

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

01.2021

Anno XLIX


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


DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITES
FONDAZIONE UNESCO
SICILIO
SOSTENITORE

SITUAZIONE DRAMMATICA E DESIDERIO DI RIPARTENZA

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

**ASAT: L'ATTIVITÀ
NELL'ANNO DEL COVID**
Impegno e dedizione
verso gli associati

**CREDITO E AZIENDE
AL TEMPO DEL COVID**
L'intervista al professor
Luca Erzegovesi

**TURISMO E PRESSIONI
AMBIENTALI**
La sfida del futuro è in
chiave di sostenibilità

**CORSI CAT DA
GENNAIO A GIUGNO**
Il calendario della
formazione professionale

**HOSPITALITY DIVENTA
«DIGITAL SPACE»**
Dal 1° al 4 febbraio si
terrà l'edizione virtuale

La primavera
è arrivata,
...quando
l'anima pensa
colorata

pianta
design
Ambiente

Pianta Design
Via J.Kravogl 5/b
39100 Bolzano
Tel. +39 (0)471 934 810

Pianta Design Filiale
Via Michael Pacher 12/a
39031 Brunico
Tel. +39 (0)474 531 299

info@piantadesign.com
www.piantadesign.com

20.01.21
nuovo
showroom
primavera



Sommario



TEMA DEL MESE

Turismo, situazione drammatica pag. 4

Crollano le presenze turistiche a dicembre (meno 90%) pag. 8



VITA ASSOCIATIVA

Asat, l'attività sindacale nell'anno del Covid-19 pag. 10

Credito e aziende al tempo del Covid-19 pag. 14

Rifiuti, traffico veicolare e innevamento artificiale: le principali «pressioni ambientali» del turismo pag. 18

A maggio verrà presentato il nuovo progetto finanziato dal Fondo For.Te. pag. 24

Lo sviluppo del turismo di montagna nell'epoca post Covid pag. 26



SPEAK ENGLISH

Positivity made in Marriott pag. 28

From D.A.D. to H.A.D.? pag. 29



GIOVANI

A Celeste Taiano il premio di «Giovane albergatore dell'anno» pag. 30



CORSI CAT

Cat Turismo, al via la stagione di formazione 2021 pag. 31



LIBRI & TURISMO

Turismo pionieristico e industriale pag. 36



HOSPITALITY

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



TRENTINO MARKETING

Influencer marketing: il piano 2021 per un turismo sostenibile e sicuro pag. 40



NORMATIVE

Dubbi pag. 42

Un anno di crisi: farsi carico dei problemi e proporre soluzioni

Stiamo velocemente virando verso la scadenza di un anno dall'inizio formale della pandemia e dall'applicazione del primo lockdown, a fronte di una malattia che non dà tregua nello sviluppo del contagio, in un numero crescente di vite troncate, e ancora di un percorso deciso nel piano di vaccinazione. L'altro aspetto è il protrarsi delle limitazioni alla vita sociale ed economica con conseguenze di disagio psicologico in molte persone, di danni rilevantissimi alle aziende e ai lavoratori. È un problema grave che non riguarda solo il Trentino o l'Italia ma che investe l'Europa e il resto del mondo.

Non stiamo a ripetere quanto questa situazione abbia colpito il turismo, peraltro nelle pagine del giornale diamo conto dell'ultimo pezzo di questa storia negativa di perdita di valore economico, di lavoro, di insicurezza per aziende e persone. Anche i più scettici si rendono conto della gravità del momento, a fronte del venir meno delle risorse liquide anche delle imprese più strutturate. Una ricerca a livello europeo ha messo in evidenza che queste imprese hanno liquidità solo per sei mesi, avendo visto calare le proprie dotazioni finanziarie nel fronteggiare questa lunga crisi.

Bisogna, dunque, che tutti gli interventi di sostegno al sistema economico, e in particolare ai settori economici più colpiti vengano rapidamente attivati attingendo in particolare ai fondi messi a disposizione dall'Europa. La sensazione è che non ci si stia muovendo con la necessaria velocità e forza. Emerge ancor più l'ineadeguatezza del sistema burocratico amministrativo, la farraginosità del sistema giuridico rispetto alle esigenze di attivare investimenti pubblici e privati, di sgravare imprese e cittadini dalle conseguenze di tortuosità amministrative. È vero che si sta tentando di sburocratizzare e velocizzare per accelerare la realizzazione degli interventi utili al rilancio del Paese. Lo si fa a livello nazionale e a livello provinciale. Vedremo quando e quanto si sarà in grado di incidere in modo nuovo e diverso su questi nodi.

Ci sarebbe necessità di un senso di appartenenza ad una Nazione, ad un comune destino se si preferisce, e costruire assieme il rilancio del Paese. Prevalgono invece spesso atteggiamenti demagogici, scarichi di responsabilità, assenza dell'idea del bene comune e del senso di solidarietà tra persone, categorie e territori. Bisognerebbe avere il coraggio e l'onestà di riconoscere quanto è stato fatto, avere il senso del limite delle risorse a disposizione, fare un uso moderato e propositivo delle parole, trovare motivi di convergenza più che di divisione. Questo lo si dovrebbe rilevare prima di tutto in chi ha responsabilità istituzionali, politiche, di rappresentanza. A questi soggetti spetterebbe il compito ed ancor prima il dovere di ascoltare, di spiegare, di far ragionare le persone, di valorizzare le cose fatte, di introdurre razionalità nel dibattito e nelle azioni private e collettive, di dare risposta ai bisogni della società economica e civile.

MAGAZINE

01.2021

Anno XLIX

Chiusura Editoriale 22 gennaio 2021

Foto Copertina: Il turismo che resiste - foto pixabay.com

tempo di lettura autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

Via Degasperì, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento,
Via Degasperì, 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

Prosegue a Pag. 7.



direttore Roberto Pallanch

Turismo, situazione drammatica

Nel 2020 perdita media di fatturato tra il 30% ed il 40%

🕒 4' e 15" 📝 Fabia Sartori

Le imprese alberghiere trentine stanno attraversando una fase di grande criticità. Immacolata, Natale e Capodanno, «motori» del turismo di fine anno, sono completamente saltati. E questo si traduce in un **calo di fatturato delle imprese del settore alberghiero per la stagione invernale in corso pari al 30% fino ad oggi. Per quanto riguarda, invece, l'intero anno 2020 (compreso il mese di dicembre) la perdita media di fatturato è stimata tra il 30 e il 40% sulla base di dati contabili elaborati dall'Asat.**

Queste stime valgono in generale per le aziende presenti in tutte le zone del Trentino, ma non mancano picchi che oscillano tra il 50% ed il 70% di perdita media del fatturato aziendale per le strutture ricettive collocate nelle zone lacustri del Trentino (Garda Trentino, Levico, Caldono), che hanno «perso» tutta la prima parte della stagione primaverile-estiva del 2020. Analogamente soffrono perdite ingenti le aziende della ristorazione e dei pubblici esercizi.

Preoccupa molto l'inizio della stagione primaverile-estiva 2021, in particolare per le località turistiche lacustri e per le città d'arte trentine (Trento e Rovereto). «Senza la partenza a breve della stagione invernale c'è il rischio concretissimo - esordisce il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** - che l'anno 2021 sia ancora più disastroso per l'economia turistica trentina di quello appena malamente chiuso. Verrebbero messe in serissima difficoltà molte aziende della filiera del turismo, non poche portate alla chiusura con riflessi pesanti sull'occupazione e sulle stesse risorse economiche e finanziarie della Provincia».



Il settore turistico è in grave difficoltà

La situazione delle imprese turistiche trentine si può definire drammatica. E il mancato introito delle aziende si traduce in un «danno» economico per tutto il Trentino, a fronte di un calo di ricchezza generata dai turisti sull'intero territorio, che è a forte vocazione turistica. Dalle analisi effettuate dall'Asat sulla base dei dati ufficiali Ispat emerge che il fatturato stimato generato sul nostro territorio nel periodo compreso tra dicembre 2018 e inizio gennaio 2019 è pari a 276,7 milioni di euro, di cui 115,8 milioni relativi al fatturato del settore alberghiero ed extralberghiero. Nella stagione invernale scorsa (dicembre 2019 - gennaio 2020), l'Asat stima un fatturato totale generato in Trentino di 299 milioni di euro, di cui 125 milioni di euro legati al settore ricettivo alberghiero ed extralberghiero. I dati disponibili su H-Benchmark rispetto alla spesa media dell'ospite sono conformi a quelli rilevati dalle indagini dell'Ispat.



Foto pixnio.com

Impianti a fune congelati



Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola

L'Asat stima, quindi, che la perdita - ad oggi - della stagione invernale in corso sia compresa tra i 280 ed i 300 milioni di euro (pari alla mancata spesa dei turisti sul territorio del Trentino), con un ammanco relativo al settore ricettivo alberghiero ed extralberghiero compreso tra i 115 e i 125 milioni di euro.

■ Ripartenza a ostacoli

«Fino ad oggi - afferma Battaiola - le imprese turistiche del nostro territorio hanno subito questa situazione di "stasi". Ma ora è necessario ripartire. Il settore del turismo vuole tornare a lavorare». Tuttavia, per riaprire le strutture ricettive hanno bisogno di alcune certezze per una programmazione della propria attività. Certezze che, attualmente, sono inesistenti. «Uno dei principali elementi di incertezza - spiega Battaiola - è l'assenza di un **protocollo anti-Covid di regolamentazione del funzionamento degli impianti sciistici**, nel momento in cui essi saranno autorizzati alla riapertura. È tempo che il Comitato tecnico scientifico prenda in esame il protocollo consegnato a fine dicembre e aggiornato da Regioni e Province autonome sulla base delle stesse indicazioni fornite dallo stesso Cts. Una volta approvato il protocollo, e reso noto alle aziende turistiche, le stesse potranno fare le proprie valutazioni sulla riapertura, avendo maggiori certezze ai fini della programmazione della propria attività».

Battaiola, poi, tiene a precisare che per le imprese turistiche tenere i «motori caldi» per la ripartenza ha comunque un costo elevato. «Da subito - dichiara il presidente dell'Asat - le imprese alberghiere necessitano di **ristori economici** adeguati alle perdite prodotte dalle restrizioni imposte per l'emergenza Covid-19. Ristori che devono essere parametrizzati in base alle perdite economiche reali delle aziende, e non, come oggi accade, prendere a riferimento mesi non rappresentativi della redditività delle imprese».

«Siamo convinti - dichiara Battaiola - della bontà dei protocolli sanitari anti-Covid adottati durante la scorsa stagione estiva, anche alla luce della rigorosa applicazione da parte delle strutture ricettive trentine. Tanto che un sondaggio di Trentino Marketing rivela che il 97% degli ospiti arrivati sul nostro territorio in estate si sono sentiti rassicurati dalla situazione sanitaria delle strutture ricettive e di ristorazione garantita dai protocolli. **«Le aziende alberghiere, le aziende della ristorazione ed i bar - conclude - possono già oggi riaprire in sicurezza».**

Tra gli «ostacoli» ai flussi turistici, c'è a pieno titolo il blocco tra le diverse regioni e province autonome. «Questo tipo di restrizione - ammette Battaïola - è strettamente collegata alla curva epidemiologica. E su questo non possiamo fare previsione alcuna. Senza scordare il vaccino: auspichiamo che la politica sanitaria si concentri sui piani di vaccinazione anti-Covid, in maniera da raggiungere un'adeguata copertura vaccinale, con particolare attenzione per le categorie a rischio, nel più breve tempo possibile e nel modo più efficace possibile. Solo in questo modo gli ospedali potranno evitare il "sovraccarico" e sarà possibile il ritorno ad una "circolazione sicura" delle persone sul territorio trentino e nazionale, turisti compresi».



Foto: pixabay.com

Le richieste dell'Asat

Un accorato appello deve essere fatto agli istituti di credito. «Le moratorie - dice il vicepresidente dell'Asat **Alberto Bertolini** - sono tutt'ora vigenti e durano fino alla fine di giugno. Chiediamo che, anche in seguito, le moratorie non debbano essere approvate ma che vengano accolte in automatico. È apprezzabile che Cassa centrale banca abbia dichiarato la disponibilità a sostenere le aziende turistiche che ne avranno bisogno.

Auspichiamo che tutto il sistema creditizio, compresa la Provincia attraverso Confidi, abbia questo tipo di approccio rivolto sia alle aziende che hanno bisogno di un sostegno perché provate dalla crisi sia alle aziende che decidono di fare investimenti. Inoltre, chiediamo alla Provincia di proseguire con garanzie del credito al 100% (e non al 90%) concedendo dilazioni più lunghe. Considerata l'importanza di mantenere le strutture ricettive aggiornate e a fronte della necessità di investire, l'Asat chiede che la restituzione possa essere concessa su un periodo più lungo». Tra le richieste la

semplificazione del riconoscimento della liquidità alle aziende, individuando strumenti di valutazione delle aziende che consentano di «congelare» i debiti creati nel periodo di crisi correlata al Covid.

Gli imprenditori turistici trentini sono molto preoccupati per la **forza lavoro stagionale**. «Il Fondo territoriale di solidarietà - spiega Bertolini - andrebbe rifinanziato, magari proprio a partire dai 13 milioni di euro a disposizione dell'Agenzia del Lavoro. Questo consentirebbe di dare "respiro" ai lavoratori in cassa integrazione, la quale è già finanziata per 12 settimane dallo Stato, ma il Fondo con la modifica approvata dal Ministero del suo statuto ora può agire per integrare di un mese la Naspi a quei lavoratori che non l'hanno maturata». Non solo. «I nostri lavoratori hanno pazientato molto - aggiunge Battaïola - ma ora la Naspi è terminata, e molti di loro stanno cercando e accettando impieghi in altri settori. Alla riapertura, invernale o estiva, rischiamo di rimanere senza lavoratori qualificati». Battaïola termina dicendo che «non possiamo obbligare le aziende ad assumere personale, nell'incertezza attuale, per avere un piccolo ed insufficiente ristoro economico sul costo del personale».

