Turismo&
Ospitalità
NEL TRENTINO

MAGAZINE | 01.2023 | Anno LI

VACANZE INVERNALI: AUMENTANO OCCUPAZIONE E RICAVO MEDIO

LE «BELLE STAGIONI» CHE PIACCIONO
Alla scoperta di un nuovo Trentino

LE NUOVE APT: VALSUGANA
Intervista al presidente
Denis Pasqualin

I PRODOTTI TRENTINI DIVENTANO INTERNAZIONALI
Firmato un accordo sull'e-commerce

NUOVA GRAFICA PER T&O NEL TRENTINO
Il mensile dell'Asat cambia «veste»

CAT TURISMO: IL CALENDARIO CORSI 2023
Tutte le date dei corsi di formazione

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

DOLOMITI DOLOMITEN DOLOMITES DOLOMITIS
FONDAZIONE UNESCO
SOCIO SOSTENITORE

Poste Italiane SPA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% NE/TN Taxe percu. - Contiene I.P.

I CALDI RAGGI DEL SOLE RISVEGLIANO NUOVE SENSAZIONI!

Benvenuti presso nostro nuovo Showroom 2023

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

Sommario

4 A Natale e Capodanno i turisti scelgono il Trentino

8 Le «belle stagioni» trentine che piacciono

10 Il nuovo Fondo Immobiliare Euregio+ Turismo

12 Ottimizzazione energetica: i consigli dell'esperto

14 Le ApT post riforma del turismo: Valsugana

16 Un accordo sull'e-commerce per internazionalizzare l'offerta dei prodotti del Trentino

18 Sviluppo sostenibile: il Trentino tra luci ed ombre

21 Uniti per il rafforzamento della contrattazione collettiva

22 Ai Giovani albergatori del Trentino la presidenza del tavolo di imprenditoria giovanile «Piano d'ambito economico»

24 La gestione dell'overtourism passa per la travel intelligence

26 Nuova grafica per la rivista Turismo e Ospitalità nel Trentino

27 Al via un nuovo strumento agevolativo provinciale, in procedura automatica

28 La formazione di Cat Turismo

36 Da Young Hoteliers a Young Hospitality

38 A Hospitality trend, proposte e formazione per gli operatori dell'Ho.Re.Ca.

40 Vendita attiva nella gastronomia

42 Vini di montagna

44 La card che piace agli ospiti, ma anche agli operatori

46 Dubbi di gennaio

01.2023	Anno LI
Chiusura editoriale: 20 gennaio 2023	**In copertina:** Sciatori in pista

Registrazione Tribunale di Trento no 163 R.S. del 17/11/1971 Roc n.5504 del 21/07/1998
Direzione, Redazione, Amministrazione: Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it
Direttore Responsabile: Roberto Pallanch
Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Fabia Sartori, Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza, Giovanna Tasin, Arianna Bertagnolli
Abbonamento annuo: € 40,00
Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento, Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO
Grafica e pubblicità: OGP srl - Agenzia di Pubblicità
Via dell'Ora del Garda, 61 - Tel. 0461 1823300 - info.ogp@ogp.it - www.ogp.it
Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

MISTO
Carta | A sostegno della gestione forestale responsabile
FSC® C021437

Buono l'inizio della stagione invernale. Al turismo trentino serve una strategia condivisa di sostenibilità

Roberto Pallanch

Certo i costi di produzione sono aumentati e pesano sui bilanci delle aziende. La spinta inflattiva spinge la Banca centrale europea (Bce) all'aumento dei tassi e provoca effetti negativi, per ora solo come preoccupata ipotesi, sulla capacità di rifinanziamento del debito pubblico e l'aumento già invece evidente del costo del denaro. Le conseguenze legate al conflitto Russia Ucraina permangono agendo proprio sui costi delle materie prime, ma soprattutto sullo spostamento di risorse del bilancio pubblico da possibili politiche a sostegno dell'economia e delle famiglie al finanziamento dei costi bellici diretti ed indiretti.

Tuttavia, tra le poche e positive certezze c'è il buon risultato dell'apertura della stagione invernale e le prospettive di un suo permanere nei prossimi mesi. La vacanza invernale conferma il proprio appeal in Trentino con alberghi pieni e impianti di risalita che, nonostante l'adeguamento dei prezzi dei servizi, non soffrono cali. E un buon andamento si manifesta anche nel resto d'Italia, a partire dalle altre zone montane e nelle città turistiche. A questo contribuisce la voglia di normalità e di ritorno ad usufruire del prodotto neve, e della vacanza in generale, cancellati prima e poi mortificati nei periodi peggiori della crisi pandemica. Va però affermato che questi risultati positivi mettono in evidenza la qualità del sistema turistico trentino dell'accoglienza: ricettività, servizi agli ospiti, ambiente e molto altro. Nel contesto di un clima di incertezza generale possiamo permetterci di esprimere soddisfazione e fiducia per i prossimi mesi.

Questa è per così dire una lettura sia pure sintetica dell'andamento congiunturale dell'economia turistica. Sullo sfondo rimangono segnali, problemi e scelte che richiedono una strategia e, ancor prima, che questa strategia sia discussa, definita e condivisa dagli attori del turismo Trentino.

PROSEGUE A PAG. 9

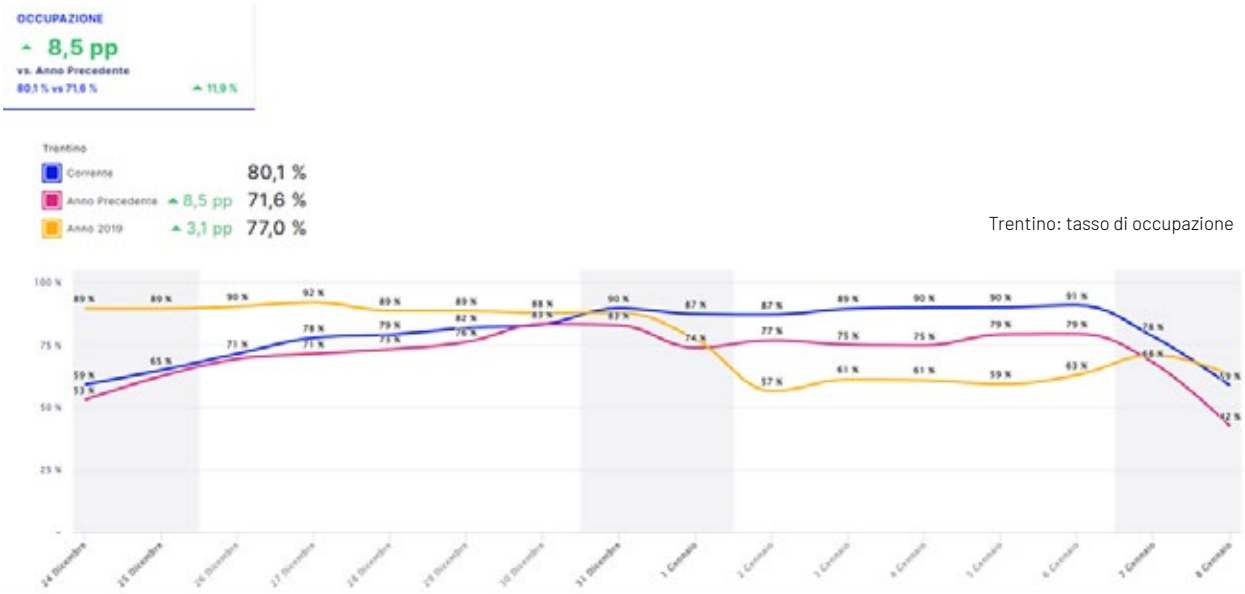
A Natale e Capodanno i turisti scelgono il Trentino

Buone le sensazioni già al ponte di Sant'Ambrogio

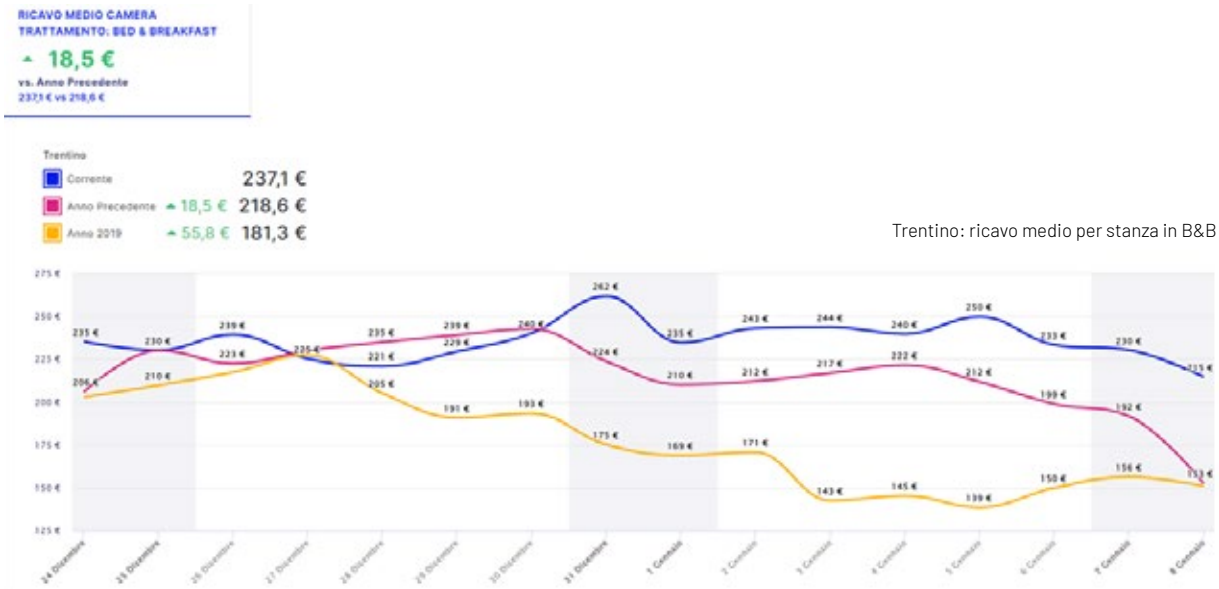
3' e 00"

