati almeno ogni 5 anni.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
07/03/2018	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
20/03/2018	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
23/03/2018	14.00-18.00	MEZZANA

Quota partecipazione: € 90,00 + IVA - Quota associati € 75,00 + IVA

ANTINCENDIO

DESTINATARI: Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze.

Corso **OBBLIGATORIO** per tutti i tipi di aziende. La durata varia a seconda del grado di rischio presente nella struttura ed è riconducibile a tre fasce dettate nell'al-

legato I del Decreto Ministeriale del 10 marzo 1998. Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, secondo il livello di rischio le aziende in:

- rischio d'incendio basso - GRUPPO A - 4 ore;
- rischio d'incendio medio - GRUPPO B - 8 ore;
- rischio d'incendio elevato - GRUPPO C - 16 ore;

Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro qualora lo stesso non abbia più di 5 dipendenti o dai lavoratori incaricati.

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO MEDIO (8 ORE)

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a medio rischio le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture da 101 a 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
21/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
27/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO

Quota partecipazione: € 160,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + IVA

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO BASSO (4 ORE)

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a basso rischio le strutture alberghiere fino a 25 posti letto.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
21/03/2018	09.00-13.00	RIVA DEL GARDA
27/03/2018	09.00-13.00	FIERA DI PRIMIERO

Quota partecipazione: € 110,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA

RESP. SERVIZIO PROTEZIONE E PREVENZIONE: R.S.P.P.

Corso obbligatorio per tutti i tipi di aziende, anche con un solo dipendente, per garantire la massima sicurezza del personale interno. Colui che frequenta il corso può essere un responsabile interno, ossia obbligatoriamente il datore di lavoro o un delegato con potere di spesa. Ricordiamo che nel caso in cui il corso base

è stato effettuato prima del 01/01/1997 è necessario frequentarlo nuovamente poiché è stato modificato il Decreto di riferimento.

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO CORSO BASE PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (16 ore)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
12/03/2018 13/03/2018	09.00-18.00	TRENTO
28/03/2018 29/03/2018	09.00-18.00	LEVICO TERME

Quota partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 125,00 + IVA

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO CORSO AGGIORNAMENTO PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (6 ore)

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale. L' R.S.P.P. che ha svolto il corso base fino all'anno 2013 è consigliabile che effettui il corso di aggiornamento il prima possibile.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
12/03/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
28/03/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	LEVICO TERME

Quota partecipazione: € 85,00 + IVA - Quota associati: € 70,00 + IVA

PRIMO SOCCORSO

DESTINATARI: Datore di lavoro o lavoratori addetti alla squadra aziendale di primo soccorso.

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze, gli interventi di pronto soccorso che permettano sia la corretta gestione di

un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato.

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

I corsi di aggiornamento per addetti al pronto soccorso sono obbligatori ogni 3 anni, altrimenti se questo limite di tempo viene superato bisogna ripetere il corso base.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
05/03/2018	14.00-18.00	TRENTO
14/03/2018	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
21/03/2018	14.00-18.00	VAL DI FEMME
26/03/2018	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA

Quota partecipazione: € 90,00 + IVA - Quota associati: € 70,00 + IVA

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
05/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
06/03/2018	09.00-13.00	
14/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
15/03/2018	09.00-13.00	
21/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FEMME
22/03/2018	09.00-13.00	
26/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
27/03/2018	09.00-13.00	

Quota partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 130,00 + IVA

PREPOSTI

FORMAZIONE PARTICOLARE PER PREPOSTI (8 ore)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
30/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

Quota partecipazione: €160,00 + IVA - Quota associati: € 120,00+ IVA

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER PREPOSTI (6 ore)

Il corso di aggiornamento per i preposti ha valenza quinquennale e deve essere svolto in relazione ai propri compiti in materia di salute e sicurezza del lavoro.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
30/03/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

Quota partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA

“Il Preposto secondo quanto riportato nell'art. 2 co. 1 lett. e) è persona che, in ragione delle competenze professionali e nei limiti di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell'incarico conferitogli, sovrintende alla attività lavorativa e garantisce l'attuazione delle direttive ricevute, controllandone la corretta esecuzione da parte dei lavoratori ed esercitando un funzionale potere di iniziativa”. La formazione del preposto deve comprendere quella dei lavoratori (generale e specifica), e deve essere integrata da una formazione particolare, in relazione ai compiti da lui esercitati in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

La formazione particolare verte, oltre che su aspetti tecnici, sugli aspetti legati alle tecniche di comunicazione e sensibilizzazione dei lavoratori, in particolare neoassunti, somministrati, stranieri.

RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA: R.L.S.

“Gli Artt. 47 e 50 del D.Lgs n°81/2008 stabiliscono che in tutte le aziende i lavoratori hanno il diritto di eleggere un proprio “Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza” il quale acquisisce principalmente 4 diritti:- diritto all’informazione;- diritto alla formazione;- diritto alla partecipazione;- diritto al controllo al fine di salvaguardare la sicurezza e la salute dei lavoratori all’interno dell’azienda o del proprio settore lavorativo.”