L'Asat ha chiesto che all'interno della manovra finanziaria venisse tolta l'**Imis** per l'intero 2021 (come già accaduto per il 2020). Ma questo non è stato fatto, mentre a livello statale è stata eliminata la prima rata Imu per il 2021. Urge un analogo provvedimento anche per le nostre aziende, «che porti - specifica Battaïola - alla cancellazione dell'Imis per tutto il 2021». Inoltre, l'Asat sollecita l'adozione di altri provvedimenti di ristoro a livello provinciale e nazionale:

alcuni di quelli attualmente approvati risultano insufficienti e, in taluni casi, inapplicabili alle aziende alberghiere. «Ad esempio, stiamo lavorando in sede provinciale e nazionale - spiega - per ottenere adeguati ristori per le imprese turistiche e ricettive, per l'estensione del superbonus del 110% per le aziende ricettive e turistiche e per altre misure e provvedimenti finalizzati al sostegno e al rilancio del comparto».

È fondamentale che le imprese turistiche possano provare a lavorare anche in inverno, garantendo l'applicazione rigorosa dei protocolli sanitari. Se il Cts non arrivasse ad approvare il protocollo per gli impianti di risalita, le aziende turistiche trentine si troveranno nella situazione di decidere se aprire o meno, con l'occasione di puntare sull'integrazione e sullo sviluppo dell'**offerta «extra sciistica»**.

«In tal senso - termina Battaiola - andranno chiariti al più presto gli aspetti normativi dell'utilizzo delle piste da parte dei fruitori "non sciatori"».

... Segue da pag. 3.

Un anno di crisi: farsi carico dei problemi e proporre soluzioni

Questo è particolarmente necessario proprio dopo un anno di crisi protratta. Il compito è difficile ma non basta e non si deve parlare alla pancia, ma con paziente e serio lavoro farsi carico dei problemi e proporre soluzioni. Questo è quello che ha fatto la nostra Associazione in quest'ultimo anno. Ne siamo consapevoli, ci viene riconosciuto da moltissimi associati, non temiamo di essere smentiti.

 direttore Roberto Pallanch



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

Tel. 045 6200150

affi@azzolini.it | www.azzolini.it  

AZZOLINI
ARREDO E FORNITURE

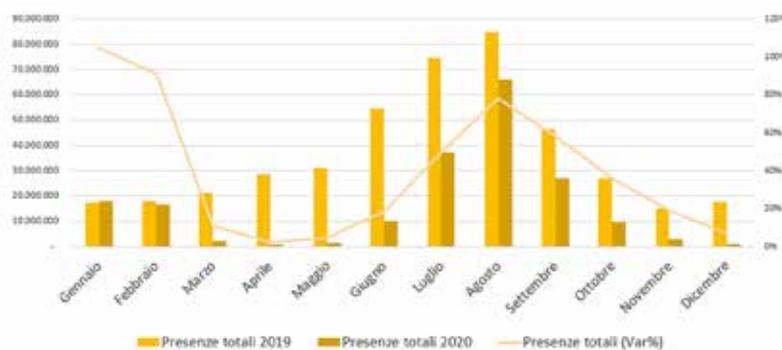
Crollano le presenze turistiche a dicembre (meno 90%)

🕒 3' e 35"

Nel 2020 il turismo italiano ha perso 164 milioni di presenze straniere (-74,5%) e 79 milioni di presenze italiane (-36,6%). Le presenze totali sono calate, quindi, del 55,7% con 243 milioni in meno rispetto al 2019. È come se, su un viaggio di dieci notti, ne venissero cancellate sei.

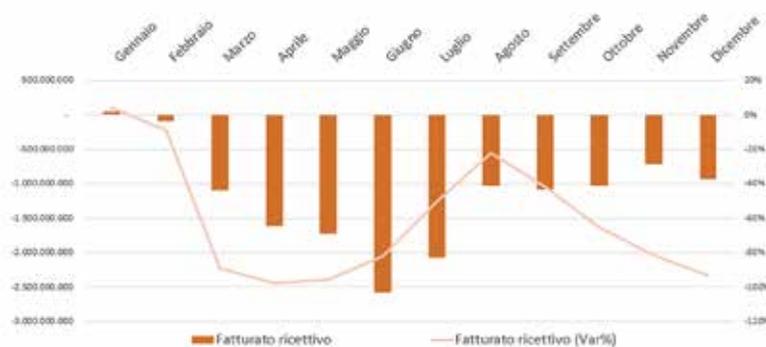
La perdita di fatturato del comparto ricettivo ammonta, da gennaio a dicembre del 2020, a 14 miliardi di euro. Che, rispetto al 2019, significa un calo del 56,5%. Per avere un termine di paragone, è come se 645 mila persone non percepissero lo stipendio per un anno. Tra agosto e dicembre 2020 il Governo ha stimato per i settori turismo e terme una riduzione del 70% delle assunzioni rispetto allo stesso periodo del 2019. A novembre 2020 sono andati persi 39 mila posti di lavoro stagionali e temporanei di varia natura (cioè meno 58,4%): è come se fosse stato azzerato il numero degli addetti dell'industria delle bevande. A dicembre 2020 sono saltati 80 mila posti di lavoro temporanei. E, una volta terminata la cassa integrazione, dovranno attendersi conseguenze anche sui contratti a tempo indeterminato.

Il monitoraggio di Federalberghi per il 2020 dipinge una situazione drammatica per il turismo nazionale



Fonte: 2019 Istat; 2020 stime Centro Studi Federalberghi

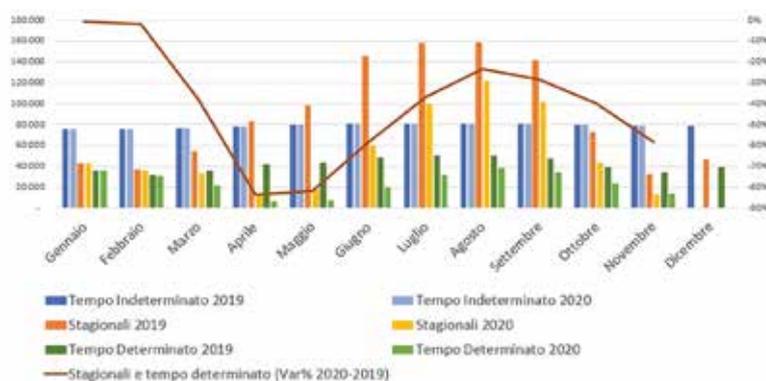
È quanto emerge dal monitoraggio realizzato dal Centro studi di Federalberghi in vista delle festività di fine anno. «Il contraccolpo riguarderà l'intera economia e sarà forte», dichiara il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**, rammentando che in un anno normale, tra Natale e l'Epifania si sarebbero messi in viaggio più di 18 milioni di italiani, attivando un giro d'affari di circa 13 miliardi di euro, che interessa tutte le componenti della vacanza: non solo alberghi ma anche trasporti, divertimenti e cibo.



Fonte: 2019 Banca d'Italia; 2020 stime Centro Studi Federalberghi

Bocca: «Imprese penalizzate dalle misure restrittive e dimenticate da decreti ristori, legge di bilancio e Recovery plan»

Secondo il presidente degli albergatori «purtroppo, piove sul bagnato: dopo il lockdown totale in primavera e l'estate peggiore della storia, durante la quale Istat ha registrato un calo del fatturato dei servizi di alloggio del 39,1%, la situazione si è aggravata ulteriormente, di pari passo con l'irrigidirsi delle misure restrittive. Il calo delle presenze turistiche rilevato dal centro studi di Federalberghi è stato del 60,9% a ottobre, per poi schizzare meno 80,9% a novembre. E il mese di dicembre non lascia grande spazio alle speranze: saremo fortunati se ci sarà il 10% delle presenze del 2019».



Fonte: 2019 INPS; gennaio - novembre 2020 Osservatorio Federalberghi

Bocca conclude affermando che «in vista del decreto ristori quinquies, chiediamo al Governo un confronto nel merito, per discutere di una politica di sostegno che consenta alle nostre imprese di sopravvivere. Chiediamo anche certezze per i comprensori sciistici, la meeting industry e gli stabilimenti termali, che hanno diritto di sapere come e quando potranno riprendere l'attività». Le dichiarazioni del presidente di Federalberghi Bernabò Bocca vanno lette alla luce dell'intero anno solare 2020, caratterizzato dalla pandemia da Covid-19 e da un potentissimo impatto sul settore turistico, come testimoniato anche dal suddetto monitoraggio dal Centro studi di Federalberghi.

Il 2020 era iniziato con un aumento delle presenze totali a *gennaio* rispetto all'anno precedente (più 4,4%). A *febbraio* si è registrata una prima flessione (meno 7,1%) e a *marzo* si è avuto un vero e proprio tracollo (meno 88,7%). Ad *aprile* e *maggio* il mercato si è completamente fermato (rispettivamente meno 97,8% e meno 94,8%). A *giugno* la perdita degli italiani ha cominciato a rallentare (meno 67,2%), mentre la riapertura dei confini non ha portato stranieri (meno 93,2%). A *luglio* e *agosto* gli stranieri hanno continuato ad essere sostanzialmente assenti (rispettivamente meno 76,4% e meno 60,4%). A *settembre*, *ottobre* e *novembre* la situazione è andata via via aggravandosi: solo a *novembre* la perdita totale è stata del 80,9%. Infine, le misure messe in atto per il periodo natalizio hanno influito pesantemente sul mese di *dicembre*, che ha fatto registrare un calo del 90%.

Turismo trascurato: per gli albergatori panettone amaro.

«Il nostro panettone ha un sapore ancora più amaro - prosegue Bocca - a causa della solitudine in cui ci troviamo ad operare. I decreti ristori, la legge di bilancio e il Recovery plan, tre strumenti di importanza strategica che hanno occupato l'agenda politica degli ultimi giorni, non dedicano al nostro settore l'attenzione che gli sarebbe dovuta in ragione del peso esercitato all'interno dell'economia nazionale e dei gravi danni subiti a causa della pandemia».

Per il turismo, settore più colpito dalla pandemia, che vale più del 13% del Pil e che a parole viene definito strategico per lo sviluppo del Paese, viene stanziata una dotazione finanziaria nel Recovery plan - Piano nazionale di ripresa e resilienza pari a 8 miliardi di euro. Tale somma, però, andrà «divisa» tra turismo e cultura: rimane, quindi, da capire l'effettiva ripartizione che verrà fatta tra i due settori. Il presidente degli albergatori italiani, poi, chiede che «il Piano venga integrato con urgenza, prevedendo una linea di intervento volta a sostenere la riqualificazione dell'intero sistema d'offerta turistica. Se il Governo non ha idee, chiami le imprese al tavolo e le proposte non mancheranno». «Va inserito nel Piano - invita Bocca - in maniera esplicita che le risorse destinate all'efficientamento dell'edilizia privata sono destinate anche alla riqualificazione degli immobili produttivi. È necessario sostenere la riqualificazione delle strutture turistico ricettive, in coerenza con gli obiettivi di innovazione, digitalizzazione e sostenibilità su cui si fonda il piano».

Asat, l'attività sindacale nell'anno del Covid-19

🕒 4' e 50"

Da circa un anno siamo costretti a «convivere» con il Covid-19: le restrizioni imposte per limitare il contagio da Coronavirus ci hanno costretti a limitare la nostra libertà personale, come individui, ed hanno messo in grave crisi imprese e diversi settori dell'economia. Il turismo è uno dei settori maggiormente colpiti, così come le sue aziende. Pur non immaginando, a febbraio 2020, la portata che la crisi legata alla pandemia da Covid-19 avrebbe avuto sull'economia, l'Asat si è messa immediatamente a servizio dei suoi associati, fin dal primo giorno di emanazione delle restrizioni.

E questo si è tradotto e continua a tradursi in **contatti e informazioni quasi giornaliere diramate verso i propri associati** sui vari provvedimenti che, man a mano, sono stati adottati dai diversi organi a ciò preposti a livello nazionale e a livello locale. Prontamente, gli uffici dell'Asat si sono attivati per portare avanti un'incessante **attività di analisi dei prov-**

Impegno e dedizione senza «stop»: su tutti, la rappresentanza degli interessi della categoria e l'analisi dei provvedimenti ufficiali di governo nazionale e locale

vedimenti ufficiali del Governo e della nostra Provincia, mettendo in evidenza le norme di maggiore interesse per la nostra categoria. E divulgandone i contenuti a tutti gli associati, in maniera che potessero essere prontamente informati sull'attualità e riguardo alle modifiche che, più da vicino, interessavano il settore turistico. Per questo tipo di «lavoro certosino» l'Asat ha ricevuto apprezzamenti da più parti, diventando un punto di riferimento informativo ed interpretativo delle norme e dei regolamenti, non solo per gli associati, ma anche per le aziende non associate, per le stesse Apt e per l'intero sistema della promozione turistica trentina.

L'attività sindacale dell'Asat, nel «terribile» anno del Covid-19 non si esaurisce nel precedente resoconto. Anzi. Decisamente fervida è stata, in quest'ultimo 2020, **l'attività di rappresentanza degli interessi degli operatori presso le sedi istituzionali locali e nazionali** (grazie all'attività di Federalberghi) e nelle modalità opportune, con richiesta di provvedimenti e misure realmente utili e attuabili per le imprese.



Foto: pixabay.com



Palazzo Stella, sede dell'Asat a Trento

A livello provinciale, l'Asat ha contribuito a realizzare il protocollo generale di coordinamento in materia di salute e sicurezza sul lavoro, il protocollo attività per le attività alberghiere, rifugi, B&B, le attività ristorative, per l'asporto. A livello nazionale, invece, il protocollo nazionale «Accoglienza Sicura - misure di prevenzione della diffusione del virus SARS-CoV-2» ha consentito di muoversi con autorevolezza in sede nazionale presso i Ministeri competenti. Tali protocolli hanno, in definitiva, consentito l'apertura estiva delle strutture ricettive. Non solo. A livello nazionale e provinciale l'Asat ha sollecitato e chiesto con forza l'ottenimento dell'esenzione Imis, dell'esenzione Irap, dei ristori, del contributo per l'assunzione dei dipendenti.