Le vacanze di Natale a cavallo tra il 2022 ed il 2023 (dal 24 dicembre 2022 all'8 gennaio 2023) sono decisamente positive in termini turistici: rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, infatti, l'occupazione delle strutture ricettive in Trentino è passata dal 71,6% all'80,1%, con un aumento perciò dell'11,9%. Positivo, per gli albergatori trentini, anche il trend in termini di ricavo medio per camera in trattamento di B&B. Nel confronto con il periodo natalizio 2021/2022 tale indicatore passa da 218,6 euro a 237,1 euro (più 18,5 euro).

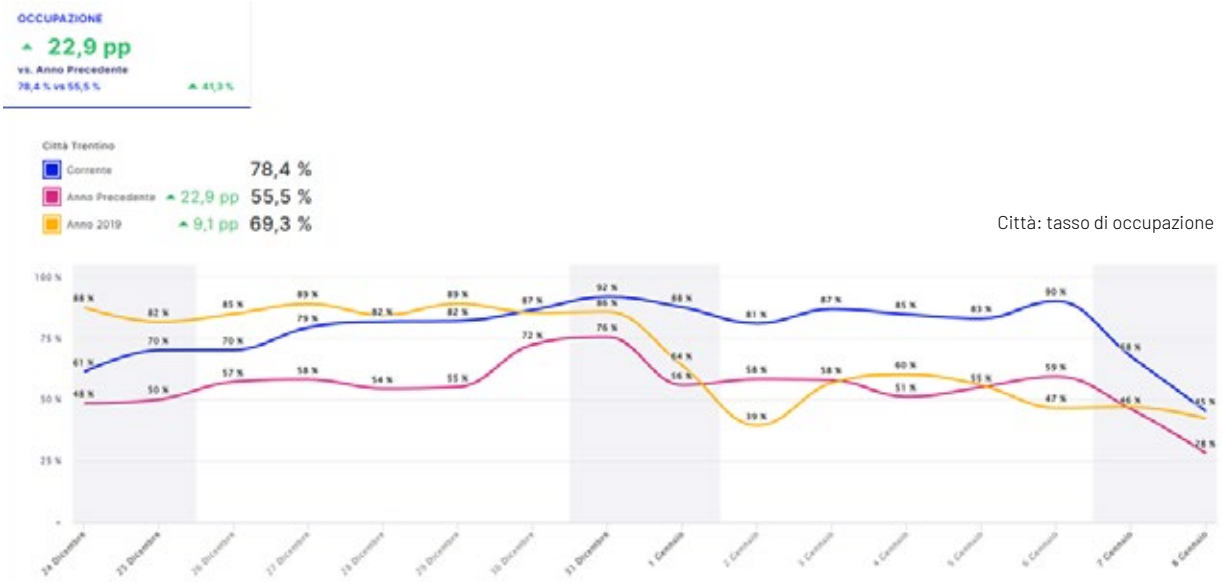
I turisti scelgono le località del Trentino, quindi, per le loro vacanze invernali. A testimoniarlo sono i dati