Formazione iniziale obbligatoria di 32 ore.

CORSO BASE RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (32 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
23/02/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO
05/03/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO
16/03/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO
26/03/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

Quota partecipazione: € 410,00 + IVA - Quota associati: € 320,00 + IVA

Aggiornamento ANNUALE: 4 ore per aziende che occupano dai 15 ai 50 lavoratori; 8 ore per aziende con più di 50 lavoratori.

RICORDIAMO CHE TALE OBBLIGO, NELLE AZIENDE CON MENO DI 15 LAVORATORI, NON VIGE, MA È A DISCREZIONE DEI LAVORATORI E DI QUANTO RIPORTATO NEL CCNL DI RIFERIMENTO.

CORSO AGGIORNAMENTO RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (4-8 ORE)

L’obbligo di aggiornamento per RLS è periodico, quindi deve essere effettuato da ciascun RLS una volta l’anno dalla data di ultima formazione. Naturalmente l’obbligo di aggiornamento RLS deve essere seguito solo dai RLS che già hanno effettuato il corso base di 32 ore e sono in possesso del regolare attestato di formazione.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
05/03/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

AGG.TO RLS 4H:
Quota partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA

AGG.TO RLS 8H:
Quota partecipazione: € 180,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + IVA

LAVORATORI/LAVORATRICI

Il percorso formativo **OBBLIGATORIO** per tutti i lavoratori, ad esclusione degli stagionali del settore agricolo, si suddivide in due parti:

- **FORMAZIONE BASE:** concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro: 4 ore – CREDITO PERMANENTE;
- **FORMAZIONE SPECIFICA:** in funzione dei rischi riferiti alle mansioni e ai possibili danni e alle conseguenze

ti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell’azienda (rif. codici ATECO)

DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE.

BASSO: Formazione base 4 ore + specifica 4 ore: Commercio - Bar, ristoranti, alberghi - Servizi - Terziario
Aggiornamento quinquennale

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

Il corso di aggiornamento per i lavoratori dipendenti ha valenza quinquennale.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
01/03/2018	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
02/03/2018		
08/03/2018	14.00-18.00	VAL DI FASSA
09/03/2018		
19/03/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

Quota partecipazione: € 40,00 + IVA - Quota associati: € 35,00 + IVA
Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multazienda)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
01/03/2018	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
02/03/2018	14.00-16.00	
08/03/2018	14.00-18.00	VAL DI FASSA
09/03/2018	14.00-16.00	
19/03/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

Quota partecipazione: € 40,00 + IVA - Quota associati: € 35,00 + IVA

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

- Lavoratori che hanno già svolto la formazione base e specifica, ma riassegnati ad altra mansione o provenienti da settore produttivo diverso:
 - formazione specifica secondo la nuova mansione (4, 8 o 12 ore);

- Lavoratori che non hanno mai ricevuto la formazione di cui sopra:
 - formazione base
 - formazione specifica secondo il settore produttivo dell’azienda e la mansione svolta (8, 12 o 16 ore);

TALE PERCORSO DEVE ESSERE COMPLETATO ENTRO 60 GG DALL’ASSUNZIONE.

ASAT, tramite CAT TURISMO, propone una serie di corsi professionali con l'obiettivo di fornire strumenti operativi necessari per rispondere in maniera concreta all'evoluzione del mercato ed ai nuovi trend del settore. Le aziende si trovano infatti a doversi confrontare quotidianamente con due dinamiche molto complesse: la concorrenza sempre maggiore, stimolata dai nuovi canali di comunicazione e l'innovazione tecnologica continua che, pur rappresentando una grossa opportunità per gli albergatori, richiede un aggiornamento personale continuo ed un'elevata professionalità del proprio staff.

ASAT, al fine di supportare le aziende del settore turistico, ha progettato i corsi pensandoli quindi, non solo per i titolari delle aziende, ma anche per i loro collaboratori.

Siamo infatti convinti che la formazione continua e l'aggiornamento professionale delle risorse umane consentano di migliorare in modo importante il livello di motivazione del personale, il clima aziendale, l'efficienza e la produttività dell'azienda determinando così un benessere generale, necessario per mantenere un'elevata fidelizzazione della propria clientela e per attrarne di nuova. Ti presentiamo di seguito una serie di moduli tra cui scegliere quelli più adatti alle tue esigenze e che meglio rispondono alle necessità di crescita della tua azienda.

Tutti i corsi si svolgeranno presso la sede dell'Asat a Trento, **via Degasperi 77**.