Questo riepilogo dell'attività annuale dell'Asat non vuole essere, certo, un momento di «propaganda». Bensì, da un lato, la rappresentazione della «realtà quotidiana» trascorsa a palazzo Stella nel 2020. E, dall'altro, la risposta a richieste, osservazioni e proposte che sono pervenute numerose al presidente **Giovanni Battaiola** e al direttore **Roberto Pallanch**, nonché agli uffici dell'Associazione, oppure nei numerosi contesi di confronto tra Associazione ed associati. L'intento è, quindi, quello di informare sulle iniziative poste in essere a livello provinciale e in sede nazionale di concerto con Federalberghi e unitamente alle altre associazioni territoriali presenti sul territorio nazionale. Nell'evidenziare le principali azioni intraprese, l'Associazione vuole comunicare e rafforzare la consapevolezza dell'impegno e dei risultati raggiunti, ma anche garantire che l'impegno continuerà nei prossimi mesi, quotidianamente, da parte degli organi politici dell'Associazione e della struttura organizzativa.

Di seguito, in sintesi, verranno elencate **le principali misure adottate a livello provinciale e nazionale**. Molti dei provvedimenti citati sono il risultato di specifiche richieste da parte dell'Asat: le moratorie e i prestiti agevolati, l'esenzione Imis per il 2020, il ripristino della compensazione fiscale, i contributi per le assunzioni nella stagione estiva 2020 e in quella invernale 2020-2021, il bonus Bed & Breakfast. Altri, invece, sono il risultato dell'azione sindacale di Federalberghi che è riuscita, di volta in volta, a far inserire nei decreti legge e negli altri atti adottati dal Governo, misure di interesse per il settore turistico, quali ad esempio la cancellazione dell'Imu, la soppressione delle clausole di salvaguardia in materia di Iva, le detrazioni per riqualificazione energetica. Va detto che l'Asat e Federalberghi hanno esercitato un'importante ed articolata azione sindacale per rappresentare la gravità della situazione e nello stesso tempo avanzando proposte concrete. Molte di queste proposte sono state accolte, mentre altre non lo sono state. Questo ci spinge a non demordere nelle nostre azioni nei confronti del Governo nazionale e provinciale.

■ MISURE STATALI

Tributi:

- Cancellazione imposta municipale propria (Imu) 2020 e primo semestre 2021;
- Riduzione dell'Iva sulle preparazioni alimentari;
- Esonero dal versamento Irap saldo 2019 e prima rata acconto 2020 proroga del versamento della seconda rata al 30 aprile 2021;
- Esenzione Tosap;
- Soppressione delle clausole di salvaguardia in materia di Iva.

Contributi a fondo perduto - crediti d'imposta, linee di credito - effetti sul bilancio ed estensione dei fondi garanzie:

- Contributo a fondo perduto - conferma per 2021 (decreti ristori);
- Contributo per la filiera della ristorazione sui prodotti di origine italiana;
- Detrazioni per riqualificazione energetica e «Bonus facciate»;
- Credito d'imposta per i canoni di locazione (60%) e di affitto d'azienda (50%);

- Credito d'imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive e termali;
- Transizione 4.0: credito d'imposta per beni strumentali nuovi;
- Credito d'imposta per l'adeguamento dell'ambiente di lavoro - Covid-19;
- Erogazione in unica quota del contributo «Nuova Sabatini»;
- Proroga delle misure di sostegno alle micro, piccole e medie imprese fino al 30 giugno 2021 - aperture di credito e moratorie;
- Estensione della rivalutazione dei beni di impresa ai beni immateriali privi di tutela giuridica;

CON IL NUOVO ANNO «CAMBIA» L'IMPOSTA PROVINCIALE DI SOGGIORNO

Il 2021 porta con sé la rimodulazione della **tassa di soggiorno**. A partire dallo scorso 25 dicembre 2020, infatti, è entrato in vigore il nuovo regolamento di esecuzione dell'articolo 15 della Legge sulla promozione turistica provinciale in materia di imposta provinciale di soggiorno con decorrenza dal 1° gennaio 2021.

L'imposta è stata suddivisa in base alle categorie di ricettività e, relativamente alla misura, si prevedono due distinti momenti di applicazione. A causa della difficile situazione attuale dovuta alla pandemia da Covid-19 è stato definito un «periodo transitorio», dal 1° gennaio 2021 al 30 novembre 2021, durante il quale si applicheranno dei valori di imposta di soggiorno inferiori rispetto a quelli stabiliti dal 1° dicembre 2021. Per certi ambiti questo quadro temporaneo comporterà una riduzione dei valori dell'imposta di soggiorno; per altri, al contrario, un primo graduale aumento verso i valori a regime.

L'Asat ha manifestato e formalizzato la propria contrarietà tanto alla riforma delle ApT (nei termini, nei tempi e nei modi con cui è stata portata avanti) quanto alla nuova regolamentazione dell'imposta di soggiorno. È stata fatta anche esplicita richiesta di sospensione in attesa che passasse l'emergenza sanitaria legata al Covid-19. Tuttavia, l'assessore **Roberto Failoni**, pur ascoltando richieste e osservazioni dell'Associazione, ha deciso di andare avanti su entrambi i fronti: l'unica concessione che è stata fatta riguarda la gradualità dell'entrata in vigore della nuova imposta provinciale di soggiorno.

- Rafforzamento patrimoniale delle imprese di medie dimensioni - rivalutazione dei beni d'impresa;
- Misure per il sostegno alla liquidità delle imprese - fondo di garanzia pmi;
- Prorogata ed estesa la disciplina sull'intervento straordinario in garanzia - Sace;
- Modifiche alla disciplina straordinaria del Fondo di garanzia pmi: i finanziamenti a decorrere dal 1° gennaio 2021 hanno una durata non più di 10 anni ma di 15 anni;
- Sospensione temporanea degli ammortamenti.

Bonus vacanze e provvedimenti in materia di lavoro:

- Politiche attive del lavoro: prorogata al 31 marzo la possibilità di rinnovare o prorogare max 12 mesi e per 1 volta i contratti a termine;
- Esonero contributivo per assunzioni stagionali e a tempo indeterminato.

■ MISURE PROVINCIALI

Tributi:

- Esenzione imposta immobiliare semplice (Imis) 2020 - mantenimento delle aliquote agevolate 2021;
- Imis agevolata su delibera dei Comuni a fronte di riduzione del canone di locazione;
- Conferma dell'aliquota Irap al 2.68%;
- Differimento dei pagamenti dei tributi locali: Cosap, Tari, canone di acquedotto e fognatura, imposta di pubblicità;
- Rinvio dei termini di versamento imposta soggiorno primo quadrimestre 2020 al 16 settembre 2020.

Contributi a fondo perduto - crediti d'imposta, linee di credito - garanzie:

- Protocollo #RIPRESATRENTINO: moratorie sui mutui in essere; linee di finanziamento a tasso fisso (PlafondRipresaTrentino) rimborsabili in un'unica soluzione alla scadenza;
- Bandi di Qualità in Trentino - interventi straordinari a favore delle attività ricettive e dei pubblici esercizi a fronte di investimenti nella riqualificazione delle proprie strutture;
- Contributo a fondo perduto «grandi perdite» a fronte di un calo del volume di attività di almeno il 75% nel lasso temporale minimo di quattro mesi continuativi (120 giorni) tra giugno 2020 e novembre 2020;



Foto pixabay.com

Tra i risultati ottenuti anche provvedimenti di tipo fiscale

- Compensazione fiscale per interventi ed investimenti diversi: è riattivato lo strumento della compensazione fiscale investimenti fissi (immobiliari e mobiliari), per i servizi di consulenza e per gli investimenti e le consulenze legati all'emergenza Covid-19;
- Contributi ai proprietari di immobili per canoni di locazione e affitto azienda;
- Bonus Bed and Breakfast;
- Sostegno al reddito per imprenditori o liberi professionisti che hanno cessato l'attività;
- Contributo a fondo perduto a favore delle aziende termali;
- Interventi nel credito locale: partecipazione nella società Mediocredito Trentino-Alto Adige.

Bonus vacanze Trentino - provvedimenti in materia di lavoro:

- Incentivi per le assunzioni di personale nella stagione invernale 2020-2021;
- Incentivi per le assunzioni di personale nella stagione estiva 2020;
- Incentivi straordinari per assunzioni a tempo indeterminato.



Dalla progettazione alla
realizzazione di progetti chiavi in mano.

Grandimpianti Noselli è il Vostro partner di fiducia con soluzioni complete ed innovative da oltre 40 anni. Specializzato nella consulenza, progettazione, direzione lavori di grandi cucine, impianti buffet, banchi bar, sistemi di lavaggio e lavanderia, tecniche di refrigerazione e climatizzazione. Tutto questo accompagnato dal nostro servizio d'assistenza a 360° gradi. Tanta esperienza e innovativi per passione. Come possiamo aiutarvi?

PROJECT COOK COOL WASH SERVICE GASTRO EQUIPMENT
Zona Artigianale, 14 | 39052 Caldaro (BZ) Trentino-Alto Adige | Tel. 0471 913404 | www.grandimpiantinoselli.com


GRANDIMPIANTI
Noselli

Partner of Niederbacher Gastrotec



Il momento della firma per la concessione del credito

Credito e aziende al tempo del Covid-19

Fine anno: crollano i fatturati nel settore del turismo, ed in particolare del settore alberghiero. La causa scatenante è stata la malattia pandemica che ha portato al blocco della stagione invernale e che ha continuato ad esercitare i suoi effetti negativi fino ad oggi. Per evidenziare le conseguenze di ciò sulla domanda di beni e servizi legati direttamente o indirettamente al turismo ed affrontare il problema dal punto di vista dell'offerta, ovvero dell'impatto sulle aziende, abbiamo intervistato **Luca Erzegovesi**, professore ordinario di Finanza aziendale nel Dipartimento di economia e management dell'Università di Trento.

■ **I provvedimenti adottati a livello nazionale e provinciale danno risposta immediata alla crisi di liquidità dovuta al blocco improvviso delle entrate correnti delle aziende. Tra questi anche la moratoria sui mutui e la possibilità di ottenere linee di credito aggiuntive.**

«È vero. Il Governo e il sistema bancario hanno agito con urgenza assoluta per evitare il deterioramento dei prestiti in essere e per far arrivare nuova liquidità. L'ultimo comunicato della task force MEF-Banca d'Italia-ABI conferma l'aumento ininterrotto delle domande di moratoria dal marzo 2020, fino ai 2,7 milioni di pratiche per 300 miliardi di prestiti rilevati il 23 dicembre scorso; negli stessi mesi al Fondo centrale di garanzia sono arrivate circa un milione e mezzo di richieste per oltre 124,1 miliardi di euro di prestiti. Più di un milione di tali richieste sono riferite a finanziamenti fino a 30.000 euro, garantiti dallo Stato al 100%, per un totale di 20 miliardi».

■ **Il sistema creditizio ha sempre evidenziato che le aziende dovevano essere in grado di restituire il credito ottenuto. Sembra che la risposta del sistema creditizio, in particolare di quello locale che ha sottoscritto il Protocollo con la Pat, sia stata positiva. Ad oggi il 75% delle domande presentate dalle aziende sono state accolte, le respinte sono soprattutto quelle della linea di credito fino a 25.000 euro. Come vanno letti questi dati?**

«La Pat ha operato, correttamente, in sinergia con i programmi statali di garanzia sul credito, offrendo come beneficio aggiuntivo l'abbattimento degli interessi. I tassi di accettazione delle domande sono in effetti confortanti. È vero che le pratiche di minore importo, riguardanti micro-imprese, sono declinate più frequentemente, ma purtroppo si tratta di una tendenza strutturale iniziata dopo la crisi globale del 2008. Nonostante le misure anti-Covid, che assicurano la copertura completa dei rischi di default da parte dello Stato, molte banche non giudicano conveniente lavorare per piccoli importi con aziende problematiche, anche solo per l'incidenza proibitiva dei costi di gestione della relazione. E inoltre va riconosciuto un fatto: a molte di queste imprese "non bancabili" più che un piccolo prestito servono integrazioni del reddito a favore dei dipendenti e dei titolari di attività, che in effetti sono stati potenziati nelle azioni successive del Governo e della nostra Provincia».

■ **Reggerà alla lunga questo mix di sospensione o soppressione delle imposte, di credito concesso e di debito contratto dallo Stato?**

«L'Italia è entrata nell'era Covid-19 con un debito pubblico al 135% del Pil, e ciò nonostante nel 2020 ha potuto fare interventi in deficit per un ulteriore 10% del Pil grazie alla sospensione del Patto di stabilità. Si è trattato di interventi salvavita che non si potevano rinviare. Chiaramente un simile mix di alto debito, interventi assistenziali in deficit in una cornice di bassa crescita del Pil non può reggere. La sfida ora è quella puntare al cuore

Intervista a Luca Erzegovesi, professore ordinario di Finanza aziendale nel Dipartimento di economia e management dell'Università di Trento

🕒 4' e 30"

👤 Roberto Pallanch

del problema della bassa crescita attraverso grandi progetti di ammodernamento del Sistema paese, impiegando la dote finanziaria senza precedenti messa in campo col Recovery plan e gli altri programmi europei, come NextGenEU. Se però andremo a spreca-re l'occasione e le risorse, inevitabilmente il "cattivo debito" (come lo ha chiamato l'ex presidente della Bce Draghi) ci presenterà il conto».