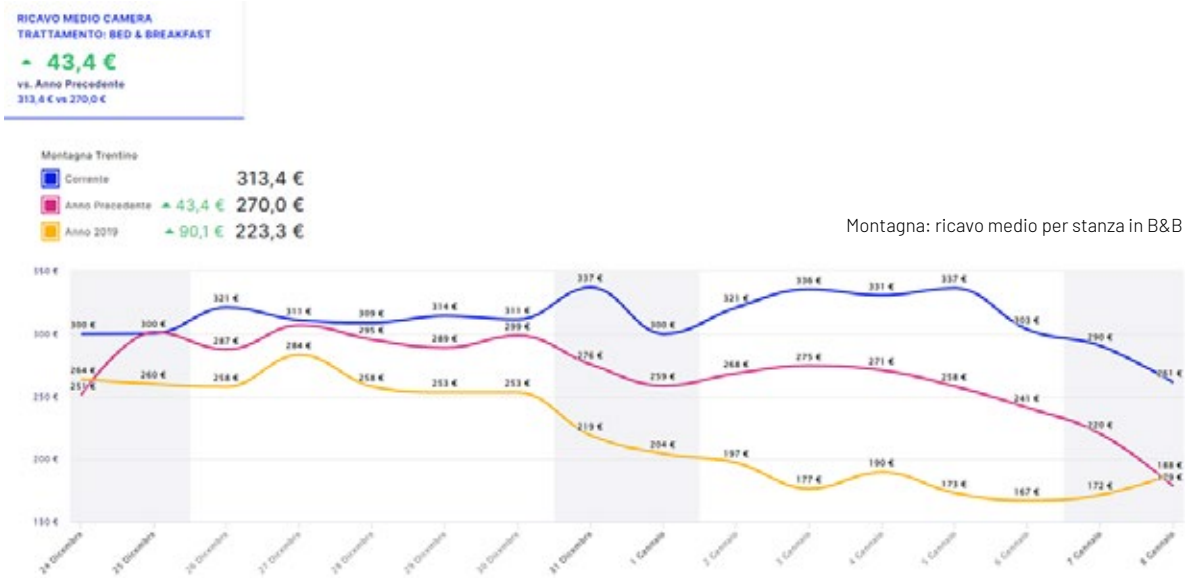
Trentino: tasso di occupazione



Trentino: ricavo medio per stanza in B&B



Città: tasso di occupazione

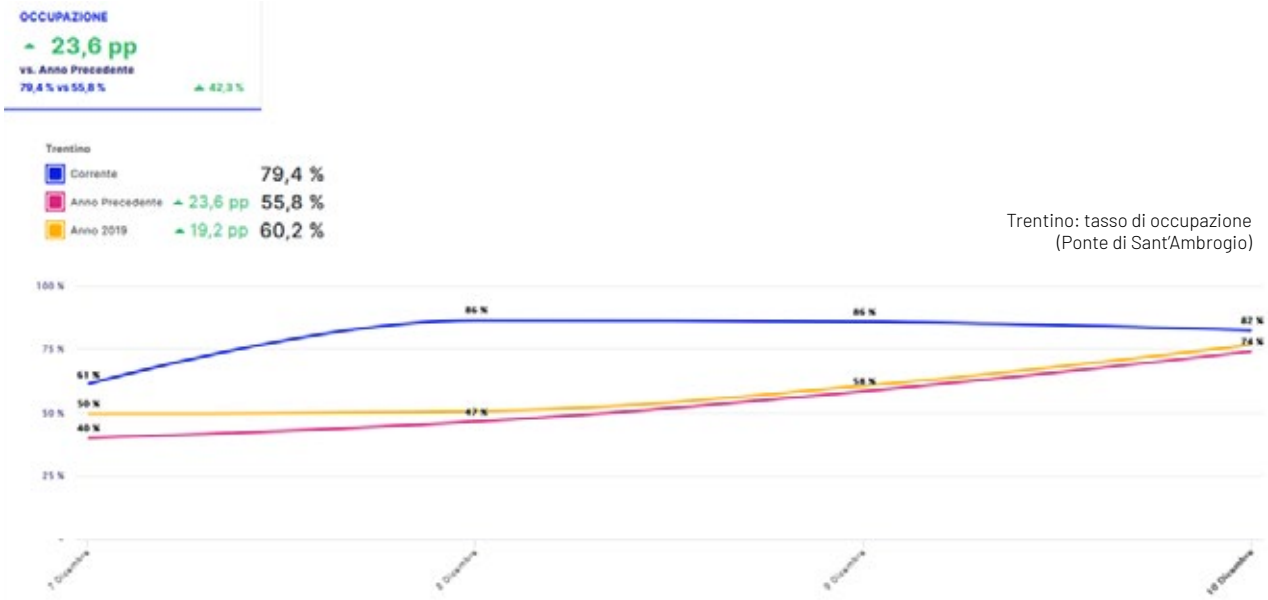


Montagna: ricavo medio per stanza in B&B

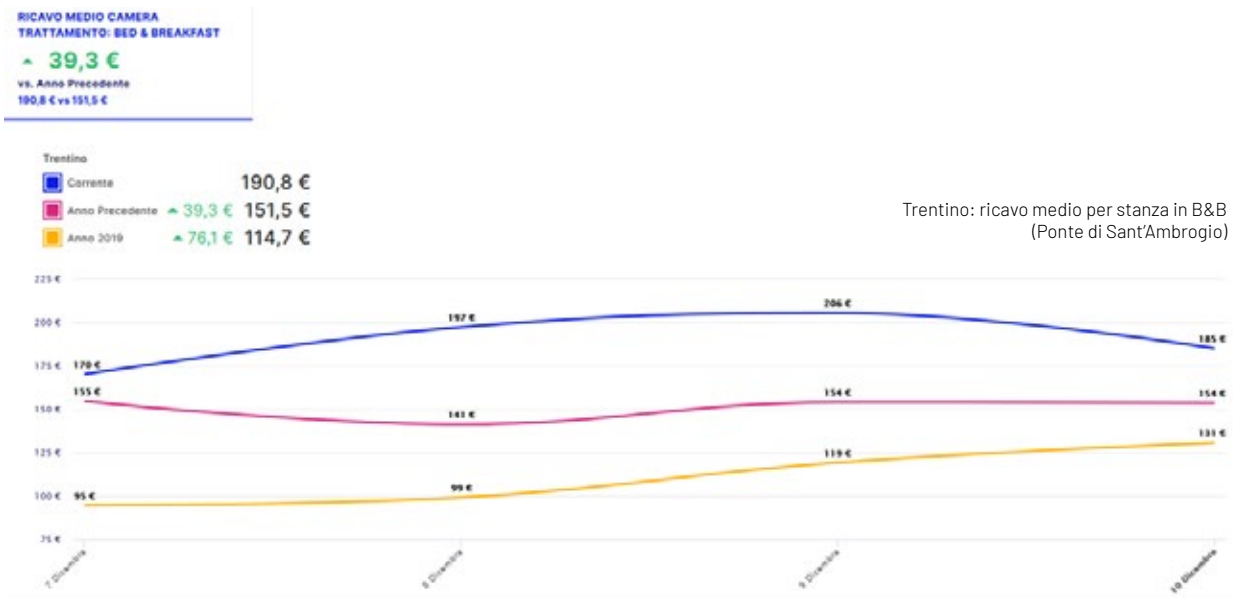
della piattaforma H-Benchmark elaborati dall'Ufficio marketing e ricerche dell'Asat. L'analisi statistica prevede anche un confronto con le vacanze natalizie tra il 2019 ed il 2020 (ante Covid). In tal caso emerge comunque un incremento del tasso di occupazione (due anni fa era al 77%) ed un balzello verso l'alto del ricavo medio per camera in B&B (due anni fa costava 181,3 euro, 55,8 euro in meno di oggi).

Per quanto riguarda la classificazione alberghiera, sono gli hotel 3 stelle e 3 stelle Superior a crescere maggiormente in termini di occupazione rispetto alle vacanze invernali dello scorso anno, con un incremento del 12,2% (da 68,1% a 76,4%). Per i 4 stelle e 4 stelle Superior l'incremento del tasso di occupazione è del 9,6% (78,1% lo scorso anno e 85,6% quest'anno). Nel caso del ricavo medio per camera in B&B, invece, sono le strutture a 4 stelle e 4 stelle Superior ad andare «meglio», passando da 249 euro a 269,4 euro (più 20,4 euro). Gli hotel a 3 stelle e 3 stelle Superior assistono ad una maggiorazione del ricavo medio per stanza in B&B che si ferma a 14,9 euro (da 172 euro a 186,9 euro).

Tra le località turistiche di montagna, lago e città il miglior aumento del tasso di occupazione si ha proprio per queste ultime, per cui l'indicatore sale dal 55,5% al 78,4% rispetto alle scorse vacanze natalizie (più 41,3%). Bene anche i laghi con l'occupazione che passa dal 59,4% al 67,2% (più 13,1%). Trend in crescita anche per la montagna, ma meno marcato in termini percentuali (più 8,3%), con l'occupazione degli hotel che passa dal 76,2% all'82,5%. Riguardo al ricavo medio per camera in B&B, tuttavia, sono le zone di montagna a farla da padrone: se lo



Trentino: tasso di occupazione
(Ponte di Sant'Ambrogio)



Trentino: ricavo medio per stanza in B&B
(Ponte di Sant'Ambrogio)

scorso anno il costo medio era di 270 euro, nelle due settimane di vacanze tra il 2022 ed il 2023 l'indicatore arriva a 313,4 euro (più 43,4 euro). Seguono i laghi con un ricavo medio per stanza in B&B cresciuto di 23,9 euro (da 155 euro a 178,9 euro) e le città trentine con lo stesso indicatore incrementato di 17,9 euro (da 140,3 euro a 158,2 euro).

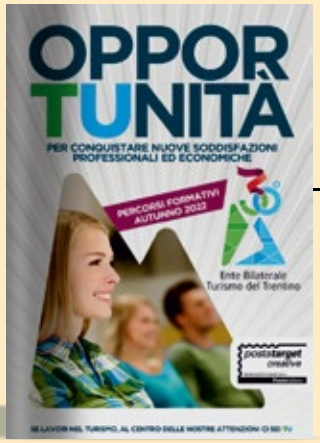
Ponte di Sant'Ambrogio

Che il Trentino fosse meta prescelta per trascorrere le ferie invernali era intuibile già all'inizio di dicembre 2022, in occasione del lungo ponte di Sant'Ambrogio (da giovedì 8 a domenica 11). Rispetto al 2021, quando l'Immacolata cadeva di mercoledì, il tasso di occupazione è passato dal 55,8% al 79,4% (più 42,3%). Cresce di 39,3 euro il ricavo medio per stanza in B&B (da 151,5 euro nel 2021 a 190,8 euro nel 2022).

Per il ponte di Sant'Ambrogio sono le strutture alberghiere 3 stelle e 3 stelle Superior a far registrare il miglior incremento di tasso di occupazione (più 55,2%; da 49,3% nel 2021 a 76,5% nel 2022) rispetto agli hotel a 4 stelle e 4 stelle Superior (più 32,1%; da 63,2% nel 2021 a 83,5% nel 2022). Simile la crescita del ricavo medio con un aumento di 42 euro nel caso dei 4 stelle e 4 stelle Superior (da 164,1 euro nel 2021 a 206,1 euro nel 2022) e di 39,5 euro per i 3 stelle e 3 stelle Superior (da 115,8 euro nel 2021 a 155,3 euro nel 2022).

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

STUDIO BI QUATTRO



Per saperne di più scansiona il QR code e visita il nostro sito oppure ritira il nostro opuscolo "**Percorsi formativi Autunno 2022**" da: sede Ebtt, sindacati, associazioni datoriali, centri per l'impiego

DAL 1992

Ente Bilaterale
Turismo del Trentino

Per un territorio bello fuori, qualificato dentro

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

Le «belle stagioni» trentine che piacciono

Maggio, giugno e ottobre sono mesi di vacanza sempre più graditi ai turisti

2' e 10"
Fabia Sartori

Le «belle stagioni» del Trentino vanno a gonfie vele. Sono i mesi di giugno e ottobre a piacere particolarmente ai turisti che scelgono il nostro territorio come meta delle proprie vacanze. Paragonando, infatti, le presenze nelle zone turistiche del mese di ottobre 2022 con lo stesso dato riferito al 2019 (l'ultimo anno prima della pandemia, ndr) si può notare un incremento del 5,1% (ottobre 2022: 441.430 presenze; ottobre 2019: 420.132). Lo stesso confronto elaborato per i mesi di giugno denota un aumento del 7,7% (giugno 2022: 973.227 presenze; giugno 2019: 903.965 presenze). Rimane «arretrato» il mese di maggio, per cui le presenze valutate nel 2022 sono in diminuzione rispetto al 2019 (meno 1,3%; maggio 2022: 399.421 presenze; maggio 2019: 404.673 presenze).

È quanto emerge dai dati dell'Ispat (Istituto di statistica della Provincia di Trento), analizzati ed elaborati dall'Ufficio marketing e ricerche dell'Asat a cura di Monica Basile. Allargando la «forbice» del confronto, e prendendo in considerazione l'ultimo decennio, è possibile verificare come la destagionalizzazione abbia preso gran piede in Trentino. Ad ottobre 2011 le presenze in provincia ammontavano a 327.032, il che significa che nel 2022 l'aumento è stato del 35%. Resta nell'ordine del 31,4% anche il «balzello» delle presenze nel mese di giugno (giugno 2011: 740.780 presenze). Nel confronto decennale, poi, assume un segno più anche la variazione delle presenze di maggio (più 14,8%; maggio 2011: 348.020 presenze).

A destra: il lago di Levico in autunno

Dai dati messi a disposizione dall'Ispat è possibile affermare che nel periodo post Covid è «esplosa» la tendenza a scegliere le «belle stagioni» come periodo prediletto delle proprie vacanze. In tal senso, va detto, incide anche il clima: con le condizioni meteo più «generose» in termini di temperatura, anche i mesi di maggio, giugno ed ottobre sono diventati appetibili per considerare il Trentino come destinazione. I dati Ispat chiariscono come il «peso» delle presenze dei tre mesi in questione sul totale delle presenze annue sia aumentato nel 2021 (15,2%) rispetto al 2019 (13,1%). Per il 2022 la tendenza dell'incidenza annua delle presenze a maggio, giugno e ottobre sembra essere in aumento rispetto al 2021 (16,2%). Tuttavia, la tendenza deve essere confermata in quanto, allo stato attuale, non sono ancora disponibili il numero di presenze per i mesi di novembre e dicembre 2022.