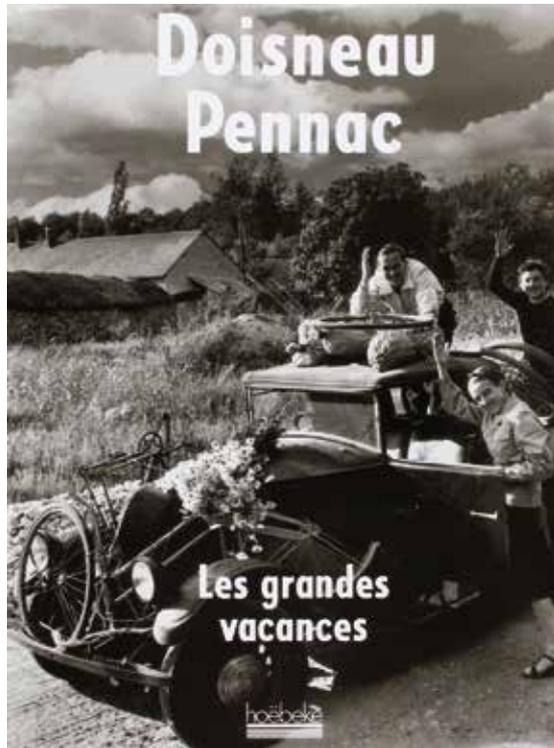
CORSO	1^ SESSIONE	2^ SESSIONE	ORARIO	
LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DELL'ALBERGATORE	La gestione efficace dei reclami	13/04/2018	05/10/2018	14.00-18.00
	La gestione della tariffa in hotel - elementi base	20/04/2018	12/10/2018	14.00-18.00
PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ	Modulo 1: facebook	08/03/2018	06/09/2018	09.00-18.00
	Modulo 2: youtube e vimeo	15/03/2018	13/09/2018	09.00-13.00
	Modulo 3: video e foto	22/03/2018	20/09/2018	09.00-13.00
	Modulo 4: google my business, Google analytics e google adwords	29/03/2018	27/09/2018	09.00-13.00
AUMENTARE LE VENDITE CON I NUOVI TREND	Il menù del ristorante per trovare nuovi clienti	14/06/2018	16/11/2018	09.00-18.00
	La gestione sostenibile dell'albergo: da obbligo morale a fonte di ricavi	21/06/2018	23/11/2018	10.00-17.00
WEB MARKETING	Il sito web perfetto per una struttura ricettiva / local search: ottimizzare la visibilità per le ricerche locali	17/05/2018	04/09/2018	09.00-18.00
	La distribuzione turistica online	24/05/2018	11/09/2018	09.00-18.00
	Disintermediazione: come aumentare i ricavi dell'hotel	31/05/2018	18/09/2018	09.00-18.00
CORSO DI GRAFICA FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA	La comunicazione e la marca	10/04/2018	17/10/2018	09.00-18.00
	La comunicazione nel mondo del web	17/04/2018	23/10/2018	09.00-13.00
SICUREZZA INFORMATICA	Sicurezza informatica proteggere il pc dai pericoli della rete	04/05/2018	06/11/2018	09.00-13.00
GESTIONE PROATTIVA DEGLI OBBLIGHI DI LEGGE	La privacy in albergo	15/02/2018	09/05/2018	09.00-18.00

Le vacanze

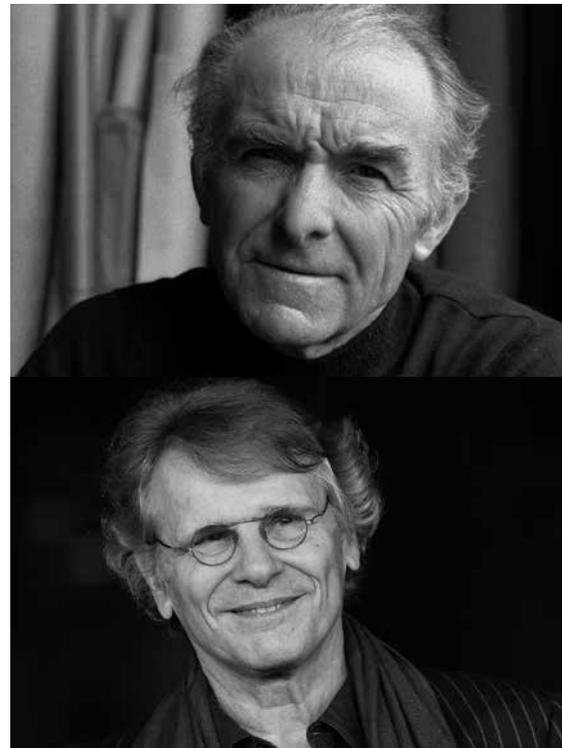
Di Robert Doisneau
e Daniel Pennac

3' e 05"

Gianfranco Betta



Ed. L'ippocampo, 2017
pagg. 94 - € 19,90



Sopra il fotografo Robert Doisneau
e sotto lo scrittore Daniel Pennac

Il governo del Fronte popolare di **Leon Blum** alla fine degli anni '30 introduce in Francia due settimane di ferie per tutti i lavoratori. Una scelta che si rivelerà decisiva per la nascita e l'affermarsi nell'immediato dopoguerra del turismo di massa, dalla piccola e media borghesia fino a interessare anche la classe operaia.