Luca Erzegovesi, professore ordinario del Dipartimento di economia e management dell'Università di Trento

■ **Ricordo un intervento in cui Lei, oltre all'urgenza di dare una prima risposta alle aziende in termini di sostegno alla liquidità, metteva in evidenza l'opportunità di una risposta più strutturata. Da un lato spiegava come si trattasse di dare alle aziende credito a lungo termine a tassi bassi. Credito utile soprattutto a favorire la ristrutturazione e gli investimenti delle aziende, in molti casi sottocapitalizzate. Dall'altra parte Lei evidenziava che per ogni azienda doveva mettere in atto una sorta di diagnosi economico-finanziaria per evidenziarne punti di forza e di debolezza.**

«Le misure adottate dallo Stato e dalla nostra Provincia hanno contribuito a spostare l'offerta di credito dal breve al medio termine. In questo modo sembra che rispondano alla preoccupazione che esprimevo nell'occasione da Lei ricordata. Tuttavia, il credito a medio termine che le imprese stanno ricevendo è in gran parte sostitutivo di credito a breve preesistente. Si tratta perciò di interventi che puntano a consolidare piuttosto che a ristrutturare il debito presso le imprese (oltre a liberare capitale presso le banche in forza della garanzia statale). Le imprese più solide se ne avvalgono per fare scorta di liquidità che potrà servire in futuro ad assorbire nuovi effetti della pandemia, o a finanziare nuovi progetti. Tuttavia la situazione è polarizzata e ci sono anche molte imprese fragili. **Andrea Enria**, capo della Vigilanza Bce, ha invitato con forza le banche a non usare moratorie e programmi anti-Covid per congelare o nascondere situazioni irrecuperabili. Non esistono regole meccaniche per separare le imprese che meritano l'accesso alle cure da quelle che possono soltanto essere accompagnate verso l'uscita dal mercato. La diagnosi economico-finanziaria è comunque un passaggio necessario in questo processo di discernimento. Ma non deve essere un giudizio calato dall'alto. Occorre portare nelle imprese le competenze di gestione finanziaria, in modo che possano decidere consapevolmente sul loro destino».

■ **Analizziamo in particolare il sistema turistico alberghiero. Sarebbe esserci una maggiore capacità di risposta, a differenza di quanto accadde nella crisi economico finanziaria dello scorso decennio dove si è stimato che circa un 15 % delle aziende alberghiere fossero in grave difficoltà, con una parte di queste che hanno chiuso, altre che sono passate di proprietà, altre finite in mano alle banche. Dobbiamo forse aspettarci che con la chiusura delle attività turistiche di fine 2020 e probabilmente del prossimo gennaio avremo un peggioramento e una crisi per un certo numero di aziende?**

«Gli anni successivi alla grande crisi del 2008 sono stati un severo banco di prova dei piani industriali di molte imprese alberghiere. Ci sono stati imprenditori che prima del 2008 avevano sovra-investito a debito. Purtroppo i loro piani si sono rivelati non sostenibili. Dal 2009 al 2018 c'è stata una selezione che nel 2020 ha portato ad affrontare l'emergenza pandemica da posizioni più forti e consapevoli. Gli albergatori sono oggi attenti a evitare costi rigidi e a creare valore con la generazione di ricavi piuttosto che con la spesa "a prescindere" per migliorare le strutture ricettive. Certamente a causa del Covid, il settore è stato tra i più colpiti dal calo della domanda di servizi, con livelli di attività stagionali fortemente depauperati.



Si tratta ora, nel 2021, di gestire al meglio i mesi ancora disponibili della stagione invernale e di prepararsi a quella estiva. Anche qui non abbiamo certezze granitiche. Ci sono sia notizie preoccupanti, come la ripresa dei contagi e il possibile rinvio delle riaperture, sia dati incoraggianti, come la messa a punto di protocolli di comportamento specifici per le località di villeggiatura e la disponibilità dei vaccini (che forse dopo una prima fase sarà gestibile proattivamente a protezione di ospiti e personale). Si tratta di combinare in modo equilibrato la spinta imprenditoriale a far lavorare le strutture, il rispetto delle misure di contenimento e la giusta dose di aiuti pubblici per dare alle imprese sane i rifornimenti necessari fino al ritorno a una nuova normalità. E occorre farlo in maniera elastica, perché lo scenario può cambiare (speriamo in meglio)».

■ **Ci sono stati tentativi da parte dell'Asat e della Pat, anche nel recente passato, di proporre come sistema creditizio lo strumento equity per la ristrutturazione delle aziende alberghiere, ma non c'è stata manifestazione di interesse da parte delle aziende. Non ha avuto maggior fortuna la proposta di intervenire attraverso i fondi immobiliari, magari costituendone uno con il supporto di Trentino sviluppo. Perché secondo lei?**

«Il settore dell'ospitalità, a livello mondiale, negli ultimi anni è interessato dall'afflusso di capitale di rischio da investitori istituzionali e grandi patrimoni personali (il cosiddetto private equity), spesso accompagnato da nuove forme di ripartizione/condivisione dei rischi derivanti dalla proprietà e dalla gestione delle strutture, come il management contract, che hanno ampliato lo spazio per soggetti come i fondi immobiliari. Questo

volano finanziario ha contribuito ad alimentare la concentrazione dell'offerta in catene internazionali, interessando anche il mercato italiano, che ha visto affluire ingenti capitali esteri verso strutture di prestigio. Tuttavia i canali basati su equity privato sono improponibili nelle attività alberghiere di piccole dimensioni a conduzione familiare che sono di gran lunga le più numerose nel nostro Paese. Mancano infatti tutte le condizioni: la redditività del capitale proprio è bassa, i titolari non intendono cedere parte del controllo, per non parlare dei costi proibitivi della consulenza legale e finanziaria richiesta su simili operazioni quando si lavora su poche centinaia di migliaia di euro. Si possono invece ipotizzare forme di private equity o fondi immobiliari "di scopo", promossi con il sostegno di società finanziarie pubbliche, come quelle che ha ricordato. Si tratta di misure che possono funzionare quando si trova un equilibrio di condizioni e di interessi: tutelare la continuità di gestioni alberghiere sane, mantenerne la conduzione sul territorio, il tutto avvalendosi di capitali pubblici pazienti e non esosi quanto a rendimento atteso. Non devono, però, diventare la copertura di salvataggi, perché finirebbero per essere al tempo stesso costosi, inefficaci e limitati quanto a benefici prodotti. Ma la capitalizzazione è soltanto una delle sfide che occorre affrontare per far evolvere il modello dell'albergo a conduzione familiare in uno scenario di innovazione incessante su diversi fronti: digitalizzazione, sostenibilità ambientale, ricambio generazionale e auspicata ripresa dei flussi turistici tra Paesi. Come ricordavo, i programmi europei ci offrono l'occasione per affrontare questa scommessa e dobbiamo fare tutto il possibile per vincerla, mettendo a fattor comune intelligenza, capitali ed energie da soggetti privati e pubblici».



Foto: pixabay.com

Rifiuti, traffico veicolare e innevamento artificiale: le principali «pressioni ambientali» del turismo

Per il futuro la «sfida» è quella di sensibilizzare gli ospiti, valorizzare la mobilità sostenibile e tutelare la biodiversità

🕒 5' e 34"

Il **Rapporto sullo stato dell'ambiente 2020** pubblicato recentemente dalla Provincia ha una sezione interamente dedicata al settore del turismo. Segue un estratto del Rapporto, al fine di descrivere lo «stato dell'arte» dell'evoluzione del turismo sostenibile sul nostro territorio. Il Rapporto completo è consultabile e scaricabile al link: http://www.appa.provincia.tn.it/rapporto_ambiente_2020/rapamb_2020_intero/.

■ TURISMO

Il **turismo rappresenta uno dei principali settori economici** che incidono maggiormente sull'economia e sulla qualità della vita del Trentino. La stima del contributo del turismo al Pil provinciale quantifica l'ammontare complessivo generato dal settore in circa l'11%, a cui vanno aggiunti il contributo del turismo escursionistico e la ricaduta locale degli investimenti nel settore. Poiché il turismo è forse tra tutti il settore maggiormente integrato con gli altri settori economici, la logica da adottare è quella di «economia territoriale», capace di superare il concetto storico di turismo come settore e di approdare ad una concezione del turismo come **fattore di forte trasversalità e aggregatore di filiera**, che tocca elementi quali ambiente, agricoltura, cultura, servizi, commercio, mobilità e viabilità, produzioni. Il **territorio rappresenta dunque**

l'elemento centrale da preservare e valorizzare. Preservare, valorizzare e investire nel territorio, in servizi, in autenticità, in dotazioni e vocazioni, equivale a rafforzare il vantaggio competitivo e a presentarsi al mercato in maniera vincente. E, in tal senso, il turismo ha un ruolo fondamentale come risorsa per lo sviluppo integrato, sostenibile ed equilibrato del territorio.

■ LE SFIDE AMBIENTALI DEL TURISMO TRENINO

Nel corso degli ultimi decenni il settore turistico ha attraversato profondi cambiamenti che hanno completamente rivoluzionato il contesto e le modalità del fare turismo. Fenomeni come la globalizzazione, l'internazionalizzazione, la digitalizzazione, la ricerca dell'esperienza e la sua personalizzazione e il cambiamento climatico hanno avuto sul turismo un impatto significativo. Il nuovo turista non è più alla ricerca di una destinazione, né di un prodotto, bensì di esperienze, della singola emo-



zione, del vivere e respirare il più possibile il territorio. Risulta fondamentale **rafforzare l'approccio che i fornitori di servizi sul territorio hanno verso il territorio stesso, con la sua salvaguardia e valorizzazione.**

È possibile individuare le vere e proprie sfide legate ai nuovi fenomeni citati. Basti pensare alla gestione della **mobilità turistica** come prodotto ed esperienza, incentivando la mobilità alternativa attraverso l'utilizzo di impianti, trasporti pubblici, e-bike. Anche la **valorizzazione dei professionisti**, che contribuiscono in maniera rilevante alla qualità dell'offerta e alla conoscenza del patrimonio culturale provinciale, è un aspetto importante legato

La propensione dei turisti nei confronti di destinazioni sostenibili è uno dei mega trend della domanda turistica, su cui puntare per lo sviluppo della capacità attrattiva di una destinazione e la sua competitività nel tempo. Un altro mega trend che potrebbe emergere a seguito della recente pandemia da Covid-19 è quello legato alla ricerca di località in cui è più evidente la sicurezza sanitaria. La montagna ha richiamato un maggior flusso turistico in quanto la percezione avuta dal turista è di una maggior protezione da eventuali infezioni nelle regioni montane rispetto a quelle balneari. Al fine di limitare pesanti ripercussioni sarà necessario sensibilizzare ancora di più i fruitori del territorio, attraverso mirate campagne centrate sul rispetto della natura e sull'obbligo morale di poter fruire in futuro del medesimo ambiente.



Sciatori a Col Rodella, Val di Fassa

Foto: F. Modica

all'esperienza ricercata. Altro aspetto riguarda la **biodiversità**, o meglio la convivenza con essa, che rappresenterà sempre di più una sfida di integrazione con il mondo turistico. Far convivere le diverse necessità richiede uno sforzo culturale importante che riesca a garantire il giusto equilibrio senza compromettere la percezione dell'immagine della destinazione.

LE PRESSIONI AMBIENTALI DEL TURISMO

La trasformazione che dovrà avvenire da un turismo di massa a un turismo basato sulla sostenibilità richiede la capacità di integrare l'ambiente naturale, culturale e umano, nel rispetto del fragile equilibrio che caratterizza i territori, in modo da assicurare un'evoluzione appropriata per quanto riguarda le capacità di mitigazione dell'impatto

antropico, e che sappia valutare i propri effetti sul patrimonio culturale, naturale e sulle comunità locali. Uno studio internazionale sottolinea che **i turisti consumano in termini di risorse naturali molto di più rispetto ai residenti**. I dati statistici a livello globale dimostrano che un turista consuma tra le tre e le quattro volte più acqua rispetto ad un residente e lo stesso vale per il consumo di elettricità. La produzione di rifiuti si attesta a due volte rispetto a quanto prodotto da un residente.

La produzione di rifiuti.

Nel grafico sottostante, relativo all'anno 2018, viene raffigurata la ripartizione percentuale mensile della produzione di rifiuti (differenziati e non) nelle zone del Trentino a maggior incidenza turistica, a forte vocazione sia invernale che estiva: Val di Fassa, Val di Sole, Val di Fiemme e Alto Garda e Ledro. La produzione di rifiuti è in aumento nei mesi dell'anno più «turistici», così come emerge dal picco massimo di agosto per tutti e quattro i bacini di raccolta. Nel grafico viene raffigurata anche la situazione del bacino di raccolta di Trento, a minore incidenza

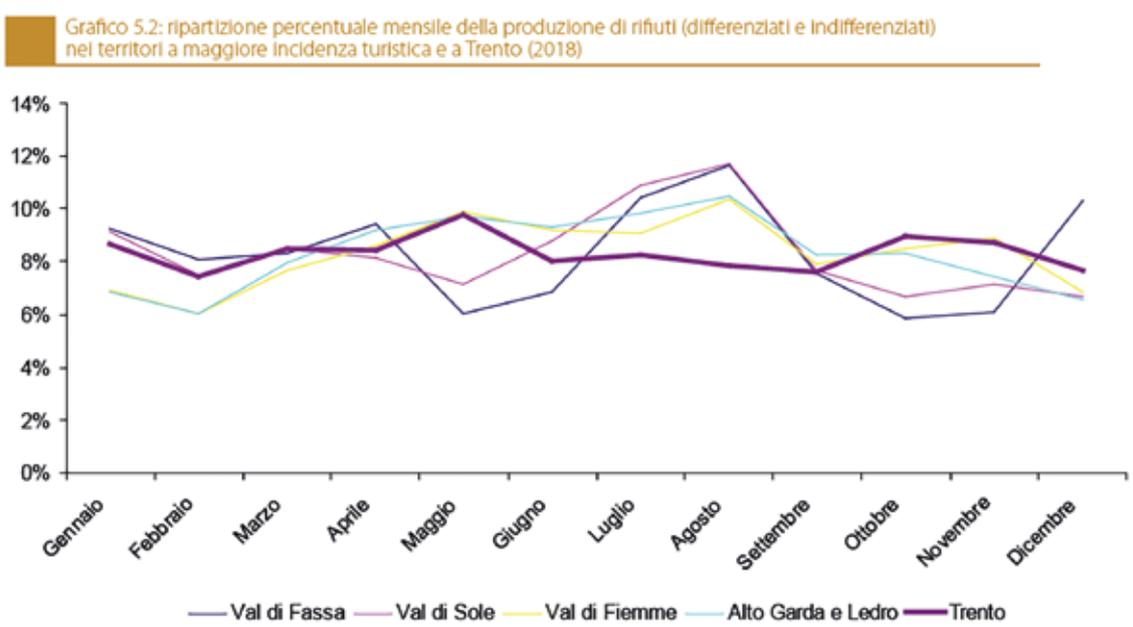
turistica rispetto agli altri quattro, dove si registra un andamento della produzione di rifiuti più lineare nel corso dell'anno a dimostrazione del fatto che c'è correlazione tra produzione di rifiuti e densità turistica.