Ad ottobre 2022, tra i territori che mostrano le migliori «performance» in termini di incremento di presenze rispetto allo stesso mese del 2021 ci sono sicuramente Rovereto, Vallagarina e Monte Baldo, con un gap positivo del 48,6% (11.326 nel 2021 e 16.833 nel 2022). Seguono, a distanza molto ravvicinata, le Valli di Sole, Peio e Rabbi con un incremento pari al 46,8% (11.936 nel 2021 e 17.519 nel 2022). Buono, infine, sempre riferito al mese di ottobre, l'aumento anche per la zona dell'Altopiano della Paganella, Piana della Rotaliana e San Lorenzo Dorsino (più 25%; 23.362 nel 2021 e 29.190 nel 2022).

...SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Buono l'inizio della stagione invernale. Al turismo trentino serve una strategia condivisa di sostenibilità

Roberto Pallanch

Da questo punto di vista è bene che dopo anni di dichiarazioni di principio sul cosiddetto fenomeno dell'«overtourism» la politica turistica provinciale abbia adottato l'obiettivo della destagionalizzazione per diminuire l'impatto di eccessivi e concentrati flussi di turisti e della relativa pressione sull'ambiente e sui servizi del territorio. Sarebbe utile fare un passo in più e dare spazio ad una politica ambientale e di sviluppo o meglio di cambiamento dello sviluppo dell'economia turistica e di quella complessiva verso modelli di uso intelligente delle risorse e di una maggior qualità. Ci vuole coraggio e coerenza nello spingere il futuro del territorio e delle aziende, per prime quelle del turismo in questa direzione.

Chi non crede che questa strada derivi da una forzatura ideologica dovrebbe interrogarsi, e non a corrente alternata, sui cambiamenti climatici e non solo sulle loro conseguenze disastrose, ad esempio con Vaia. Ricordiamoci della mancata apertura della Panarotta, della sostenibilità di impianti legati alla «produzione del freddo» come Piné e alle alterne fortune delle stazioni di bassa quota. È doveroso dare risposte alternative ai trentini che vedono sulla loro pelle mettere in discussione o, meglio, in crisi un modello di sviluppo che è stato vincente fino a poco tempo fa. Se si vuole che tutta la montagna trentina continui a vivere e ad essere vissuta bisogna produrre idee e fatti conseguenti. Altrimenti ci saranno zone turistiche di serie A ed altre a rischio marginalizzazione e sottosviluppo.

Il nuovo Fondo Immobiliare Euregio+ Turismo

Migliorare il livello qualitativo della nostra offerta alberghiera per eliminare le differenze di qualità rispetto alle aree alpine concorrenti

3' e 30"

Andrea Rudari

Un nuovo fondo, che ha come obiettivo quello di migliorare il livello qualitativo dell'offerta alberghiera della Regione per favorire la chiusura del «differenziale di qualità» rispetto alle aree alpine concorrenti, attraverso l'investimento collettivo di capitali in immobili, diritti reali immobiliari e/o partecipazioni in società immobiliari nonché la gestione professionale e la valorizzazione del fondo stesso. È il *Fondo Immobiliare Euregio+ Turismo*, presentato all'incontro autunnale da **Sergio Lovecchio**, direttore generale di Euregio SGR e da **Attilio Conta**, direttore di Scouting Spa.

«Gli investimenti del Fondo - ha precisato Lovecchio - vengono effettuati in immobili, diritti reali immobiliari, società immobiliari e strutture alberghiere prevalentemente ubicati nel territorio della regione Trentino Alto-Adige / Südtirol.

A destra: Sergio Lovecchio, direttore generale di Euregio SGR

In basso: Attilio Conta, direttore di Scouting Spa

«L'analisi da noi svolta - ha esordito Conta - fa emergere una cornice competitiva per il settore del turismo alberghiero nel Trentino Sudtirolo (Trentino Alto Adige)», caratterizzata dai seguenti fattori:

1. Il turismo è un'industria in crescita negli ultimi dieci anni, tuttavia analizzando i segmenti della stessa emergono delle differenze nel tasso di crescita:
   - alcune macroregioni alpine crescono più di altre (Salisburghese più di tutte);
   - alcune aree nelle regioni alpine presentano tassi di crescita migliori (Val di Fassa e Lago di Garda in Trentino, Val di Isarco, Bolzano e Val Pusteria in Sudtirolo);
   - gli alberghi classificati a 4 e 5 stelle crescono più della media.
2. Trentino e Sudtirolo evidenziano indici di densità turistica ed intensità ricettiva tra i più elevati pertanto un'ulteriore crescita a livello di settore può passare solo da un innalzamento della qualità media dell'offerta.
3. La qualità media della offerta misurata in percentuale di posti letto a 4 stelle sul totale vede il Trentino Alto Adige in ritardo rispetto ai principali competitor: tale percentuale nella nostra Regione è circa al 20%, mentre Tirolo e Salisburghese sono circa al 40% e la media dell'area alpina è del 32%.

4. Nel periodo 2012-2019 le performance economiche (marginalità) e finanziarie (riduzione dell'indebitamento) delle strutture alberghiere sono mediamente in miglioramento ma con situazioni diverse nei sottosegmenti.
   - I 4 e 5 stelle hanno tasso di utilizzo delle strutture superiore e risultato economico e finanziario migliore della media;
   - a parità di numero di camere i 4 stelle hanno una performance economica e finanziaria migliore dei 3 stelle;
   - all'interno delle singole categorie risulta un'evidente correlazione positiva tra livello degli investimenti e miglioramento del risultato economico e finanziario (ad esempio, strutture con maggiori investimenti marginano di più e rimborsano il debito più velocemente).
5. L'obiettivo di riqualificare l'offerta alberghiera in vista delle Olimpiadi invernali del 2026 allineando l'offerta di 4 e 5 stelle ai migliori competitor (Tirolo, Salisburgo e Vorarlberg) potrebbe pertanto interessare:
   - fino ad 80 strutture 3 stelle di dimensione media in Alto Adige e 60 strutture in Trentino candidati a diventare 4 stelle;
   - un bacino potenziale di 40 strutture 4 stelle per interventi di ristrutturazione/riqualificazione energetica.

Conta si è poi soffermato sui fattori rilevanti per il miglioramento dell'offerta alberghiera, portando anche una proposta operativa. L'analisi svolta sui bilanci di oltre 100 aziende alberghiere che hanno effettuato investimenti nel periodo 2014-2019 restituisce le seguenti indicazioni:

1. la quasi totalità degli interventi analizzati sono stati finanziati con debito bancario, senza cioè ricorso ai mezzi propri. La leva media post investimento in termini di rapporto PFN/Ebitda è di 15,74 (in alcuni casi superiori a 30);
2. confrontando i risultati economici prima dell'investimento con quelli al terzo anno successivo si può notare come i ricavi abbiano subìto un incremento medio tra il 20% ed il 70%, mentre il Margine operativo Lordo (Ebitda) è cresciuto tra il 50% ed il 200%;
3. rilevante risulta essere l'efficienza dell'investimento che è stata misurata utilizzando il rapporto tra il Cash Flow Operativo annuale ed il Capitale Investito. Tale fattore migliora post investimento (da 2% a 4%) a comprova che il miglioramento della performance economica in valore assoluto garantisce un ritorno più che proporzionale all'investimento fatto, migliorando pertanto in media l'efficienza del sistema (ritorno sul capitale investito).

«Dall'osservazione di questi casi di investimenti nel settore alberghiero - ha affermato Conta - risulta confermato che la riqualificazione anche in senso di maggiore sostenibilità delle strutture migliora significativamente la performance economica e finanziaria degli alberghi». Va tuttavia posta enfasi sulla corretta strutturazione finanziaria di questi interventi in quanto:

- finanziare gli investimenti totalmente con debito bancario in una fase di maggiore incertezza macroeconomica può essere problematico rappresentando un fattore di rischio non gestibile (fattore evidenziato dalla crisi Covid-19);
- la mitigazione del rischio attraverso una diversa strutturazione finanziaria dell'intervento può essere un fattore facilitante per l'accelerazione di un ciclo di investimenti;
- va tenuto conto del tempo di messa a regime (rump up) di un riposizionamento verso l'alto della offerta (4 stelle o 5 stelle);
- in alcuni casi è necessario intervenire sulla governance e garantire la continuità di gestione al fine di assicurare sostenibilità ai nuovi investimenti.

Ottimizzazione energetica: i consigli dell'esperto

Fauri: «Oltre alla qualità degli impianti ed accortezze legate a manutenzione e gestione, è utile sfruttare gli incentivi locali e statali per le produzioni da energia rinnovabile»

3' e 50"
Fabia Sartori

A destra: Maurizio Fauri nel suo intervento

Costi energetici alle stelle. E gli albergatori sono obbligati a riflettere sull'efficienza energetica della propria azienda. Non solamente sul breve periodo: è essenziale che le imprese siano in grado di risparmiare sui costi dell'energia e di ottimizzare i consumi anche sul lungo periodo, nell'ottica non solamente di perseguire un miglioramento della redditività ma anche di attuare le condizioni ottimali nell'ottica della sostenibilità ambientale.