Attraverso le foto di **Robert Doisneau** commentate dalla felice penna di **Daniel Pennac** il testo documenta i primi passi di un fenomeno che contribuirà a modificare in breve tempo stili di vita, ma anche territorio e paesaggi, dal mare ai monti. Una testimonianza francese che negli anni '50 e '60 vale anche per Italia e Germania.

I bambini (e pure gli adulti) che attendono impazienti e sognano per un anno la nuova meta delle vacanze, la valutazione durante i lunghi mesi invernali delle diverse alternative rapportate alle capacità di reddito della famiglia e scambi di corrispondenza via posta con le strutture ricettive per contrattare le migliori condizioni.

E finalmente la fiamma della partenza di agosto, Parigi che si svuota (al pari di Torino e di tante città della Germania) con le prime utilitarie stipate all'inverosimile, con i portapacchi sul tettuccio, perché bisognava "non portare niente, ma per carità non dimenticare niente". E poi la ricerca difficoltosa dell'albergo, su strade non conosciute e senza l'aiuto di navigatori ben al di là da venire, o del posto più felice dove piazzare tenda o roulotte, magari in riva al mare con campeggio libero. E poi il bagno con costumi di lana, che "non si asciugano mai e conservi il sedere al fresco fino all'estate successiva" ma anche i primi "slip da bagno, quelli triangolari che ti valorizzano gli attributi" e gli altrettanto audaci primi bikini.

Una moltitudine spensierata, ma come scrive Pennac, "la vita è breve, ma ancora più brevi sono le vacanze. Finita l'eternità, buongiorno quotidianità. Per addormentarsi non resta che stringere forte gli sci di Natale."

TRENTO

- CAFFETTERIA BASE E LATTE ART ore 12
- INGLESE INTERMEDIO ore 36
- INGLESE AVANZATO ore 36
- CONOSCERE I PRODOTTI TARENTINI CON ITINERARI GASTRONOMICI ore 20
- DAL DIALOGO ALLA COMUNICAZIONE ore 16
- DAL DOLCE AL SALATO (monoporzioni dolci, macarons, sfiziosi salati) ore 56
- IL BRUNCH DALLA COLAZIONE AL PRANZO ore 24



LEVICO TERME

- LE DECORAZIONI DOLCI ore 10
- MONOPORZIONI DOLCI MODERNE ore 15



ROVERETO



- DAL LAVORO DI GRUPPO AL GRUPPO DI LAVORO ore 16
- IL CAFFE' ore 16
- SEMIFREDDI E IL GELATO CALDO ore 15
- LA CUCINA MEDITERRANEA ore 32
- ALLA SCOPERTA DEI DOLCI DEL TRENTO ore 14
- TRENTO GOURMET ore 24
- DOLCI DA VIAGGIO ore 14
- VINO BIRRA E DISTILLATI ore 24
- I GRANDI LIEVITATI ore 21



iscriviti ai corsi EbtT la partecipazione è gratuita



CLES

- VINO BIRRA E DISTILLATI ore 24
- PROFESSIONE PASTICCERE (2 PARTE) ore 42

TERZOLAS

- PRIMI PIATTI A BASE DI PASTA FRESCA ore 24
- I SECONDI PIATTI ore 16



CAGNÒ

- GELATI E SORBETTI ore 15

OSSANA

- L'EVOLUZIONE DELLA CUCINA TARENTINA ore 25

ANDALO

- ACCOGLIERE NOI STESSI PER ACCOGLIERE GLI ALTRI ore 24
- I FORMAGGI TARENTINI ore 24
- TRENTO NEL PIATTO ore 24



CALLIANO

- LA PIZZA: Patrimonio dell'Unesco ore 50



PIETRAMURATA

- CONOSCENZA DELLA PIZZA E DEI LIEVITI ore 50

ARCO

- PRIMI PIATTI A BASE DI PASTA FRESCA ore 32
- ACCOGLIERE NOI STESSI PER ACCOGLIERE GLI ALTRI ore 16
- SUA MAESTA' L'OLIO D'OLIVA ore 8
- CUCINE DEL MONDO ore 16
- BISCOTTERIA DA THE ore 14
- INSALATE E VERDURE GUSTOSE ore 24
- TEDESCO INTERMEDIO ore 36