Gli impianti a fune.

Il numero di persone trasportate dagli impianti a fune è aumentato ulteriormente negli ultimi due anni considerati (2018 e 2019); in linea generale l'utilizzo degli impianti è correlato sia all'aumento del traffico veicolare, sia, per quanto concerne il turismo invernale, all'utilizzo dell'acqua per l'innevamento artificiale. Il numero di persone trasportate sugli impianti a fune in funzione tra il 1995 e il 2019, per la stagione estiva, è in notevole aumento. Nel 1995 si trattava di 1.750.000 persone e nel 2019 se ne sono registrate 5.069.000. Analogamente, l'andamento del numero di persone trasportate sugli impianti a fune trentini in funzione tra il 1995 e il 2019, per la stagione invernale, fa segnare un forte aumento con un passaggio da 53 milioni di persone (1995) a più di 81 milioni (2019).

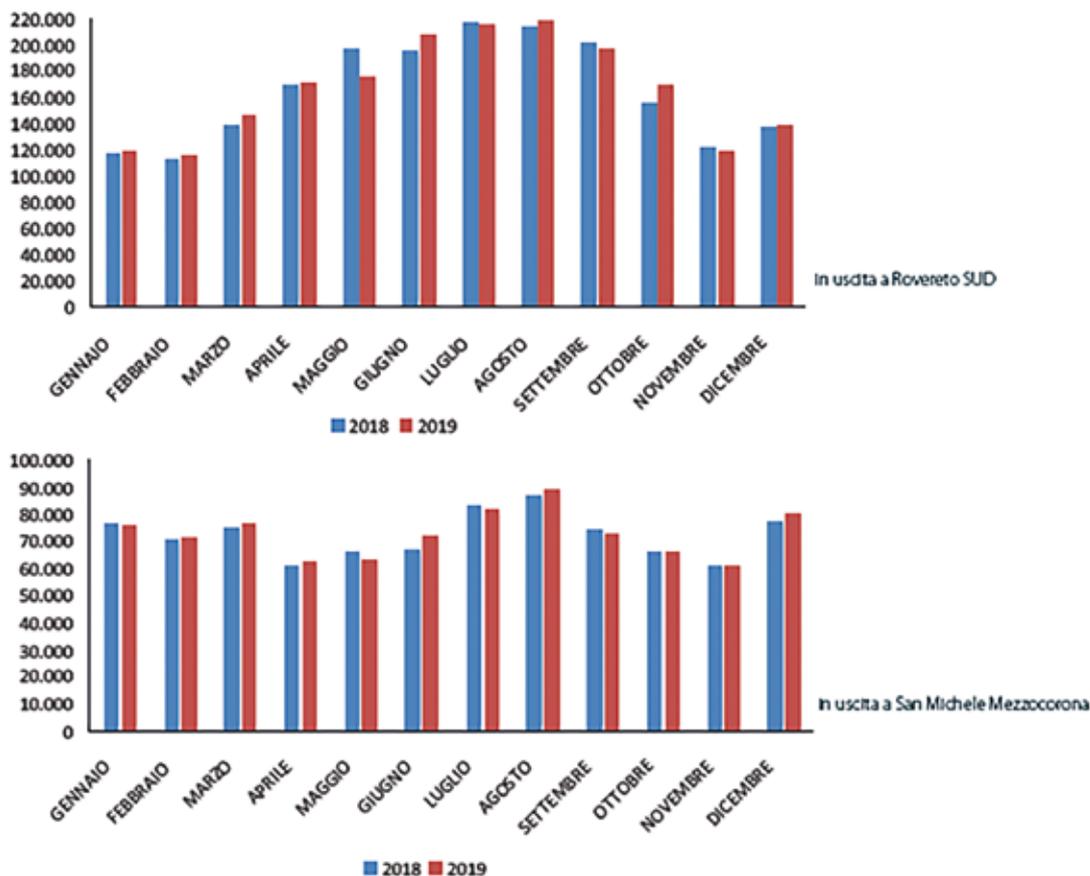
Il traffico veicolare.

L'afflusso turistico determina anche un aumento considerevole del traffico veicolare, accentuato negli ultimi anni anche dalla progressiva riduzione del numero medio di giornate di permanenza. Nei mesi estivi lungo il tratto autostradale trentino dell'autostrada del Brennero l'aumento del traffico veicolare leggero è molto marcato, in particolare per le uscite di Rovereto Sud e San Michele Mezzocorona (grafico a pagina 21)



Fonte: ISPAT - Istituto di statistica della provincia di Trento

Grafico 5.5: traffico veicolare leggero mensile in uscita da due caselli trentini dell'autostrada del Brennero (2018-2019)



Fonte: Autostrada del Brennero

I bacini idrici artificiali ad uso innevamento: stato attuale e prospettive future.

I bacini idrici artificiali sono divenuti da anni un'infrastruttura indispensabile per garantire agli impianti di innevamento artificiale l'approvvigionamento idrico necessario nel breve periodo utile per l'innevamento. Se a metà degli anni Ottanta l'innevamento artificiale si basava su derivazioni ad acqua fluente e soggette a notevole variabilità stagionale, il progressivo aumento della temperatura anche alle quote più alte ha portato alla necessità di accumulare risorsa all'interno di invasi dedicati. Il numero di giorni in cui si verificano temperature sufficientemente basse per produrre neve artificiale si è notevolmente ridotto e pertanto, quando si verificano le condizioni, devono essere immediatamente disponibili volumi idrici sufficienti a realizzare la copertura nevosa nel breve tempo disponibile. Da qui la necessità di realizzare bacini di accumulo.

Il sistema dei bacini idrici artificiali ad uso innevamento in Trentino. Nel 2019 gli invasi di volume superiore a 5.000 metri cubi realizzati e in esercizio sono complessivamente 78 (L.P. 18/1976). Di questi, 27 sono quelli ad uso innevamento. A questi si aggiungono altri 6 invasi in fase di realizzazione o di progetto. I bacini di accumulo ad uso innevamento artificiale realizzati hanno un volume complessivo di circa 900.000 metri cubi, mentre quelli in fase di realizzazione/in progetto, di circa 400.000 metri cubi.

Situazione attuale. Lo scenario odierno ci porta ad osservare che il fabbisogno attuale di invasi ad uso innevamento sembra essere stato sostanzialmente soddisfatto. Tuttavia, non sono da escludere ulteriori interventi futuri. Allo stato attuale, la realizzazione dei bacini artificiali ad uso innevamento non è regolamentata da alcuno strumento di pianificazione e non esiste una procedura standardizzata per i procedimenti autorizzativi. L'unico vincolo è costituito dal Piano Urbanistico Provinciale che individua le aree sciabili, all'interno delle quali la realizzazione di tali bacini può essere richiesta in funzione dell'esigenza contingente.

TURISMO E AGENDA 2030

Le conseguenze del cambiamento climatico in atto sul nostro pianeta, sull'ambiente, sugli esseri umani e sulle loro attività economiche sono diventate sempre più evidenti. E questo vale ancora di più nel settore turistico. Che è, per molti Paesi, un motore importante per lo sviluppo economico e inclusivo delle comunità locali (attualmente nel mondo un posto di lavoro su 11 è nel settore del turismo), che comporta tuttavia notevoli pressioni ambientali in termini di infrastrutture, emissioni, rifiuti, habitat. **L'Agenda 2030 promuove un cambio di modello di sviluppo turistico, puntando sul turismo sostenibile quale volano del cambiamento verso la sostenibilità, tramite l'adozione di modelli di consumo e produzione responsabili.**

Il comparto turistico del Trentino rappresenta una tra le principali attività economiche del territorio, sia per indotto che per posti di lavoro. Allo stesso tempo, però, l'industria turistica produce rilevanti effetti sul territorio e sull'ambiente naturale, soprattutto in termini di traffico, infrastrutture e rifiuti; il tasso di turisticità (numero di presenze negli esercizi alberghieri ed extralberghieri per ogni residente) fornisce una misura indiretta della pressione antropica esercitata sul territorio: il valore medio nazionale è 7 presenze/ab residente, mentre in Trentino è pari a 33. Il Trentino da diversi anni sta orientando il modello di sviluppo turistico verso un approccio sostenibile, puntando a mitigare i fenomeni di overtourism e valorizzando località ad oggi poco frequentate, promuovendo il turismo esperienziale, le forme di ospitalità diffuse, l'artigianato e la cultura locale, la mobilità alternativa. La promozione di un turismo sostenibile diventa efficace e si traduce in progetti duraturi quando i soggetti coinvolti a vario titolo, sia pubblici che privati, sono formati e sensibili al tema e intravedono in questa modalità di ricerca e gestione dei flussi turistici un vantaggio economico per il territorio. A livello provinciale andrebbe rafforzata la sinergia tra le politiche turistiche e le strategie di turismo sostenibile delle aree protette, la formazione e il coinvolgimento non solo degli operatori del settore, ma anche dei residenti nelle comunità turistiche. Da segnalare il crescente e positivo interesse mostrato negli ultimi anni per le strutture agrituristiche, ovvero per quelle forme di ospitalità nelle quali il turista è accolto presso un'azienda agricola.

Processo partecipativo Agenda 2030.

All'interno del percorso partecipativo previsto dal progetto Agenda 2030 in Trentino, è stato affrontato il tema del **turismo sostenibile**. È stato chiesto ai giovani (fascia di età 17-30 anni) quali siano gli elementi che potrebbero entrare in crisi nel prossimo futuro e quale sia la visione del Trentino desiderabile nel 2040. Si riporta un breve estratto di quanto emerso.

1. Possibili elementi di crisi del sistema attuale nel settore turistico.

Nei prossimi anni potrebbero verificarsi forti squilibri nel settore turistico, portando in alcune aree un sovraccarico di turisti e in altre prolungati periodi di crisi. Potrebbe essere favorito il turismo giornaliero a scapito delle strutture ricettive. I divari economici tra aree potrebbero intensificarsi e aumentare la fragilità complessiva; tale fragilità potrebbe essere aggravata da possibili riduzioni del supporto pubblico (in difficoltà per crisi su altri fronti), da possibili episodi di inquinamento (percepito o reale), da picchi di consumo di risorse (acqua, energia) o picchi di produzione di rifiuti (dovuti anche a turisti meno sensibili e meno rispettosi dei luoghi); a loro volta questi consumi crescenti potrebbero innescare tensioni tra vallate, o regioni e province limitrofe (ad esempio per la disponibilità idrica in periodo di scarsità). L'intera offerta turistica trentina potrebbe andare in crisi a causa della viabilità congestionata, del calo della neve naturale e del cambio di preferenze che oggi sembrano tendere verso luoghi anche meno conosciuti ma con forti identità. L'originalità dell'offerta turistica trentina potrebbe essere minacciata da uno sviluppo tecnologico nei servizi non consapevole e contrastante con le relazioni autentiche di ospitalità (facendo perdere identità e personalità).

2. Principali elementi di un 2040 desiderabile (visione di futuro a cui puntare).

Le reti di imprese locali collaborano alla valorizzazione delle risorse culturali e territoriali coinvolgendo turisti e ospiti, promuovendo iniziative con le comunità locali. La produzione e offerta di prodotti locali tipici è supportata dalla Provincia mentre gli operatori turistici hanno ridotto al minimo imballaggi e consumi idrici ed energetici, istruendo anche gli ospiti. Il turismo di massa non esiste più: gli accessi in aree molto frequentate sono monitorati e limitati. L'identità del territorio è valorizzata e condivisa attraverso un approccio esperienziale con il turista. La mobilità turistica si appoggia interamente su mezzi elettrici, pubblici e privati ben integrati che contano su infrastrutture adeguate e capillari dedicate alla mobilità dolce.

TRENTINO

ESPERIA®
printevolution

www.esperia.tn.it

info@esperia.tn.it



LA TUA IMPRONTA VERDE
NEL MONDO DELLA STAMPA.



*Insieme possiamo scegliere
di far sbocciare un'idea migliore*



2022



**SIAMO A SOSTEGNO DI AZIENDE CHE MIRANO A
DISTINGUERSI PER LA PROPRIA SENSIBILITÀ "GREEN";**

STUDIAMO E REALIZZIAMO SOLUZIONI SU MISURA,
ECOCOMPATIBILI E DI ALTO LIVELLO, NELL'AMBITO DEL
PACKAGING, DELLA CATALOGHISTICA E DELL'EDITORIA.



Opzione
Climaticamente neutrale
ClimatePartner



A maggio verrà presentato il nuovo progetto finanziato dal Fondo For.Te.

Formazione professionale in azienda gratuita per le aziende associate all'Asat

🕒 1' e 10"

Vuoi prendere parte al progetto dell'Asat per finanziare la formazione nella tua azienda? A maggio 2021 l'Asat, attraverso il Fondo For.Te., presenterà un nuovo progetto sull'Avviso 3/19 grazie a cui sarà possibile finanziare corsi di formazione professionale in favore delle proprie aziende associate.



Per aderire contattare
Stefania Franchini allo 0461-923666 (interno 5), oppure via mail scrivendo a s.franchini@asat.it

BEN ARRIVATO TESEO!

La fine del 2020 ha portato un lieto evento per la nostra stimata collaboratrice Francesca Maffei: è nato il suo primogenito Teseo, sano e vispo. Grande la gioia di mamma Francesca e papà Edoardo Besenzoni, che hanno così dato il via alla loro vita da genitori. Una nuova lieta, per non smettere di aver fiducia nel futuro. Tutta l'Asat si congratula con Francesca ed Edoardo.