Sono tre i fattori che, se migliorati, possono favorire il risparmio energetico ed economico: contratto di fornitura, qualità degli impianti e delle strutture e sistema di gestione e di manutenzione. Il professor **Maurizio Fauri**, associato di Sistemi elettrici per l'energia presso il Dipartimento di Ingegneria civile ambientale e meccanica dell'Università degli studi di Trento e amministratore del Polo tecnologico dell'energia, è intervenuto all'incontro autunnale dell'Asat al fine di informare i presenti riguardo l'efficientamento energetico delle strutture ricettive e riguardo le comunità energetiche.

Il contratto di fornitura del Cape, con i vantaggi economici che comporta, può essere un valido aiuto per gli albergatori. «Per quanto riguarda la qualità degli impianti - ha spiegato Fauri - gli interventi che consentono di migliorare l'efficienza energetica vanno a interessare l'involucro edilizio, l'illuminazione, il riscaldamento ambientale, il condizionamento ambientale, i trasporti, i motori e azionamenti elettrici, l'aria compressa, il riscaldamento di processo e la refrigerazione di processo. Ad esempio, per ottimizzare l'isolamento termico, si può **intervenire sull'involucro edilizio** andando a migliorare copertura, chiusure verticali ed orizzontali ed eliminando eventuali ponti termici. Anche l'installazione di una **pompa di calore geotermica**, che prende il calore dal suolo (o le cede ad esso a seconda della stagione) producendo energia termica da una fonte rinnovabile».

Infine, il sistema di gestione. «Esso - ha affermato Fauri - può ridurre l'energia consumata e/o i costi energetici, ad esempio, mediante i contratti di "gestione calore", la modifica degli orari di utilizzo, il contenimen-

to dell'impegno massimo di potenza, la riduzione dei carichi in "stand-by" e la programmazione delle manutenzioni». In sostanza, **gli albergatori possono cercare di adottare un modello di comportamento quanto più possibile virtuoso**. E questo va a comprendere una sorta di «educazione alla sostenibilità» del personale, che va sollecitato rispetto ai virtuosismi da mantenere in hotel. Non solo. Anche gli ospiti possono divenire «artefici» del risparmio energetico in chiave di sostenibilità: i titolari delle strutture ricettive possono, infatti, pensare di introdurre nuove forme contrattuali o di sconto nei confronti degli ospiti più virtuosi oppure di scorporare il pagamento dell'energia consumata dal cliente in base ai consumi.

L'altra grande «partita» che si gioca in campo energetico, con indubbi vantaggi economici, è quella delle comunità energetiche. «Lo scopo della Comunità Europea - ha chiarito Fauri - è la promozione del processo di decarbonizzazione del sistema economico e territoriale, agevolando la produzione, lo scambio e il consumo di energia prodotta principalmente da fonte rinnovabile, incentivando l'autoconsumo e la riduzione delle perdite energetiche. Il raggiungimento di questi obiettivi implica una radicale trasformazione del modello energetico tradizionale, abbandonando un modello di produzione di energia elettrica concentrata in pochi impianti di grande taglia alimentati da combustibile fossile, a favore della generazione distribuita da fonte rinnovabile. Unire consumatori e produttori in un progetto di generazione distribuita permette di ottimizzare gli investimenti degli impianti e, nel contempo, migliorare l'efficienza complessiva del sistema elettrico, soprattutto quando il vettore elettrico rinnovabile diventerà praticamente l'unico disponibile». Con questi presupposti vengono introdotte le **comunità energetiche da fonte rinnovabile**, frutto di una direttiva europea. «Possono partecipare - ha precisato - persone fisiche, piccole e medie imprese, enti territoriali o autorità locali, comprese le amministrazioni comunali, ubicati in un perimetro più ampio rispetto a quello di un unico edificio, purché siano tutti collegati alla medesima cabina primaria di trasformazione dell'energia di alta/media tensione e la partecipazione alla comunità di energia rinnovabile non costituisca l'attività commerciale e industriale principale».

Gli Stati europei forniscono un quadro di sostegno atto a promuovere e agevolare lo sviluppo delle comunità di energia rinnovabile. In particolare, in Italia sono previsti, a cura del Gse, dei **benefici economici** che vadano ad incentivare le forme di energia condivisa (comunità energetiche o autoconsumo collettivo, il quale coinvolge soggetti autoproduttori che risiedano in uno stesso condominio). Per le comunità energetiche è prevista una tariffa incentivante di 110 €/MWh. «La resa dell'investimento - ha affermato - grazie agli incentivi può variare dal 12%, nel peggiore dei casi, al 26%, nel migliore dei casi, per un impianto con 100kW di potenza installata».

Tra gli incentivi, Fauri ha anche ricordato che la Provincia autonoma di Trento favorisce l'installazione di moduli fotovoltaici nelle piccole e medie imprese e nella grande industria con finanziamento per fornitura, installazione, sistemi di accumulo dell'energia e spese tecniche al 40% per le pmi e al 30% per le grandi imprese. Tra i «bonus» nazionali anche l'Ecobonus con credito di imposta (50-65%) per interventi di efficienza energetica, il Conto termico (40-60%) solo su sistemi di generazione calore (pompe di calore o caldaia a biomassa, sostituzione scaldacqua, impianti solari termici), i fondi del PNRR con l'assegnazione a turismo e cultura di complessivi 2.400 milioni di euro, i Titoli di efficienza energetica (certificati bianchi) ed il credito di imposta per la trasformazione tecnologica e digitale delle imprese (transizione 4.0).

Le ApT post riforma del turismo: Valsugana

Intervista al presidente Denis Pasqualin

3' e 50"
Luca Marsilli

La Valsugana è una delle zone del Trentino dove meno tradizionalmente preponderante è la forza del turismo rispetto al complesso dell'economia. Con i laghi, le zone sciistiche del Tesino e alcune delle aree montane meno contaminate del Trentino, ha sia attrattive sia una storia di accoglienza e ricettività, ma inseriti in un contesto dove artigianato, industria, agricoltura e servizi convivono in modo altrettanto significativo.

La riforma «Failoni» che situazione ha trovato, e come è stata colta dalla ApT locale?

«Penso che la nostra - dice il presidente dell'ApT Valsugana **Denis Pasqualin** - sia stata una delle realtà in cui più forte è stato l'impatto della riforma. Nel momento in cui è entrata in vigore, col suo principio che i finanziamenti privati non potevano superare il 49% sul totale delle risorse gestite da ogni singola ApT, noi avevamo un rapporto straordinariamente sbilanciato: 85% di contributi pubblici e 15% di risorse dai privati.

Non nascondo che la prima reazione era stata di scoraggiamento. Tanto che frasi tipo "va bene, riportiamo le chiavi in Provincia e se la facciano fuori loro" si sono sentite. Ma siamo riusciti a non farci vincere dal pessimismo e dallo sconforto. E il tempo, dopo un primo anno che possiamo considerare di assestamento, ha dimostrato che in effetti non era follia: si poteva fare. Tanto che quest'anno abbiamo superato i 2 milioni di euro nella raccolta diretta, quindi come finanziamento "privato". Siamo sopra il 51%, quell'obiettivo che ci sembrava irraggiungibile, e possiamo incassare intero il contributo di 1,6 milioni da parte della Provincia.

Guardando indietro a poco più di un anno fa, sembra quasi impossibile. E forse in valle gli operatori del settore e gli stessi soci, soprattutto amministrazioni locali, nemmeno si rendono conto dello sforzo straordinario che è servito per arrivare a questo risultato. Comunque ce lo godiamo».

In basso: Caldonazzo e Levico, panoramica dei laghi dall'alto

Dal 15% al 51% e su queste cifre, è un salto notevole. Cosa ha fatto la differenza?

«Una parte fondamentale, nell'ordine degli 800mila euro, ci è venuta dal booking center diretto: la ge-

stione interna delle prenotazioni che abbiamo pensato e messo in campo. Ha dato risultati straordinari sia dal punto di vista gestionale sia finanziario. In questi giorni sta gestendo tutta la partita delle settimane bianche, per esempio. Sono cifre molto importanti: un apporto decisivo nel raggiungimento di quei due milioni di euro. Il resto viene da un lavoro a 360 gradi, sia come destinatari sia come proposte. Con gli enti locali abbiamo collaborato molto, partecipando ai bandi e proponendoci per le gestioni dirette di eventi, promozione, comunicazione: attività che prima venivano organizzate da altri e per le quali ci si chiedeva solo un sostegno. Abbiamo lavorato sui musei, mettendoli in rete, ora per esempio abbiamo raggiunto un accordo con la Fondazione Degasperi per la gestione di Casa Degasperi. Abbiamo curato la gestione del Biolago. Ma anche con le imprese locali abbiamo trovato dei punti di incontro: direi addirittura che siamo stati di stimolo, impostando delle iniziative di co-marketing del tutto nuove».

Tutto positivo, insomma?

«Al netto del durissimo impatto iniziale e del lavoro straordinario che ci è stato richiesto, il giudizio non può che essere positivo. Anche il personale: la macchina ha avuto un impulso importante. I nuovi servizi che abbiamo allestito vengono gestiti con lo stesso personale che avevamo prima della riforma, solo con qualche incremento in stagione.