F.a.d. FORMAZIONE ON LINE

- SPAGNOLO
- FRANCESE

VIGO DI FASSA

- CAPIRE I BISOGNI PER SODDISFARE LE RICHIESTE ore 16
- IL CIOCCOLATO DALLA A ALLA Z ore 21
- COTTURA DELLE CARNI ore 12



RIVA DEL GARDA

- BARMAN ore 32
- STUZZICHINI, FINGER FOOD DOLCI E SALATI ore 20
- PASTICCERIA MIGNON: IL CIOCCOLATO ore 20



Trentino Marketing prosegue la campagna invernale

40



foto arch. Trentino Marketing - D. Lira

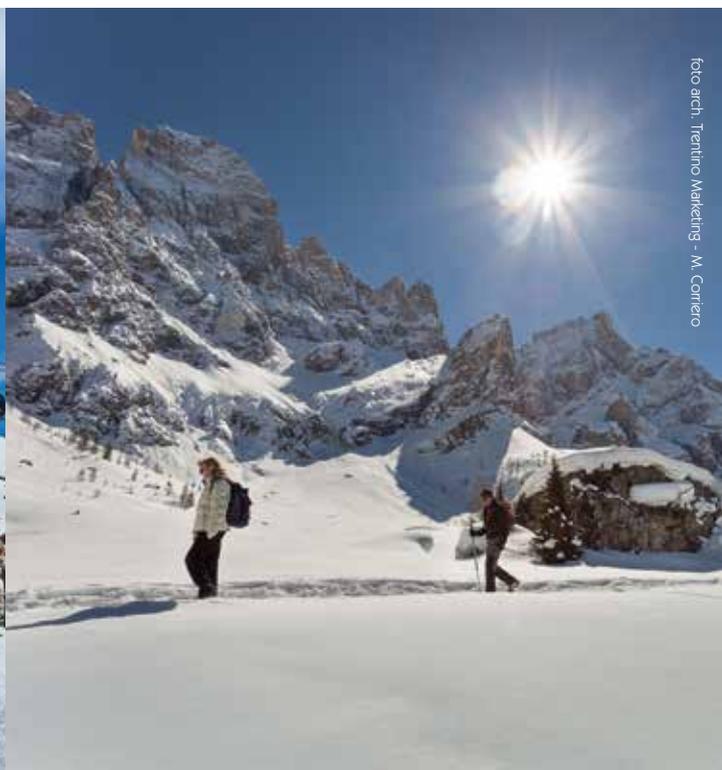


foto arch. Trentino Marketing - M. Corriero

Baita Rodella in Val di Fassa

Ciaspolada in Val Venegia

Grazie alle precipitazioni nel corso del mese di gennaio ed al conseguente consolidamento delle prenotazioni, la seconda parte della stagione invernale in Trentino è partita con premesse decisamente positive.

L'area Media PR di Trentino Marketing, con lo *staff* coordinato da **Paola Pancher**, sta accompagnando questo scorcio dell'inverno con opportune strategie e iniziative sul fronte della comunicazione, declinate per i diversi mercati, al fine di dare visibilità a progetti e highlights della proposta turistica trentina.

In particolare parliamo di attività di comunicazione *offline* nelle quali si raccolgono i frutti di quanto è stato seminato nelle stagioni precedenti e nel corso dell'autunno, in occasione delle iniziative promosse in Italia e all'estero espressamente dedicate ai rappresentanti dei media che si occupano di turismo e di sport invernali. Un'attività che è finalizzata a valorizzare al massimo questi contatti e soprattutto a offrire ai giornalisti l'opportunità di raccontare direttamente l'esperienza del Trentino ai propri lettori o spettatori.

In questo senso sono numerosi i *viaggi stampa* - in forma individuale o di gruppo - organizzati in collaborazione con le APT di ambito e che coinvolgono rappresentanti dei media italiani e internazionali. Occasioni che permettono ai professionisti dell'informazione di vivere un'esperienza di vacanza nella nostra terra a stretto contatto con gli operatori da riportare ai propri lettori e telespettatori. Tra questi momenti di *meeting* dedicati alla stampa, particolare successo ha avuto quello con il plurimedagliato campione dello sci alpino **Bode Miller**. A fine gennaio ad Andalo, dove ormai è di casa, in occasione dell'unico appuntamento in Italia di "Bomber Experience", si è incontrato con giornalisti di stampa, radio e tv nazionali e internazionali.

Viaggi stampa ed ospitalità per promuovere uno stile italiano di standard europeo

🕒 5' e 10"



Bode Miller durante *Bomber Experience*

Il ruolo della televisione rimane strategico nella comunicazione di Trentino Marketing. Le immagini del Trentino sono state trasmesse dalla tv tedesca ZDF, dai principali Tg nazionali, attraverso i programmi *Si Viaggiare* (rubrica del Tg2 sui viaggi e il turismo) e *Geo* su RaiPlay.

Anche Sky proporrà una finestra sul territorio nel *talent show Master of Photography* prodotto da Sky Arte. Alle proposte invernali sarà dato ulteriore spazio all'interno di *Linea Bianca*, il settimanale di Rai Uno dedicato al mondo della montagna, che già ci aveva visto presenti nelle "speciali" di Natale e S. Stefano.

Contemporaneamente, fino a tutto il mese di marzo, continuerà l'impegno promozionale anche sul fronte del *web marketing* attraverso la campagna sul Brand Inverno, la promozione vacanza sci sui mercati di Italia, Polonia e Repubblica Ceca, Google Advertising, Native adv networks e Facebook. E per la festa degli innamorati, ci saranno specifiche inserzioni attraverso *Google Adwords*.