Formazione professionale in corso

Quali vantaggi avranno le aziende partecipando al progetto?

1. Sarà possibile attivare specifici percorsi formativi per i dipendenti;
2. Le aziende potranno contare sulla professionalità di un consulente specializzato che arriverà direttamente in azienda;
3. La formazione verrà programmata in base alle tempistiche e alle esigenze della singola azienda.

Quanto costa tutto questo? Nulla! La formazione sarà realizzata grazie al finanziamento del Fondo For.Te, pertanto coordinamento e costo dei consulenti saranno a carico dell'Asat. L'adesione a Fondo For.Te, infatti, non ha alcun costo o vincolo, né per l'azienda né per il personale dipendente. Tale adesione avviene tramite il dirottamento a favore del Fondo di una parte di un contributo Inps, che mensilmente il datore di lavoro già versa all'Inps nel momento in cui effettua i consueti versamenti contributivi mensili relativi ai dipendenti. I costi dei consulenti saranno coperti fino ad un massimale di spesa che sarà preventivamente concordato con l'Asat, quale soggetto intestatario del finanziamento.

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



NEL **TURISMO** *Crescita professionale*

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



NEL **TURISMO** *Sostegno al reddito*

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



NEL **TURISMO** *Vantaggi e benefici*

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



Il Monte Everest

Nell'*annus horribilis* del turismo è curioso notare come la conferenza annuale dell'**Alleanza Internazionale per il Turismo Montano - IMTA**, tenutasi dal 18 al 20 novembre scorsi, sia stata organizzata a Guiyang, nel Paese da cui tutto ciò ha avuto inizio, la Cina. Lungi dal venire boicottato o dirottato in altre location, l'evento ha invece visto la partecipazione di più di 300 persone provenienti da organizzazioni ed enti internazionali, tra le quali UNWTO, WTTC, WTA, ASEAN-China Center, oltre a consulenti e studiosi del settore turistico, rappresentanti delle associazioni imprenditoriali coinvolte e membri IMTA che si sono riuniti presso l'omonima sede, ai quali si sono aggiunti tutti quelli collegati con l'ausilio di piattaforme innovative. Unico punto da approfondire all'ordine del giorno, la ripartenza e la ripresa dell'industria turistica dopo la pandemia, da perseguire attraverso azioni online e offline.

Secondo il rapporto dell'UNWTO, dal 20 aprile scorso nel 100% delle destinazioni mondiali sono state introdotte restrizioni di viaggio per contenere la diffusione del virus; tale scenario ha messo a rischio dai 100 ai 120 milioni di posti di lavoro a livello globale nel settore in analisi. Gli esperti hanno

affermato che il Covid-19 è la pandemia più devastante nella storia del turismo e dell'ospitalità, ponendo fine improvvisamente a un periodo di dieci anni di crescita mai interrotta dalla crisi finanziaria del 2009 in poi. Ovviamente il turismo di montagna non è stato risparmiato e attualmente tante restano le sfide e le incertezze sul futuro.

La conferenza IMTA 2020 si è concentrata sul tema «Il percorso di sviluppo del turismo di montagna nel mondo post-Covid», approfondendo le possibilità di promozione e rivitalizzazione per un turismo di montagna di qualità e fornendo indicazioni di pensiero e supporto pratico per la gestione globale dell'industria delle vacanze.

Significativo il caso, presentato in seno alla kermesse, relativo al Paese che ospita le montagne più alte del pianeta, il **Nepal**. Qui il turismo di montagna è la forma di



Foto: www.wikimedia.org

Lo sviluppo del turismo di montagna nell'epoca post Covid

La conferenza dell'IMTA approfondisce il caso nepalese, in cui l'«alta quota» è in crisi a causa della pandemia

🕒 2' e 25"

✍️ Francesca Maffei

vacanza più popolare tra i viaggiatori, molto più rispetto ad altri tour a bassa quota o a trekking culturali. Un trend che si è totalmente interrotto a causa della pandemia, comportando la disoccupazione di guide alpine, facchini, sherpa, agenzie viaggi e colpendo in pieno il periodo stagionale in cui gli albergatori solitamente hanno già provveduto ad acquistare in anticipo tutti gli approvvigionamenti necessari, per evitare le costose tariffe di trasporto tipiche dell'alta stagione. Chiunque lavori in questo settore soffre, ma gli albergatori sui sentieri dell'Himalaya sono colpiti il doppio degli altri. Secondo il presidente della Nepal Mountaineering Association, al turismo alpinistico nepalese saranno necessari tre anni per riprendersi poiché i viaggiatori,

prevalentemente di provenienza intercontinentale, non effettueranno immediatamente viaggi a lungo raggio. Secondo alcuni, tuttavia, questa è la migliore opportunità che poteva capitare alle comunità turistiche del Nepal per revisionare la loro industria dell'ospitalità con pochi ma fondamentali passi da compiere in tempi di Coronavirus, così da essere pronti quando tutto ripartirà.

1. Varare un piano di ricostruzione con un pacchetto di aiuti e programmi per la ripresa dell'industria del turismo, a breve e a lungo termine.
2. Sfruttare questa occasione irripetibile per mantenere i percorsi di trekking, migliorandone le prestazioni future.
3. Riorganizzare e riorientare le destinazioni turistiche di montagna.
4. Potenziare le infrastrutture di sicurezza e i servizi igienico-sanitari, regolamentandone l'accesso con informazioni affidabili.
5. Costruire professionalità solide nelle pratiche di turismo sostenibile.

Il messaggio finale della conferenza, valido per il Nepal così come per tutto il mondo, è quindi stato che fintanto che gli esseri umani si sposteranno, il turismo avrà sempre nuove occasioni di rinascita. Meglio non perdere tempo.



🕒 2' e 15"

👤 Francesca Maffei

Positivity made in Marriott



Foto: wikimedia.org

Arne Sorenson, President & CEO, Marriott International

The wind of optimism blows from one of the biggest and most famous hospitality brands, **Marriott International**, through its CEO's words. **Arne Sorenson**, president and chief executive officer of the largest and publicly traded hotel chain in the world, recommends to focus on a balanced mix of realism on one side and hope on the other, counting on core values such as collaboration, hard work and talent, together with analysis and transparency as far as travel demand is concerned.

A process that necessarily needs to rely on the attraction of young human resources and on the retention of the existing ones, making them feel confident about the future of the travel industry and regaining more trust than before. Said by a manager who had to cut its employees by 20/25% globally, it sounds particularly true. In his opinion, there's a lot of work to be done to be ready when the pandemic will be over, especially in communication. Messages need to concentrate not on depicting an edulcorated and therefore false picture of what is happening, but in describing what is known and what is unknown, which actions have been but in place and what decisions will be taken. Fostering credibility both internally and towards the public.

Sorenson reckons that after the last two huge economy downturns, the one that followed the 9/11 terrorist attacks and the financial crisis in 2009, forecasts stated that the tourism sector would have never come back to the pre-crisis levels, but this turned out to be completely wrong. Now circumstances are different, because after World War II no crisis can be compared to the one caused by Covid-19, and therefore the reaction and the final outcome will be even stronger. According to the CEO, the reasons that used to make people travel before have not disappeared but have evolved into a new dimension. For instance, when lockdowns were announced in many countries, a number of different companies and team members declared that working remotely from their homes was much better than doing it on their workplace. But now, after weeks or months passed almost isolated, they are quite changing their minds and also business, or *bleisure* (business + leisure) travel appears on the verge of resurrection.

We are in a so-called phase of resistance, or better resilience, as Sorenson sums up, both on an economy and emotional dimension, where all strategies and forces must be put in place to start running fast, as soon as darkness will give way to the first ray of light.



Foto: www.pixabay.com

Technology to support tourism

Can D.A.D., **Didactic At Distance**, a literal translation of the Italian model of dealing with schools facing the pandemic, lead to H.A.D., **Hospitality At Distance**, an imaginative acronym for a practice which is on the opposite very real?

The new *Alibaba Future Hotel, Fly Zoo*, located in the Chinese megalopolis of Hangzhou, features as its main peculiarity the fact of operating without staff, at least as far as public contact is concerned. Of course, in case of need human beings are always available to show up from the back-office, but this happens quite seldom. Put in nutshell, it's a way of doing hospitality while maintaining a certain adequate distance from guests. Would this be a model suitable also in small and family-run leisure hotels? Probably no, especially in alpine destinations. Robots are not expected in this kind of hotels, more broadly speaking are not expected in mountain hospitality or during a leisure holiday.

Artificial intelligence, despite the general demand of more safety and security, has its limits. Travelers do not want technology to take all human contacts away, and this is particularly true in Italy, where values such as culture and authenticity are pivotal. However, what is important is to keep these milestones evolving. How? For example, with the employment of a platform that allows the reservation of ski-lifts and slopes, offering the advantage of enjoying space and time at their best. A must widely appreciated nowadays and not only. Then there are disin-

From D.A.D. to H.A.D.?

🕒 1' e 55"

✍️ Francesca Maffei

termediation tools like *Giggle.tips*, which increase conversions while providing nature-related experiences outside or inside the hotel like activities, healthy organic food proposals, massages, treatments etc. All this while generating a lot of online traffic, thanks to content sharing both from the hotel website or from e-mail marketing. Such an integration of different products and services becomes directly bookable and perfectly customizable for the person who receives it. On the other hand, hotels can have a useful overview on how many customers have booked a particular experience, inserting reservations into their PMS which will then be added to the final check automatically. When connected to the hotel info system, these applications also act like a room directory or a weekly program that can be read by means of QR codes, and simultaneously translated into a number of foreign languages. A series of strategic solutions that keep physical distance while virtually reducing it.

A Celeste Taiano il premio di «Giovane albergatore dell'anno»

Assegnati, come da tradizione, i premi di «Giovane albergatore dell'anno» e di «Comitato giovani albergatori dell'anno» in occasione dell'Assemblea annuale Cnga - Federalberghi tenutasi a Rimini lo scorso 15 ottobre.

Il primo, noto anche come Premio Alvisè Maschietto, è stato attribuito a **Celeste Taiano**, presidente del Comitato giovani albergatori di Varese e titolare dell'hotel Osteria della Pista. Le motivazioni che hanno portato Celeste a vincere il riconoscimento si riassumono nel progetto BIG (Business Game Intergenerazionale, promosso dal CFMT - Centro di Formazione per il Management del Terziario). Più di 1200 i partecipanti, suddivisi in 163 squadre, con le quali il team di Taiano si è dovuto confrontare per salire sul terzo gradino del podio. Un gruppo formato dagli studenti di quattro diverse scuole alberghiere, a cui il giovane imprenditore ha infuso, in maniera efficace, una serie di skills e di know-how manageriale, puntando sull'affiatamento e sull'intraprendenza tipica dei giovanissimi. A loro sono state riservate delle borse di studio finalizzate a proseguire gli studi una volta laureati e/o ad accedere, parallelamente, ai programmi formativi organizzati dallo stesso CFMT. I meriti di Celeste Taiano non si esauriscono tuttavia con il progetto BIG. Opera sua è l'iniziativa LABHOTEL, inserita nella più ampia cornice del Progetto Scuola, che ha visto il coinvolgimento di una nutrita schiera di istituti ad indirizzo turistico-alberghiero della provincia varesina.

La città di Grosseto, con il suo Comitato giovani albergatori, è stata invece insignita del premio «Comitato giovani albergatori dell'anno». Sotto la presidenza di **Pasquale Iervolino** e con il forte impulso dato dall'albergatrice **Eleonora Angeli**, altresì delegata nazionale per la Regione Toscana all'interno del Cnga, il gruppo ha portato a termine nel corso degli anni una serie di significativi proget-

Spetta alla città di Grosseto il riconoscimento di «Comitato giovani albergatori dell'anno»

🕒 2' e 35"

👤 Francesca Maffei

ti, tra i quali spiccano quelli legati al famoso workshop fiorentino della BTO (Buy Tourism Online), in stretta sinergia con il suo comitato tecnico. L'anno precedente, 2019, erano stati sette i comitati in lizza che avevano presentato le loro relazioni annuali in seno alla kermesse di Rimini: oltre alla Toscana, l'Abruzzo, la Liguria, e la Valle d'Aosta, mentre a livello di singole città si sono distinte Roma, Rimini e Varese. Grandi assenti i Giovani albergatori del Trentino (Gat), solitamente molto attivi nella vita associativa sia locale sia provinciale sia nazionale, e in passato spesso promotori di idee e azioni di successo.



Celeste Taiano riceve il premio Alvisè Maschietto

Cat Turismo, al via la stagione di formazione 2021

Tutti gli appuntamenti con i corsi da fine gennaio a giugno



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 for-

mazione costante al fine di prevenire eventuali problemi igienici e sanitari tutelando così la salute dei consumatori.

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

Il corso è rivolto ai titolari/responsabili, al personale di cucina e di sala.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
22/02/2021	14.00-18.00	ONLINE
29/03/2021	09.00-13.00	ONLINE
19/04/2021	14.00-18.00	ONLINE
10/05/2021	09.00-13.00	ONLINE
14/06/2021	14.00-18.00	ONLINE

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

CORSO AGGIORNAMENTO PER TUTTE LE MANSIONI (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	MODALITÀ
22/02/2021	14.00-18.00	ONLINE
29/03/2021	09.00-13.00	ONLINE
19/04/2021	14.00-18.00	ONLINE
10/05/2021	09.00-13.00	ONLINE
14/06/2021	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: € 60,00 + IVA - Quota associati: € 50,00 + 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 AGGIORNAMENTO PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (6 ore)

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
16/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
22/03/2021	14.00-16.00	
24/05/2021	09.00-13.00	ONLINE
25/05/2021	09.00-11.00	

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
08/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
09/03/2021		
15/03/2021		
16/03/2021		
11/05/2021	9.00-13.00	ONLINE
17/05/2021		
18/05/2021		
24/05/2021		
24/05/2021		

Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO CORSO AGGIORNAMENTO PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (2 ore)

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale. Il datore di lavoro che ha frequentato il **corso online di referente covid** organizzato dall'APSS, è tenuto alla frequenza di sole 2 ore per terminare l'aggiornamento.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
22/03/2021	14.00-16.00	ONLINE
25/05/2021	09.00-11.00	ONLINE

Quota di partecipazione: € 40,00 + IVA - Quota associati: € 30,00 + 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'allegato 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 ELEVATO (16 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
08/06/2021 09/06/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 270,00 + IVA - Quota associati: € 255,00 + IVA

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	MODALITÀ
PARTE TEORICA		
18/02/2021	14.00-18.00	ONLINE
26/04/2021	09.00-13.00	ONLINE
PARTE PRATICA		
31/05/2021	09.00-13.00	AULA - TRENTO
31/05/2021	14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 140,00 + IVA - Quota associati: € 120,00 + 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	MODALITÀ
18/02/2021	14.00-18.00	ONLINE
26/04/2021	09.00-13.00	ONLINE

Quota di 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.