Quindi, dipendenti che si sono formati e hanno imparato attività del tutto diverse da quelle svolte prima. A posteriori, appunto, non si può che essere soddisfatti. Resta vero che partivamo da un retaggio culturale, una mentalità completamente diversa: la totale dipendenza dai contributi pubblici. Superare quel modo di pensare all'ApT non è stato facile. Sia nell'imporre una diversa mentalità agli operatori, sia nel conquistare la fiducia del territorio, che pure ha dovuto iniziare a pensarci in modo diverso. Adesso direi che siamo andati oltre: non più solo promozione, ma collaborazione allo sviluppo della Valsugana. Noi siamo il collante tra amministrazioni, popolazione, aziende. E tutti assieme lavoriamo per un turismo che sappiamo elemento importante per la vita, non solo economica, della zona».

Il turismo come ricchezza collettiva?

«Come bene comune: il titolo di un convegno che abbiamo organizzato e che ha ben focalizzato il tema. Per una comunità come la nostra, il turismo è fondamentale. Sia per le risorse che porta sia per le strutture e attenzioni che richiede, e che diventano una ricchezza anche per i residenti e la loro qualità della vita».

E adesso?

«Siamo ancora in fase di consolidamento. Rimaniamo più deboli di altre realtà del Trentino, ma questo ci viene anche riconosciuto dalla Provincia che con i fondi perequativi ci sostiene in una crescita che non può che essere graduale. Il punto di arrivo sarà dover contare solo sulla tassa di soggiorno, e ne siamo consapevoli, ma intanto i fondi provinciali in più fanno ancora la differenza. Abbiamo altre cose su cui lavorare, sempre pensando al prodotto. Per esempio la valorizzazione delle terme, ma anche il completamento della ciclabile. Ma, cambiata impostazione e mentalità, penso che la parte più complicata del lavoro sia alle spalle».

L'ASAT RICORDA ANNA PEDROTTI PERUGINI

L'Asat si unisce al dolore della famiglia Perugini per la perdita della cara Anna. Un grande senso di appartenenza all'Associazione, con la capacità di diventare un importante elemento di raccordo tra i giovani ed i «senior» dell'Asat facilitando e sostenendo il passaggio e il rinnovamento generazionale nel gruppo dirigente della sezione territoriale gardesana. Capace di ascoltare, di comprendere le ragioni dei suoi interlocutori, mediatrice nei momenti in cui sensibilità diverse richiedevano di azioni di composizione, decisa comunque a privilegiare e a tutelare l'unità della categoria per sostenerne gli interessi e l'immagine. Così la ricordano gli albergatori del Trentino.

Senza scordare la sua vita politica e amministrativa. Anna è stata una di quei tanti albergatori che si sono impegnati e si impegnano nella vita e nelle istituzioni della propria comunità. Consigliere comunale e assessore, di ispirazione socialista ha portato questa esperienza dentro il mondo associativo, esprimendo con le parole e i fatti la necessità di un rapporto costruttivo tra mondo associativo e istituzioni amministrative, a partire da quelle dei Comuni dell'Alto Garda.

Un accordo sull'e-commerce per internazionalizzare l'offerta dei prodotti del Trentino

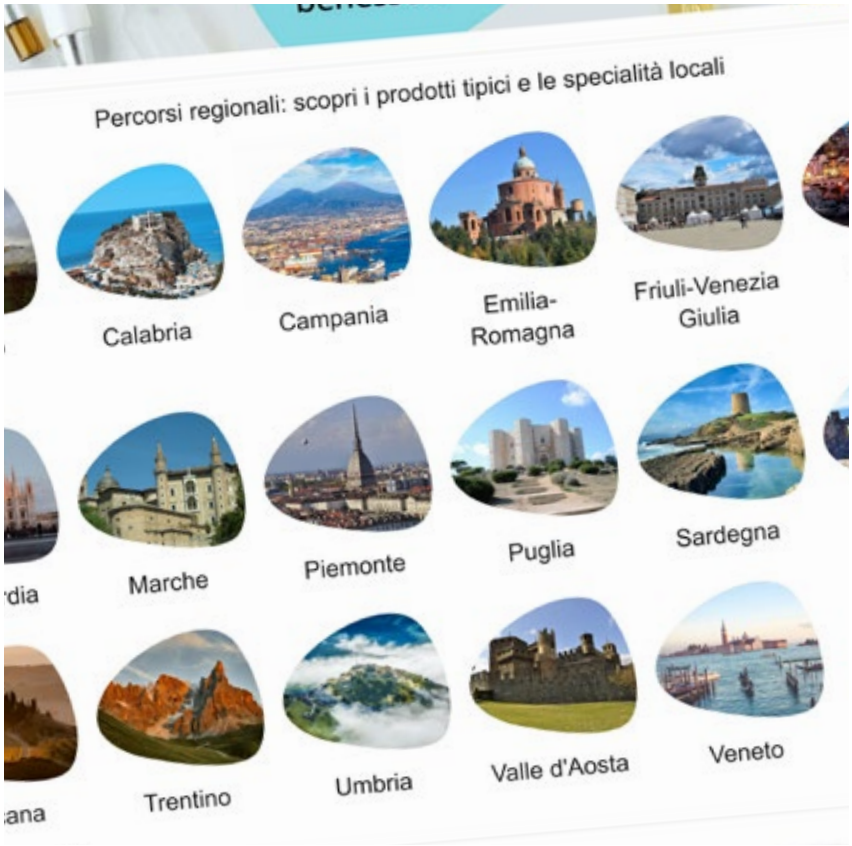
Incontri dedicati sul territorio e ampia divulgazione dell'iniziativa, nonché convenzioni con operatori e-commerce come Amazon

2' e 00"
Davide Cardella

Promuovere l'adozione, da parte delle aziende trentine, di metodi, strumenti e tecnologie vocate alla vendita digitale di beni e servizi, nonché una maggiore internazionalizzazione delle stesse realtà economiche, attraverso azioni di supporto all'export digitale ed alla promozione multicanale del Sistema Trentino, veicolandone l'immagine in modo ampio e distribuito. Questi i principali contenuti dell'accordo di promozione dell'e-commerce in Trentino che è stato sottoscritto all'inizio del mese di dicembre tra Provincia, Trentino Sviluppo e le associazioni di categoria in rappresentanza del mondo economico provinciale.

I sottoscrittori si sono impegnati a promuovere il progetto attraverso incontri dedicati sul territorio con le imprese associate e ad assicurare un'ampia divulgazione dell'iniziativa attraverso i propri mezzi di comunicazione (sito internet, social media, rivista, newsletter) impegnandosi a svolgere, inoltre, le seguenti attività: sensibilizzazione delle aziende trentine e creazione di una cultura imprenditoriale favorevole all'introduzione di sistemi digitali per la promozione dei prodotti e dei servizi; realizzazione di azioni formative e di accompagnamento, attuabili in autonomia o attraverso la collaborazione con operatori locali; sviluppo di operazioni di promozione di sistema mirate alla diffusione della conoscenza dei prodotti trentini.

A destra: la promozione su Amazon.it



L'accordo prevede, inoltre, la stipula di convenzioni con operatori di e-commerce, anche internazionali, di rilievo nell'ambito dell'e-commerce, con modalità che diano visibilità al prodotto trentino e lo sviluppo di azioni di promozione territoriale del sistema economico-produttivo del Trentino su portali di e-commerce con visibilità nazionale e internazionale, nonché attraverso la valorizzazione della piattaforma Indaco. La prima di queste convenzioni è stata firmata il 15 dicembre con Amazon e prevede il supporto alla digitalizzazione e all'internazionalizzazione, la promozione dei prodotti Made in Italy, attraverso il lancio di una vetrina dedicata ai prodotti provinciali e l'organizzazione di attività formative rivolte alle Pmi. In particolare, grazie a questo accordo, a partire dalla metà del mese di dicembre, i prodotti Made in Trentino sono disponibili in una sezione della vetrina Amazon dedicata al Made in Italy, che già oggi conta oltre 700 prodotti di 15 regioni italiane.

La selezione dei prodotti provinciali spazia dai prodotti di bellezza fino al tessile per la casa, senza dimenticare i vini e le grappe di produzione locale. Da qualche settimana, inoltre, le vetrine regionali del nostro Made in Italy sono disponibili anche sulle sezioni dedicate di Amazon.nl (Olanda), Amazon.pl (Polonia) e Amazon.se (Svezia), che vanno ad aggiungersi a quelle già presenti in Amazon.fr (Francia), Amazon.es (Spagna), Amazon.de (Germania), Amazon.co.uk (Regno Unito), Amazon.com (Stati Uniti), Amazon.co.jp (Giappone) e Amazon.ae (Emirati Arabi Uniti).

L'Asat ha seguito con grande interesse il percorso che ha portato alla sottoscrizione dell'accordo con Provincia Autonoma di Trento e con Trentino Sviluppo prima e alla successiva intesa con Amazon, poiché convinta che una maggiore visibilità del Trentino e dei suoi prodotti rappresenti un volano importante per la promozione turistica del nostro territorio.

In collaborazione con

Provincia Autonoma di Trento

Sviluppo sostenibile: il Trentino tra luci ed ombre

Bene salute, istruzione, infrastrutture ed energie rinnovabili; peggiorano povertà, consumo di suolo, giustizia ed istituzioni

4' e 20"
Laura Licati

Tra il 2020 e il 2021 il Trentino ha fatto segnare un andamento positivo su salute, istruzione, parità di genere, energie rinnovabili, infrastrutture e innovazione e produzione e consumo responsabili. Andamenti negativi vengono invece misurati per povertà, acqua e servizi igienico sanitari, consumo di suolo, giustizia e istituzioni.