A questo tipo di iniziative si affiancherà anche quella rivolta ad importanti *influencer* internazionali, seguiti da migliaia di iscritti sui propri *social network*, da Instagram a Facebook, e in grado di esercitare con la

loro credibilità e autorevolezza, una vera e propria "influenza" in questo caso diretta a proporre una vacanza invernale nelle Dolomiti.

La *neve* e lo *sci* rimarranno il "core" della comunicazione fino alla prima decade di aprile, senza dimenticare tutte le proposte outdoor "oltre lo sci": passeggiate e ciaspolate particolarmente apprezzate ora in virtù di giornate che si allungano e di temperature più miti, in primis dal *target* delle famiglie. Ma anche le suggestioni dei rifugi in quota sulle cui terrazze panoramiche si indugia volentieri per abbronzarsi al sole di primavera, o le occasioni legate agli appuntamenti del Carnevale o di San Valentino.

A questi interlocutori Trentino Marketing intende proporre un racconto trasversale del territorio, che valorizzi tutte le componenti più importanti di un sistema turistico articolato e ben organizzato. Sistema che nei modi di fare accoglienza fa emergere i caratteri dell'*italian style*, declinato in particolare attraverso enogastronomia, opportunità di benessere e shopping, mentre affidabilità e qualità dei servizi offerti dal territorio sono di livello *mitteleuropeo*, in linea dunque con i target che si intendono raggiungere.

Un messaggio che verrà ben evidenziato sia nelle immagini che saranno utilizzate nella campagna ADV che nei temi trattati, per rappresentare sempre più il Trentino come una terra dove si può venire in vacanza per star bene e vivere un'esperienza da ricordare.

Piscine: ecco le regole per le strutture ricettive

La Provincia di Trento prevede alcuni particolari accorgimenti per costruire, mantenere e monitorare un complesso di balneazione

Gli impianti natatori rappresentano un servizio di vanto per qualsiasi struttura ricettiva grazie alla creazione di uno spazio aggiuntivo di divertimento e relax, sia per adulti che per bambini. Al fine di poter edificare complessi di balneazione in strutture alberghiere bisogna, però, essere ben informati.

La prima disposizione normativa nazionale che si occupa della materia risale all'Accordo tra il Ministro della Salute, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano. La quale introduce un concetto fondamentale, ovvero la tutela sanitaria degli utenti in piscina e le responsabilità di coloro che sono preposti a garantirla. L'Accordo in questione fissa i principi generali ed i livelli minimi di sicurezza igienica da rispettare in tutto il territorio nazionale. Spetta alle regioni il compito di emanare specifiche norme di attuazione. In particolare per la Provincia di Trento è stato emanato, in data 8 giugno 2009, un Decreto del presidente della Giunta.

Le piscine, come definito nell'articolo 4, vengono distinte in due categorie in base alla destinazione d'uso: quelle riservate ad utenza pubblica (categoria A) e quelle rivolte ad uso privato (categoria B).

Al proprio interno il decreto indica quali sono i requisiti da seguire dal punto di vista strutturale, impiantistico e igienico-ambientale. Per poter ottenere però la concessione edilizia, il titolare dell'impianto natatorio, durante la fase di progettazione, dovrà richiedere un parere igienico-sanitario all'Azienda sanitaria. Solo dopo aver ottenuto un parere positivo sarà possibile realizzare la propria struttura.

Per garantire igiene, sicurezza e funzionalità dell'impianto, nelle piscine del gruppo A, il titolare deve individuare il personale addetto alla piscina. In particolare, devono essere nominati il responsabile della piscina, il responsabile degli impianti tecnologici e l'assistente bagnanti (quest'ultimo solo qualora le caratteristiche dell'impianto lo richiedano).

All'interno del complesso di balneazione è inoltre obbligatorio apporre ben in vista un regolamento interno redatto per disciplinare aspetti igienico-sanitari e comportamentali dei frequentatori. Per garantire il mantenimento delle condizioni igieni-

🕒 3' e 10'

👤 Stefano Hueller

co-sanitarie richieste da questo decreto, poi, le piscine devono dotarsi di un piano di autocontrollo che valuti, gestisca e monitori i punti critici.

Ultimata la realizzazione dell'impianto, per poter utilizzare la piscina è obbligatorio presentare (sempre all'Azienda sanitaria) un'ulteriore dichiarazione di inizio attività, denominata Scia (Segnalazione certificata di inizio attività). A seguito di questa domanda, l'impianto natatorio viene registrato attraverso l'assegnazione di un codice identificativo e l'attività può avere inizio.

Nel caso in cui si verifichi una violazione agli obblighi prescritti dalla legge, la sanzione amministrativa è a carico del titolare della piscina o del responsabile della piscina in dipendenza dal caso di omissione.



Foto: Bironi

Sempre più alberghi offrono ai clienti il servizio di piscina e wellness



Studio Giovanelli S.r.l.



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

Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa.