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA		
01/03/2021 02/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
03/05/2021 04/05/2021	14.00-18.00	ONLINE
PARTE PRATICA		
07/06/2021	09.00-13.00	AULA - TRENTO
07/06/2021	14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA

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	MODALITÀ
07/06/2021	09.00-13.00	AULA - TRENTO
07/06/2021	14.00-18.00	AULA - TRENTO

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



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.
 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 E’ 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.

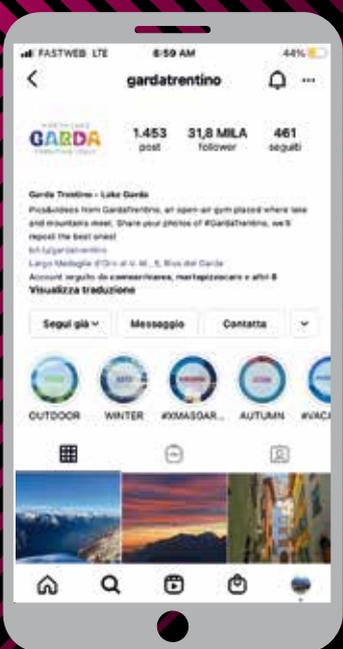
PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
PRIMA EDIZIONE		
02/03/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	ONLINE
SECONDA EDIZIONE		
04/06/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO

AGG.TO RLS 4H:
 Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA
 AGG.TO RLS 8H:
 Quota di partecipazione: € 180,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + IVA

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
PRIMA EDIZIONE		
09/02/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	ONLINE
16/02/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	ONLINE
23/02/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	ONLINE
02/03/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	ONLINE
SECONDA EDIZIONE		
14/05/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO
21/05/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO
28/05/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO
04/06/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 410,00 + IVA - Quota associati: € 370,00 + IVA



Instagram: reels, stories, IGTV

Differenze e modi per sfruttarli

Utilizzi Instagram senza i risultati che speravi?

Per scoprire come far crescere il tuo profilo (e i follower) segui il nostro video tutorial gratuito su Hospitality Digital Space.

hospitalityriva.it
#HOSPITALITYRIVA



Una collaborazione



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 conseguenti 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 E' 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.

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI CORSO GENERICO (4 ORE) + CORSO SPECIFICO (4 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
24/02/2021 25/02/2021	09.00-13.00	ONLINE
30/03/2021 31/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
21/04/2021 22/04/2021	09.00-13.00	ONLINE
12/05/2021 13/05/2021	14.00-18.00	ONLINE
16/06/2021 17/06/2021	09.00-13.00	ONLINE
12/07/2021 13/07/2021	14.00-18.00	ONLINE

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
24/02/2021 25/02/2021	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
30/03/2021 31/03/2021	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
21/04/2021 22/04/2021	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
12/05/2021 13/05/2021	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
16/06/2021 17/06/2021	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
12/07/2021 13/07/2021	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE

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

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);

I lavoratori con contratto di apprendistato devono frequentare tale corso di formazione.

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

DIRIGENTI

“Il Dirigente di ogni azienda è la persona che, in ragione delle competenze professionali e di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell’incarico conferitogli, attua le direttive del Datore di lavoro organizzando l’attività lavorativa e vigilando su di essa.”

La formazione dei dirigenti deve tener conto di quanto previsto dall’art. 37, comma 7, dagli obblighi previsti all’art. 18 ed è comprensiva della formazione per lavoratori (generale + specifica)

Aggiornamento quinquennale.

CORSO PER DIRIGENTI (16 ore)

Il corso è strutturato in quattro moduli: 1. Giuridico- normativo 2. Gestione ed organizzazione della sicurezza 3. Individuazione e valutazione dei rischi 4. Comunicazione, formazione e consultazione dei lavoratori.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
11/02/2021 12/02/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO
SECONDA EDIZIONE		
10/06/2021 11/06/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 240,00 + IVA - Quota associati: € 200,00 + IVA



CORSO DI AGGIORNAMENTO PER DIRIGENTI (6 ore)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
12/02/2021	09.00-13.00 14.00-16.00	AULA - TRENTO
SECONDA EDIZIONE		
11/06/2021	09.00-13.00 14.00-16.00	AULA - TRENTO

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

PREPOSTI

“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.

Aggiornamento quinquennale.

FORMAZIONE PARTICOLARE PER PREPOSTI (8 ore)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
20/04/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO
SECONDA EDIZIONE		
13/07/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 240,00 + IVA - Quota associati: € 200,00+ 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	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
20/04/2021	09.00-13.00 14.00-16.00	AULA - TRENTO
SECONDA EDIZIONE		
13/07/2021	09.00-13.00 14.00-16.00	AULA - TRENTO

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

Turismo pionieristico e industriale

🕒 2' e 25"

✍️ Gianfranco Betta

L'affermarsi di una destinazione turistica trova la propria spiegazione nel lavoro di protagonisti capaci di anticipare i tempi e cogliere le opportunità dettate dal momento storico. È grazie a questi pionieri che poi si innesca un processo imitativo di altri operatori che trasforma la vocazione di un territorio imprimendo un diverso sentiero di sviluppo.

Il testo tratteggia l'ascesa e il declino di una dinastia familiare, quella degli **Oesterreicher**, che ha segnato larga parte dell'affermarsi di **Madonna di Campiglio** come meta turistica privilegiata per la nobiltà austriaca, prima, e di una esigente e danarosa clientela italiana, poi. Tutto ha inizio con il capofamiglia **Franz Joseph Oesterreicher**, figlio di un macellaio residente nel paese di Brand in Niederösterreich, che preferisce farsi le ossa come cameriere a Vienna, Londra, Bolzano prima di approdare a Trento, come locatario prima e proprietario poi del prestigioso Hotel Trento (l'attuale sede della Provincia), affiancato dalla moglie **Maria Grossteiner**, figlia di un imprenditore bolzanino, che porta in dote i denari necessari per questa avventura imprenditoriale. Dall'Hotel Trento, che sotto gli Oesterreicher con successivi ampliamenti diventerà «Imperial Hotel Trento» all'acquisto del Maso di Muralta a Cognola mettendovi a dimora, tra i primi in Trentino, quattro ettari di vigneto di pregiate varietà internazionali, e soprattutto all'edificazione a Madonna di Campiglio dell'Hotel des Alpes, rilevando lo Stabilimento Alpino



Ennio Lappi, Paolo Luconi Bisti

FRANZ JOSEPH OESTERREICHER
PIONIERE DEL
TURISMO IN
TRENTINO

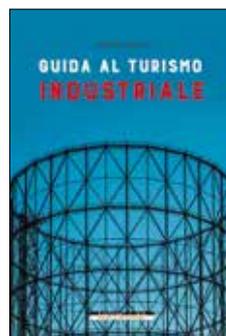
Ed. Curcu Genovese,
2020

pp. 208 - 22 euro

dagli eredi di **Giambattista Righi**, che per primo nel 1870 aveva dato avvio allo sviluppo turistico in zona. Qualche anno più tardi, dopo aver acquistato una novantina di ettari di terreni al Campo, l'apertura dell'Hotel Campo Carlo Magno, un albergo di lusso di categoria superiore dotato di ogni comfort, che dopo la morte di Franz Joseph sarà gestito dal figlio. L'aspetto peculiare che emerge dal testo, dotato di una ricca iconografia di foto e cartoline dell'epoca, è la capacità imprenditoriale degli Oesterreicher, leggibile non solo nel riuscire a realizzare costosi investimenti rendendoli redditizi, ma anche nella loro capacità di gestire e trattare con uguale impeccabile professionalità clientele di diverso orientamento, in una fase in cui il confronto tra filoirendentisti e fedeli all'Impero in Trentino era all'ordine del giorno.

Nell'inseguire la lunga coda della segmentazione della domanda turistica, anche i complessi di archeologia industriale, molto spesso trasformati in musei, possono rappresentare un'attrattiva per un pubblico di appassionati. Su e giù per l'Italia le testimonianze che possono giustificare un viaggio sono numerosissime: dall'Arsenale di Venezia ai torcitori da seta di Bologna; dalla lavorazione della carta a Lucca o a Fabriano al recupero dei lanifici biellesi; dal complesso delle seterie di San Leucio a Caserta alle officine di Petrasa (oggi Museo delle Ferrovie Italiane). L'elenco potrebbe continuare per intere pagine.

Per quanto riguarda il Trentino il testo suggerisce quattro siti. Il **Museo dell'aeronautica Gianni Caproni**, «il più antico museo d'impresa italiano», frutto di quanto raccolto già dal 1927 dall'ingegner Caproni nel museo di Taliedo in provincia di Milano dove aveva lo stabilimento produttivo. La **Centrale di**



Jacopo Ibellò

GUIDA AL TURISMO
INDUSTRIALE

Morellini Editore,
2020

pp. 224 - 17,90 euro

Fies a Dro, oggi nota per la produzione di performance e arte contemporanea. Poco più a nord a Santa Massenza l'**Hidrotour Dolomiti tra le maggiori centrali elettriche del Trentino**. E da ultimo l'imponente complesso della Manifattura Tabacchi di Rovereto, che negli ultimi anni ha più che raddoppiato gli spazi originari della Regia Manifattura Austriaca.

“

SPAZIO AL FUTURO DELL'OSPITALITÀ

1 // 2 // 3 // 4 FEBBRAIO 2021 ★

TRENTINO



**DIGITAL
SPACE**



grafica | the studio.iz | gh | Hemacelbrosa / Cairnsy Tamburini Arts

HOSPITALITY | Edizione Online!

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



#HOSPITALITYRIVA | hospitalityriva.it

PER QUESTA EDIZIONE
ARRIVIAMO NOI DA VOI



Il futuro dell'ospitalità ad Hospitality Digital Space

38

Un'edizione eccezionale di Hospitality pensata per fornire a tutti i professionisti che lavorano nel settore dell'accoglienza e della ristorazione i migliori strumenti per guidare il cambiamento: dal 1° al 4 febbraio 2021, Riva del Garda Fierecongressi presenta **Hospitality Digital Space**. In attesa di poter tornare - nel 2022 - a valorizzare le eccellenze delle oltre 500 aziende espositrici che ogni anno scelgono Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza per presentare i propri prodotti a tutta la community degli operatori dell'Ho.Re.Ca., Hospitality Digital Space propone uno spazio virtuale nuovo e dinamico per fare formazione e creare nuove opportunità di business attraverso networking e sinergie.

«Vogliamo offrire al settore tutto il supporto necessario per disegnare il futuro dell'ospitalità confermando Hospitality come un hub in cui condividere idee e creare sinergie, dove conoscere e apprendere gli strumenti utili per far crescere la propria impresa rendendola competitiva - dichiara **Alessandra Albarelli** - Molti professionisti, grazie anche alla formazione online, hanno infatti saputo reagire a questi mesi critici modificando i propri servizi per diversificare l'offerta. Il futuro dell'ospitalità si muoverà in questa direzione, puntando su sostenibilità e valorizzazione del territorio, con particolare attenzione alle ultime tecnologie».

Focus su sostenibilità e territorio

In diretta dal *Live Space*, l'inaugurazione del 1° febbraio vedrà la partecipazione in presenza e in remoto di alcuni rappresentanti delle istituzioni, per approfondire le tematiche in cui il settore dell'ospitalità e della ristorazione può fare la differenza. Si parlerà di lotta allo spreco alimentare, di sostenibilità

e valorizzazione del territorio attraverso il racconto di alcune *best practice* Made in Italy, come Slow Food.

Il futuro dell'ospitalità? Innovazione, formazione e networking

Hospitality Digital Space coinvolgerà esperti e testimonial professionali in appuntamenti gratuiti e workshop, favorendo il business e offrendo opportunità di visibilità alle aziende e ai partner nell'Area Expo. Un ricco calendario di incontri in cui si alterneranno approfondimenti dedicati all'hotel management, al design, alla sanificazione, al food & beverage, al tech, alla mixology, alle tendenze brasiliane. Mercoledì 3 e giovedì 4 febbraio, inoltre, un percorso specialistico per la formazione e l'aggiornamento dell'hospitality digital manager con l'evento pay to play Onspitality. Nelle due stanze virtuali - Live Space e Academy Lab - si alterneranno momenti di edutainment e formazione aperti a tutti, attraverso la registrazione su www.hospitalityriva.it.

-  **IDEE +**
Laboratorio virtuale per creare e sviluppare soluzioni inedite
 -  **FORMAZIONE +**
Cyberspazio di crescita e scambio di know-how per l'Ho.Re.Ca.
 -  **RELAZIONI +**
Business matching con aziende innovative
 -  **BUSINESS +**
Marketspace completo per il mercato dell'ospitalità e della ristorazione
 -  **SVILUPPO +**
Case history e talent d'eccellenza
- = BENVENUTI NEL FUTURO DELL'OSPITALITÀ**



🕒 2' e 35"

Dal 1° al 4 febbraio 2021, in un eccezionale spazio dinamico e future-oriented, formazione, trend e opportunità di business per guidare il cambiamento del settore Ho.Re.Ca.