È quanto emerge dal rapporto «I territori e lo sviluppo sostenibile 2022», realizzato dall'ASviS, l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, presentato lo scorso mese presso la sede del Consiglio nazionale dell'economia e del lavoro. Il documento, pubblicato con cadenza annuale, riporta un'analisi del raggiungimento delle strategie e obiettivi dell'Agenda 2030 nel nostro Paese, ma anche dei singoli territori. Attraverso degli indicatori statistici è stato analizzato per le regioni, province, città metropolitane, aree urbane e comuni, il livello di posizionamento - rispetto alla tendenza nazionale - dei diciassette obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda Onu 2030 SDGs, proponendo dove necessario delle azioni per accelerarne il raggiungimento e buone pratiche per lo sviluppo sostenibile dei territori.

In generale, lo studio ha evidenziato come il nostro Paese si stia muovendo verso il raggiungimento degli obiettivi non omogeneamente, con territori molto forti ed altri meno prestazionali. In particolare, le distanze tra Regioni sono più significative se si considerano gli obietti-

vi: povertà, salute, istruzione, parità di genere, energia, lavoro e città e comunità, mentre per i soli due obiettivi riferibili all'economia circolare, e giustizia e istituzioni in divario non è così accentuato. Dal Rapporto ASviS, nelle schede di sintesi regionali, alle quali rimandiamo per una lettura integrale del documento, riportiamo di seguito un approfondimento in merito al posizionamento specifico per la nostra provincia (pag. 136).

Salute, istruzione, parità di genere, energie rinnovabili, infrastrutture e innovazione, produzione e consumo responsabili

In dettaglio, riguardo alla salute, aumenta la speranza di vita (più 1,1 anni). Tra il 2010 e il 2021 migliorano tutti gli indicatori analizzati, fatta eccezione per i posti letto in ospedale (meno 0,7 per 1.000 abitanti). Per l'istruzione, aumenta il numero di diplomati e laureati (rispettivamente più 4 e più 10,7 punti percentuali), anche se i laureati diminuiscono negli ultimi anni. Migliora la formazione continua (più 6,5 punti percentuali). Tra il 2019 e il 2021 peggiora l'uscita precoce dal sistema d'istruzione e formazione (più 2,1 punti percentuali), nonostante il livello sia ancora soddisfacente.

La parità di genere vede un aumento della quota di donne nel Consiglio (più 14,3 punti percentuali), migliora il rapporto occupazionale tra donne con e senza figli (più 15,1 punti percentuali), peggiora il part-time involontario (più 3,6 punti percentuali). Il gender pay gap, stabile tra il 2010 e il 2019, peggiora, nell'ultimo anno analizzato (meno 1,2 punti). In campo delle energie rinnovabili, tra il 2012 e il 2020, aumenta sia la quota di energia rinnovabile (più 6,8 punti percentuali) sia l'efficienza energetica (più 6,4%). Mentre per infrastrutture e innovazione è evidenziato un incremento della copertura della banda larga (più 32,6 punti percentuali) e della specializzazione produttiva (più 1,2 punti percentuali tra il 2010 e il 2020). Tra il 2019 e il 2021 si riducono i lavoratori della conoscenza (meno 0,6 punti percentuali). Il consumo e le produzioni responsabili evidenziano come, tra il 2010 e il 2020, si sia ridotta la produzione di rifiuti (meno 4,8 %) e sia, invece, aumentata la quota di rifiuti differenziati (più 15,8 punti percentuali). Valore che, con un 76,7% nel 2020, posiziona la provincia tra le migliori in Italia.

Povertà, acqua e servizi igienico sanitari, biodiversità terrestre, giustizia e istituzioni

Riguardo alla povertà, aumenta la bassa intensità lavorativa (più 1,9 punti percentuali) e la povertà assoluta (più 5 punti percentuali a livello di ripartizione nord-est). Acqua e servizi igienico sanitari vedono una riduzione dell'efficienza nelle reti di distribuzione dell'acqua e peggiora l'indice di sfruttamento idrico. Peggiora il consumo di nuovo suolo (più 2,2 punti), mentre si registra una diminuzione della partecipazione sociale (meno 20 punti percentuali) ed un aumento delle truffe e delle frodi informatiche (quasi raddoppiate tra il 2010 e il 2020). Aumenta la durata media dei procedimenti civili (più 45,9%, di cui più 31,1% tra il 2019 e il 2021). Tra il 2019 e il 2021 sono cresciuti i detenuti in attesa di giudizio (più 5,7 punti percentuali).

Si rileva una situazione sostanzialmente invariata per agricoltura ed alimentazione, lavoro e crescita economica, città e comunità, disuguaglianze sociali

Peggiorano la redditività e la produttività dell'agricoltura (anche se la provincia misura nel 2020 livelli tra i migliori in Italia), ma aumenta la superficie destinata a coltivazioni biologiche (più 3,9 punti percentuali tra il 2016 e il 2021). Tra il 2019 e il 2021 aumentano le persone obese o in eccesso di peso (più 1,8 punti percentuali);

Per il lavoro e la crescita economica, migliora l'occupazione (più 1,6 punti percentuali) nonostante il calo tra il 2019 e il 2021 (meno 1,5 punti percentuali) e si riducono gli infortuni sul lavoro, ma aumenta la mancata partecipazione al lavoro (più 2,2 punti percentuali) e il part-time involontario (più 2,8 punti percentuali). Tra il 2019 e il 2021 si registra un forte aumento dei NEET (persone comprese tra i 15 e 29 anni che non lavorano né studiano (più 5,1 punti percentuali). Per le disuguaglianze, tra il 2010 e il 2020 migliora l'emigrazione ospedaliera (meno 2,9 punti percentuali) e aumenta la quota di permessi di soggiorno concessi a cittadini extracomunitari, ma peggiora sia l'occupazione giovanile (meno 6 punti percentuali) sia il rischio povertà (più 3,5 punti percentuali).

Per le città e le comunità, tra il 2010 e il 2020 si riducono i posti-km per abitante offerti dal trasporto pubblico locale (meno 23,1%, di cui meno 13,8 tra il 2019 e il 2020), di contro si riduce la difficoltà di accesso ai servizi (meno 3,5 punti percentuali), più che dimezzata nell'ultimo decennio.

Il Rapporto ASviS 2022 «I territori e lo sviluppo sostenibile» è interamente pubblicato sul sito asvis.it

«Il rapporto è uno strumento a disposizione delle istituzioni centrali e locali e sollecita il Parlamento ad aggiornare la normativa e a realizzare politiche coordinate per il governo dei territori, in considerazione delle relative diversità e fragilità.

La disponibilità di risorse del Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr) e di altri fondi europei e nazionali, è un'occasione imperdibile per aiutare i territori nella transizione verso un modello di sviluppo sostenibile, ridurre le disuguaglianze e prevenire tragedie come quelle causate dalle recenti alluvioni.

Servono azioni immediate e concrete per utilizzare al meglio le risorse a disposizione, attuando programmi di lungo periodo sulla base di obiettivi condivisi e misurabili», hanno dichiarato i presidenti dell'ASviS **Marcella Mallen** e **Pierluigi Stefanini**.

Uniti per il rafforzamento della contrattazione collettiva

È stato sottoscritto un accordo dal Coordinamento Provinciale Imprenditori insieme a Cgil, Cisl e Uil

1' e 50"
Roberto Pallanch

Quanto pesano le organizzazioni sindacali dei datori di lavoro e dei lavoratori? E in che misura trovano applicazione i contratti sottoscritti tra loro dalle principali organizzazioni? L'accordo che è stato sottoscritto dalle associazioni aderenti al Coordinamento provinciale imprenditori (Asat, Associazione artigiani, Ance, Confcommercio, Confesercenti, Confindustria e Cooperazione trentina) e dalle organizzazioni sindacali Cgil, Cisl e Uil cerca di portare un po' di certezza in tal senso. Si deve poi considerare che la Provincia, in alcune sue norme, ha condizionato l'ottenimento di alcuni benefici all'applicazione ed al rispetto dei contratti di lavoro maggiormente rappresentativi.

Con l'«Accordo per il rafforzamento della contrattazione collettiva» viene affermata la centralità delle parti sociali datoriali e dei lavoratori nel sistema di relazioni sindacali e istituzionali nella nostra Provincia. L'accordo, inoltre, intende:

- favorire l'applicazione dei contratti di lavoro stipulati dalle organizzazioni comparativamente più rappresentative a livello nazionale;
- promuovere l'adozione dei contratti comparativamente più rappresentativi, in quanto strumenti per assicurare migliori condizioni di lavoro e contrastare anche fenomeni di dumping contrattuale;
- ribadire la libera negoziazione delle parti sociali nello stabilire la regolamentazione delle regole delle relazioni industriali;
- rafforzare, con affiancamento, a livello territoriale quanto stabilito nei vari accordi interconfederali nazionali, che stabiliscono regole nella definizione della rappresentanza dei lavoratori e dei datori di lavoro;
- rilevare l'opportunità che la Provincia si confronti con le parti sociali al fine di favorire l'applicazione dei contratti di lavoro stipulati dalle organizzazioni comparativamente più rappresentative, nel rispetto della libertà sindacale come prevista dalla costituzione;
- chiedere che l'applicazione dei contratti stipulati dalle organizzazioni comparativamente più rappresentative venga applicata laddove se ne presenti l'opportunità nella legislazione provinciale.