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

AREA CONSULENZIALE **“Contributi a fondo perduto e incentivi”**

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

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

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

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

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

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

Per informazioni: 0461 390136 o consulenza@studiogiovanelli.com

Studio Giovanelli S.r.l.

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

Le richieste di MPLC e la posizione di Federalberghi

🕒 3' e 35"

Torniamo ancora una volta su un argomento di cui abbiamo più volte parlato. Si tratta delle richieste che la società MPLC avanza in merito alla possibilità di vedere in albergo film proiettato usando il classico DVD che si compera presso qualsiasi rivenditore specializzato.

Il tutto parte da una sentenza della Corte di giustizia europea, che ha sancito il diritto degli autori e titolari di diritti connessi alle opere cinematografiche di percepire un compenso per l'utilizzo delle loro opere anche quando queste siano diffuse negli spazi comuni o nelle camere d'albergo.

La Federazione ha ricevuto numerose proposte di accordo (come quello che già abbiamo per la SIAE) da parte di diversi organismi per la determinazione dell'equo compenso che asseriscono sia loro dovuto da parte degli alberghi. Ma finora non si è ritenuto di concludere accordi con i diversi organismi che ne hanno fatto richiesta, in considerazione della difficoltà di accertare la sussistenza dei diritti vantati e la loro legittimazione a richiedere compensi.

Tra questi organismi, si segnala la MPLC (*Motion Picture Licensing Company*) che dichiara di rappresentare oltre 450 produttori cinematografici, tra cui Walt Disney, Universal Pictures, 20th Century Fox, Paramount, MGM, Medusa Film, Miramax, eccetera.

Proprietà intellettuale sulla visione di DVD nelle strutture ricettive



Sempre più difficile offrire intrattenimento all'interno di un hotel

Non essendoci accordi a livello nazionale, MPLC propone allora direttamente alle aziende la sottoscrizione di una "Licenza Ombrello" che consentirebbe, a loro dire, di offrire legalmente la visione pubblica di film, cartoni animati, documentari su DVD, VHS, Blu-ray o file all'interno delle strutture alberghiere.

Al riguardo, occorre richiamare l'attenzione delle aziende sui seguenti aspetti:

- la visione di DVD ed altri supporti video con opere cinematografiche destinate alla sola visione domestica (come spesso riportato sulla copertina del DVD) effettivamente non è consentita nelle strutture ricettive, e neanche nelle camere dei clienti;
- il compenso richiesto da MPLC è astrattamente dovuto, ma la sua quantificazione non può essere determinata unilateralmente;
- il compenso richiesto da MPLC non sembra coprire le opere cinematografiche trasmesse dalle emittenti televisive;
- MPLC non rappresenta tutti i produttori, e non è chiaro se, versando il compenso richiesto, siano coperti anche i diritti degli autori nonché degli artisti, interpreti ed esecutori delle opere cinematografiche trasmesse attraverso DVD ed altri simili supporti.

Quindi, la cosa praticamente più comoda sarebbe quella di non offrire ai clienti la visione di film in DVD in albergo, facendo utilizzare solamente i canali TV (pubblici o privati) che hanno questo scopo, in attesa di ulteriori notizie al riguardo.

Le agevolazioni provinciali in compensazione fiscale

🕒 3' e 35"



La Provincia agevola gli investimenti alberghieri

Sono fissati dall'1 gennaio al 30 aprile 2018 i termini per le richieste di contributo alla Provincia tramite il sistema della *compensazione fiscale*, la cui misura di intervento è del 15% della spesa ritenuta ammissibile.

Nel settore ricettivo, ne possono beneficiare sia gli esercizi alberghieri che quelli extra-alberghieri (con prima colazione agli alloggiati e non più del 70% dei posti letto in unità abitative con cucina autonoma), i campeggi e i rifugi escursionistici. Solo per le attività ricettive, il contributo può essere chiesto anche dai gestori che non siano proprietari.

La compensazione si applica agli investimenti mobiliari nonché agli investimenti immobiliari, da un importo minimo di 50mila euro (30mila per i rifugi escursionistici) ad un massimo di 300mila euro, che prevedano:

- opere di ristrutturazione, sistemazioni esterne, ampliamento delle strutture;
- investimenti mobiliari da collocare in locali oggetto delle opere di cui sopra;
- sostituzione di impianti, arredi e attrezzature destinati all'alloggio, alla ristorazione o alla fornitura di servizi alla clientela.

È agevolabile la sostituzione di autoveicoli aziendali di vecchio standard di proprietà del soggetto richiedente da almeno 5 anni, con autoveicoli EURO 6. Gli autoveicoli sostituiti devono essere rottamati entro 2 mesi dall'immatricolazione dei nuovi automezzi. Infine, sono agevolabili gli investimenti destinati all'installazione di sistemi di video sorveglianza nonché investimenti mobiliari destinati alla crescita dimensionale delle imprese.