■ Mixology, birra artigianale e caffè

Il 2 febbraio, all'interno del Live Space i riflettori saranno puntati sul settore Beverage e sulle aree speciali RPM-Riva Pianeta Mixology e Solobirra con gli appuntamenti condotti dal giornalista e scrittore **Maurizio Maestrelli**. Un'opportunità di formazione e aggiornamento per bartender e operatori Ho.Re.Ca. per diversificare l'offerta e ripensare strategicamente il business. Confermati anche quest'anno i concorsi Solobirra, Best Label e - novità del 2021- Best Pack. Hospitality ha prorogato al 31 marzo i termini per inviare le migliori creazioni artigianali non pastorizzate per il concorso tecnico Solobirra che ne valuterà le qualità organolettiche e gustative. Stessa scadenza anche per i concorsi grafici Best Label e Best Pack, realizzati in partnership con Fedrigoni e Arconvert Ritrama. Studi grafici o di comunicazione, progettisti, tipografie e cartotecniche possono sottoporre alle giurie le etichette o li imballaggi più innovativi destinati alla produzione brassicola artigianale.

L'ASAT A HOSPITALITY

L'Asat sarà presente all'interno dell'area Expo di Future Trend con un proprio stand virtuale e con due interventi registrati:

- 1) Instagram Reels, Stories e IGTV: come utilizzarli per far crescere il proprio profilo (e i follower). A cura di OGP - Agenzia di comunicazione.
- 2) Governare l'incertezza anche nell'ambito dell'accoglienza. Come usare il futuro nelle aziende del turismo. A cura di Skopia - Anticipation Services.

Inoltre, gli associati all'Asat hanno diritto ad uno sconto del 50% per partecipare ad Onspitality, il percorso pay to play dedicato alla formazione e all'aggiornamento. Ecco il codice sconto: **asat50**.



Alessandra Albarelli, direttrice generale di Riva del Garda Fierecongressi

Evoluzione della domanda e dell'offerta ricettiva saranno i temi al centro del pomeriggio del 1° febbraio, interamente dedicato al turismo e all'ospitalità. Dal Live Space, **Alberto Mattiello**, business futurist, autore, speaker internazionale ed esperto di innovazione, condurrà live tre incontri dedicati ai nuovi scenari del mercato turistico, alberghiero e wellness, con importanti ospiti quali **Mauro Santinato** di Teamwork, Hannes Illmer di tt-consulting, **Mauro Gilardi** di NH Hotel Group e **Alfonso Femia** di Atelier(s) Alfonso Femia. Il Live Space sarà anche il palcoscenico da cui, la mattina del 2 febbraio, **Peppone Calabrese**, gastronomo e conduttore di Linea Verde, guiderà il pubblico in un viaggio virtuale alla scoperta del futuro dell'ospitalità legata al territorio e all'innovazione con Fondazione Edmund Mach, l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e Federazione Italiana Cuochi. Ospite di eccezione, Artesella.

Molti gli appuntamenti gratuiti dedicati all'aggiornamento delle aziende e dei professionisti dell'ospitalità che si susseguiranno per tutti 4 i giorni nelle aule di Academy Lab, l'ambiente virtuale di Hospitality Digital Space dedicato alla formazione. Sostenibilità, attenzione al benessere dei clienti, design delle strutture ricettive, menu green, sono solo alcuni dei topic che verranno affrontati da tutor ed esperti. Sono in programma incontri dedicati ai nuovi trend del turismo internazionale, al glamping e al green living, al cicloturismo e ai family hotel, tante opportunità formative per permettere agli albergatori di far fronte al crescente numero di viaggiatori sensibili ai temi della tutela ambientale alla ricerca di esperienze di soggiorno accessibili, inclusive ed eco-sostenibili.

Influencer marketing: il piano 2021 per un turismo sostenibile e sicuro

Per il 2021 l'idea è di puntare alla costruzione di narrazioni che facciano emergere la qualità della vita in Trentino, la sua storia, il senso di comunità e la gestione sostenibile del territorio

🕒 4' e 20"

✍️ Rosario Fichera

Quattro elite influencer che faranno da veri e propri brand ambassador del territorio e una quarantina di «mid influencer» che lavoreranno su tematiche più specifiche e verticali. Sono questi alcuni dati del piano di influencer marketing messo a punto da Trentino Marketing nell'ambito della strategia di comunicazione 2021. Un piano importante che si pone diversi obiettivi, tra cui promuovere un nuovo modello di turismo sostenibile e sicuro.

Per conoscere meglio questa iniziativa e capire come s'inquadra nell'ambito delle strategie di comunicazione studiate dalla società guidata da **Maurizio Rossini**, ci siamo rivolti a **Valentina Cappio**, responsabile dell'Ufficio Digital Content & Social media di Trentino Marketing. «La comunicazione del Trentino - ha spiegato - prende vita attraverso un complesso ecosistema di canali e di attori, interni ed esterni a Trentino Marketing. Internamente, oltre all'Ufficio stampa e alle attività di PR nazionali e internazionali, esistono il portale VisitTrentino.info, i canali social, il magazine internazionale, la newsletter, la nuova "Guest App" e una serie di strumenti di comunicazione aziendale, dalla "Trentino Suite Digital Hub" alle varie dashboard. Poi comunichiamo attraverso canali esterni, a cominciare da quelli dei vari partner e stakeholder territoriali, quali Apt, musei, castelli, terme, impianti di risalita,



associazioni proloco, provider di esperienze; poi attraverso i canali di comunicazione offline, tra le quali campagne tv, stampa, radio e, naturalmente, attraverso i canali digitali, grazie alle importanti campagne e a un sofisticato piano di influencer marketing».

■ Piano costruito individuando, innanzitutto, i cosiddetti influencer?

«Sì, l'influencer marketing, da diversi anni, ormai parte integrante della strategia di comunicazione di Visit Trentino, si basa proprio sull'identificazione di figure che hanno influenza su specifici target di turisti, creando attorno ad essi progetti di comunicazione e attività specifiche. Grazie all'ingaggio di profili autorevoli sui diversi canali social, Trentino Marketing punta ad aumentare la notorietà del marchio e la sua riconoscibilità online e ispirare un'audience giovane e metropolitana a scegliere il nostro territorio come meta per le proprie vacanze».



foto @amy_lovo



foto @charlie_vanekering

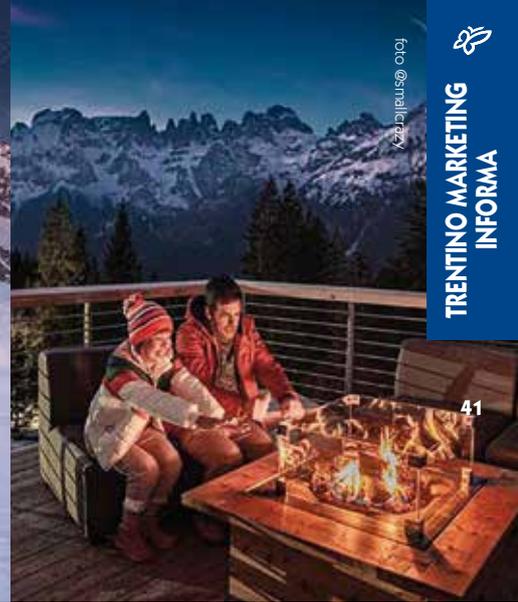


foto @smalcezy

■ Gli influencer si potrebbero definire dei «generatori» di fiducia?

«Sì, laddove parlano, pubblicano articoli o post, gli influencer hanno verificato personalmente la veridicità del messaggio, rendendolo quindi credibile attraverso la loro voce, permettendo così di generare fiducia sull'oggetto di comunicazione. Puntando sulla loro credibilità, Visit Trentino riesce non solo a dare visibilità alla destinazione e alle tante esperienze di vacanza che si possono vivere sul territorio, ma soprattutto ad attivare conversazioni e instaurare relazioni durevoli e vantaggiose con nicchie anche molto verticali di pubblico».

■ La pandemia come ha condizionato le strategie di influencer marketing?

«L'attuale pandemia ha reso il contesto attuale un ambiente instabile e fluido e le persone si stanno adattando a questa situazione mutevole, modificando i propri comportamenti, prendendo decisioni diverse, al di fuori di ambiti ben noti e di schemi prevedibili. In questo nuovo scenario, i turisti prestano molta più attenzione alle destinazioni che parlano di valori e non solo di prodotti e servizi. Ecco perché, per il 2021 più che mai, il nostro obiettivo è costruire narrazioni che facciano emergere la qualità della vita in Trentino, la sua storia, il senso di comunità e la gestione sostenibile del territorio».

■ E qui entra in gioco l'influencer marketing?

«Sì, perché permette di costruire progetti altamente valoriali, veicolati appunto da persone vere e credibili, scelte perché rispecchiano i valori del Trentino. In questo modo, gli influencer diventano partner fondamentali per l'amplificazione di un nuovo modello di turismo sostenibile e sicuro».

■ Il piano d'influencer marketing 2021 cosa prevede?

«Pandemia permettendo, prevede la presenza di 4 brand ambassador: saranno 4 elite influencer, uno per stagione, provenienti dai principali mercati target e il loro racconto sarà a supporto del concept di campagna. La loro permanenza in Trentino non sarà mordi e fuggi, piuttosto l'obiettivo è creare uno storytelling da veri e propri brand ambassador, fortemente evocativo. Durante il corso dell'anno verranno, altresì, individuati una decina di mid influencer per stagione, con audience più piccole ma molto verticali. Lavoreranno su tematiche più specifiche e che ben rappresentano le singole passioni nelle quattro stagioni. Se i big influencer parlano a un pubblico generalista, i mid influencer comunicano a target più verticali, con una "fanbase" più limitata, ma estremamente fidelizzata».

■ E in caso di limitazioni della mobilità?

«Gli influencer supporteranno in ogni caso il piano editoriale della destinazione del Trentino, co-creando contenuti in linea con il Piano Strategico dei Contenuti e focalizzato soprattutto sull'entertainment e l'informazione».

■ Un'ultima domanda. C'è uno specifico team in Trentino Marketing che si occupa dei rapporti con gli influencer e dei canali Social?

«Sì, assolutamente, è un team di quattro persone: **Chiara De Pol** coordina, insieme a **Maria Grazia Matuella**, tutte le campagne di influencer marketing. **Serena Tomasini** e **Francesca Mazzoldi**, invece, si occupano della gestione dei nostri canali social (Facebook, Instagram e Twitter)».

Dubbi Quotidiani Gennaio 2021

42

■ **Ho effettuato interventi in hotel e volevo accedere alle agevolazioni previste tramite il portale messo a disposizione dalla Provincia di Trento. Mi viene richiesto lo Spid: di cosa si tratta?**

«Spid (Sistema pubblico di identità digitale) è l'identità digitale pubblica composta da una coppia di credenziali (username e password), strettamente personali, con cui si accede ai servizi online della pubblica amministrazione. Lo si può utilizzare da qualsiasi dispositivo (computer, tablet e smartphone), ogni volta che, su un sito o un'app di servizi, si trovi il pulsante "Entra con Spid". Spid è strettamente personale, pertanto per ogni identità Spid intestata a persona diversa bisogna utilizzare un numero di telefono e indirizzo e-mail differente. Non è necessario che l'indirizzo e-mail e il numero di cellulare siano intestati alla stessa persona richiedente Spid ma devono rappresentare, anche per le verifiche di sicurezza, strumenti di utilizzo personale. Per ottenere le proprie credenziali Spid ci si deve rivolgere a uno dei gestori di identità accreditati (Aruba, Infocert, Intesa, Namirial, Poste, Register, Sielte, Tim o Lepida). L'utilizzo di Spid è gratuito, ma può essere attivato scegliendo tra modalità gratuite o a pagamento».

■ **Vorrei avere maggiori informazioni riguardo al «Bando Qualità in Trentino» che la Provincia di Trento ha emanato qualche tempo fa.**

«Si tratta di un contributo a fondo perduto per effettuare investimenti di riqualificazione, ristrutturazione, ammodernamento e rinnovo delle unità destinate all'alloggio dell'ospite, degli spazi comuni, nonché interventi di completamento e adeguamento di strutture funzionali all'attività ricettiva turistica. Vi possono accedere esercizi alberghieri, esercizi extralberghieri con servizio colazione e con unità anche prive di servizio autonomo di cucina, rifugi escursionistici, strutture ricettive all'aperto. Il contributo può essere richiesto in regime *de minimis* (pari al 30%) o, in alternativa, in regime di esenzione secondo normativa comunitaria UE



Spid, l'identità digitale strettamente personale

(pari al 20%). In regime di esenzione, le iniziative devono essere avviate successivamente alla presentazione della domanda di contributo (per avvio si intende l'inizio dei lavori, ma anche qualsiasi contratto o altro impegno relativo all'investimento). Solamente in regime *de minimis*, le iniziative possono essere avviate dal 1° settembre 2020. Gli investimenti devono essere conclusi comunque entro e non oltre il 31 dicembre 2021. Si può presentare una sola domanda per una o più iniziative tramite piattaforma informatica, entro il 31 marzo 2021».

■ **Un cliente è in possesso di un bonus vacanza dell'importo di 500 euro, ma il soggiorno presso il mio hotel costa meno di tale cifra. Come mi devo comportare?**

«I dati presenti nella schermata di riepilogo del bonus attivato dal cliente, all'interno della sezione "Pagamenti" dell'app IO, si riferiscono agli importi massimi disponibili: l'importo massimo dello sconto immediato che l'albergatore potrà applicare e l'importo massimo del beneficio fiscale di cui potrà beneficiare l'ospite in detrazione d'imposta nella dichiarazione dei redditi dell'anno prossimo. Se il costo della vacanza è inferiore all'importo massimo del "bonus vacanza", sia lo sconto sia la detrazione saranno ricalcolati in base al corrispettivo: saranno, cioè, rispettivamente pari all'80% e al 20% del costo del soggiorno effettivo. Eventuali somme residue non saranno più spendibili, in quanto il bonus deve essere speso in un'unica soluzione».

Forza dalla Natura.

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



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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



cap

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Mobilspazio®

c o n t r a c t

L'ORIGINALE MINICUCINA ITALIANA



MOBILSPAZIO CONTRACT

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