Termini dal
1° gennaio
al 30 aprile

Rientrano quindi tra i lavori: le spese per ampliamento e ristrutturazione degli edifici, installazione di impianti connessi, opere di allacciamento idrico, fognario e di energia, installazione e sostituzione di impianti, sistemazione delle aree, spese tecniche nella misura massima dell'8% degli investimenti previsti.

Rientrano tra gli investimenti mobiliari ammissibili: le spese relative all'acquisto di mobili e arredi, macchinari d'ufficio, sistemi informatici hardware e software.

La domanda va presentata nel periodo che va dal 1° gennaio al 30 aprile 2018, corredata da fatture, note spese o documenti equipollenti emesse nei diciotto mesi precedenti la domanda di agevolazione e integralmente pagate, alla data di presentazione, con bonifico bancario o Riba su cui siano ben riportati il numero e la data della fattura che viene così pagata oppure con F24 per il pagamento di eventuali oneri fiscali o contributivi. Si può utilizzare la carta di credito solamente per acquisti telematici non pagabili nei modi predetti. Non sono ammessi pagamenti in contanti o per assegno.

La pratica va inoltrata tramite pec a Confidimprese. Ci si può avvalere della compensazione fino al completo esaurimento della cifra concessa, attraverso i servizi telematici di Agenzia delle Entrate.

Per ulteriori informazioni, rivolgersi agli uffici in sede Asat (0461/923666, interno 2).

Dubbi FEBBRAIO 2018

46

- Molte persone chiamano il servizio di portineria dell'albergo e chiedono di parlare telefonicamente in camera con un cliente alloggiato o recapitare loro dei messaggi. Come devo comportarmi?**

Per comunicare all'esterno i dati relativi al soggiorno dei clienti, come può succedere nell'ambito del servizio di ricevimento di messaggi e telefonate, all'atto dell'acquisizione dei dati il titolare della struttura deve darne informazione (in forma orale o per iscritto) all'interessato. Poi, per comunicare a terzi esterni la presenza di un cliente in albergo e per il passaggio di telefonate e messaggi, l'albergatore deve avere il consenso del cliente stesso. Il consenso va eventualmente raccolto quando l'alloggiato arriva in albergo e dà i suoi dati per la notifica alla PS, attraverso la sottoscrizione della classica formula "autorizzo/non autorizzo l'albergo alla comunicazione esterna di dati relativi al mio soggiorno al fine esclusivo di consentire la funzione di ricevimento di messaggi e telefonate a me indirizzati".

- Come può essere gestito il problema della legionella in ambito alberghiero? Quali le precauzioni? Dobbiamo usare macchinari particolari?**

Per prevenire la legionella non occorre installare particolari macchinari costosi. Meglio prestare attenzione al periodo di pre-apertura dell'hotel con svuotamento del boiler, pulitura e disinfezione; smontaggio e disinfezione dei soffioni delle docce (basta metterli a bagno in candeggina). In stagione, quando l'acqua scorre visto che l'hotel lavora, non è necessario; si può al più verificare se è possibile programmare un ciclo settimanale o quindicinale con aumento della temperatura oltre i 75 °C.



Il batterio della legionella, un nemico letale

- Una società proprietaria di un hotel ha dato in affitto la propria struttura con scadenza del contratto oltre l'1 gennaio 2012. Allo scadere del contratto, ha cessato l'attività di locazione immobiliare esercitando direttamente l'attività di impresa alberghiera. Può presentare l'istanza per il riconoscimento del credito d'imposta statale?**

Purtroppo no. Infatti, l'art. 3 del D.M. 07 maggio 2015 prevede che l'impresa alberghiera (non altra tipologia) debba essere esistente alla data del 1° gennaio 2012 per poter usufruire del bonus alberghi. Invece, potrà presentare istanza l'impresa affittuaria esistente alla data del 1° gennaio 2012.

- Volevo sapere quando deve essere aggiornato il manuale Haccp?**

Il manuale Haccp di autocontrollo deve essere aggiornato qualora vengano modificate le modalità di lavorazione ovvero gli strumenti utilizzati, ed in modo particolare qualora si verificano variazioni riguardanti: ragione sociale, attrezzature, procedure operative, adeguamenti normativi, locali utilizzati, variazione punti critici, diagrammi di flusso, sistema di verifica. Ciò dimostra come il sistema HACCP stesso, non può essere ritenuto un insieme statico, ma in continua evoluzione e miglioramento.



 **Contral**
The pleasure of sitting

Contral srl
Via Roma 261/24 - 31020 Villorba (Treviso) Italy
Tel. + 39 0422 444 850 Fax + 39 0422 444 858
contral@contral.it - www.contral.it





Questa non è una finestra.

Questa è Nova-line Plus di Finstral. Più luce e più vista: all'esterno i profili estremamente sottili dell'anta spariscono quasi del tutto - e gli ambienti si inondano di luce naturale.



Il vetro conquista nuove dimensioni, ricoprendo anche il montante mobile delle finestre a due ante - per un'estetica essenziale, dalle grandi trasparenze. Il cuore in PVC garantisce sempre il massimo isolamento termico.