«Per quanto riguarda le finalità dell'iniziativa in questione, credo che da un punto di vista associativo, e in particolar modo dal punto di vista dell'associazione maggiormente rappresentativa a livello nazionale e territoriale delle imprese turistico ricettive, l'iniziativa sia positiva, poiché potrebbe di fatto stabilire l'obbligo di applicare il contratto Federalberghi alla generalità delle imprese alberghiere della Provincia», ha dichiarato il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**.

«Occorre peraltro osservare - conclude - che l'applicazione del nostro contratto è pressoché totale anche oggi, poiché i dati Inps ci dicono che nella Provincia di Trento su 1.054 aziende ricettive censite (codice ateco 55, anno 2020), 984 (ossia il 93,4%) applicavano il CCNL Turismo Federalberghi, 47 (cioè il 4,5%) il CCNL Pubblici esercizi, 16 il CCNL Confesercenti e 2 il CCNL Industria turistica».

Ai Giovani albergatori del Trentino la presidenza del tavolo di imprenditoria giovanile «Piano d'ambito economico»

Luigi Tavernaro è il nuovo presidente

3' e 00"
Monica Basile

La presidenza del tavolo di imprenditoria giovanile «Piano d'ambito economico» passa a **Luigi Tavernaro**, in qualità di presidente dei Giovani albergatori del Trentino, e alla sua delegata **Elisa Mazzalai**.

Il tavolo di imprenditoria giovanile Piano d'ambito economico (Pae) è uno strumento istituito dalle Politiche Giovanili della Provincia di Trento che raggruppa associazioni ed enti di uno stesso «ambito di riferimento», in questo caso quello economico. I Piani Giovani di Zona, invece, raggruppano associazioni ed enti del medesimo contesto territoriale.

Il Pae rappresenta i settori economici giovanili dell'agricoltura, del turismo e del settore ricettivo, della cooperazione, dell'industria e del terziario, e svolge un'importante funzione di luogo d'incontro tra i rappresentanti delle associazioni imprenditoriali giovanili. L'obiettivo, attraverso innovazione e lavoro di rete efficace, è fornire sostegno e slancio alla creazione e allo sviluppo d'impresa. Il Pae permette la realizzazione di progetti dedicati ai giovani imprenditori e al miglioramento delle loro competenze, finanziando iniziative di contaminazione tra comparti economici diversi.

In occasione del suo insediamento, Luigi Tavernaro ha affermato: «Con grande onore assumo l'impegno di condurre il tavolo per il prossimo biennio. Seguo i lavori del tavolo da oltre dieci anni e desidero continuare il percorso intrapreso dalla passata presidenza nell'ottica della valorizzazione del nostro territorio e del sostegno dello spirito associativo, al fine di creare sinergie fra i giovani imprenditori e le categorie economiche e professionali».

Nella foto: da sinistra a destra Martina Togn, Alessandra Tanas, Elisa Mazzalai e Luigi Tavernaro

A seguire, la delegata che si occuperà del progetto in prima persona, Elisa Mazzalai, ha illustrato le linee guida delineate dall'attuale presidenza. «Intendiamo ampliare la base degli utenti del tavolo d'ambito economico, implementare la strategia di comunicazione al fine di includere un maggior numero di giovani imprenditori attivi. Questa strategia prevede anche l'attivazione di un profilo LinkedIn, per promuovere i progetti che saranno sviluppati nel corso degli anni.

Ogni anno il gruppo di lavoro Pae svolgerà un "progetto in comune" tra tutte le categorie economiche, e sotto la presidenza Gat esso si concretizzerà in un'attività trasversale tra i vari settori economici legata all'innovazione aziendale, che potrà svolgersi anche al di fuori del territorio del Trentino. Anche i "progetti singoli", che ogni categoria economica elaborerà a favore dei propri associati, acquisiranno più importanza: vogliamo imprimere una svolta rispetto alle restrizioni che hanno subito questi progetti durante i due anni di pandemia, a causa delle norme anti-Covid».

I Gat, oltre al presidente e alla sua delegata, sono rappresentati da un referente tecnico, ruolo ricoperto fin dalla costituzione del progetto dalla responsabile Marketing e Ricerche dell'Asat **Monica Basile**, che

in fase di avvio del progetto era stata invitata dall'ideatore del progetto, l'allora assessore **Tiziano Salvaterra**, ad includere i Gat nell'iniziativa innovativa.

Durante i 15 anni di partecipazione al progetto, i Gat, con il supporto dell'Asat, hanno ideato ed attivato otto progetti di formazione internazionale presso Università estere, a cui hanno partecipato oltre 300 Giovani albergatori di Trentino, Roma, Veneto, Lombardia e Valle d'Aosta, esperienze pensate per apprendere le buone pratiche europee nel settore hospitality. La tematica che accomuna tutte le edizioni dei viaggi studio è la valorizzazione della cultura materiale e immateriale del patrimonio Unesco locale all'interno dell'hotel. Tutti i viaggi studio, infatti, sono stati pianificati in destinazioni Unesco: Alpi Francesi, Svizzere, Sevilla e Sierra Nevada, Scozia, Praga, Madrid, Alcalà di Henares, le Langhe, Roero e Monferrato. Ai giovani albergatori sono stati mostrati esempi applicativi di strategie efficaci adottate da albergatori esteri al fine di valorizzare la cultura materiale e immateriale (usi, costumi, tradizioni) all'interno dei propri hotel, per fare vivere un'esperienza unica all'ospite.

La Provincia autonoma di Trento ha cofinanziato al 50% i costi delle docenze presso le Università estere. Inoltre i Gat hanno sviluppato progetti di marketing territoriale intercategoriale, in particolare con Coldiretti Giovani Impresa, con cui hanno sviluppato il primo progetto pilota nazionale, che ha permesso di vincere il primo premio a livello nazionale dei Giovani di Federalberghi Cnga.

Tavernaro succede a **Martina Togn**, presidente dei giovani imprenditori di Confindustria Trento. In precedenza il ruolo di presidente Pae è stato ricoperto da **Elisa Ressegotti**, delegata del past president Gat **Guglielmo Lasagna**.

La gestione dell'overtourism passa per la travel intelligence

È responsabilità dell'organizzazione di marketing territoriale considerare e bilanciare le esigenze di tutti gli stakeholders

2' e 40"
Francesca Maffei

Per consuetudine il successo di una destinazione si giudica dal numero di visitatori che accoglie in un certo tempo e, soprattutto dopo la pandemia, tutti sono più determinati che mai ad attrarre quanti più turisti possibile. È risaputo che di più non sempre è meglio, e molte destinazioni stavano affrontando gravi problemi derivanti da un eccesso di turisti già prima che emergesse la crisi sanitaria globale. Ecco, quindi, che mentre sempre più aree nel mondo si avvicinano ad una piena ripresa dei viaggi, il tema torna alla ribalta.

Quello dell'*overtourism* è un concetto difficile da definire e complesso da gestire, relativo e altamente soggettivo, variando la comprensione del termine non solo da una destinazione all'altra bensì all'interno della stessa località: quelli che alcuni considerano troppi visitatori, persino fastidiosi, altri li vedono come il numero ideale, o addirittura insufficiente.

Un'alta densità turistica genera un'offerta tesa a soddisfarla sotto ogni aspetto, con imprese ricettive, commerciali e infrastrutture che secondo una parte di residenti e di enti dedicati alla conservazione del patrimonio possono danneggiare l'identità locale e contribuire al sovraffollamento. Ma d'altro canto l'indotto economico che ne deriva è ingente, al punto che quando i turisti languono l'andamento economico della destinazione ne risente notevolmente.

È responsabilità dell'organizzazione di marketing territoriale (DMO) considerare le esigenze di tutti gli *stakeholders*, e bilanciare gli imperativi economici con le preoccupazioni sociali e ambientali. Una DMO non ha l'autorità per decidere chi è autorizzato a operare, né può controllare chi affitta il proprio appartamento tramite Airbnb

e affini facendone lievitare il costo medio, ma ha il potere di influenzare la governance sulla base di dati corretti. Ad esempio, è possibile profilare quei gruppi di turisti ubriachi e rumorosi, oltre che basso spendenti, che invadono alcune mete specialmente in certi periodi dell'anno e concentrare i propri sforzi di marketing sulla promozione di altri aspetti della destinazione, in grado di attirare un diverso tipo di turista, idealmente con un potere d'acquisto più elevato e più propenso a partecipare a iniziative culturali o attività sportive. Allo stesso modo, laddove i dati rivelano che una destinazione soffre a causa del turismo di massa, una DMO può concentrare i propri sforzi sulla pubblicità delle aree e delle attrazioni meno visitate per distribuire l'impatto turistico in modo più uniforme.

Tuttavia, l'overtourism si riferisce non solo al profilo dei turisti e alle località che frequentano, ma anche al periodo dell'anno che scelgono. La stagionalità incontrollata causa serie criticità nelle stagioni di punta, mentre in bassa stagione può generare gravi carenze di entrate. Pertanto, laddove i dati sugli arrivi mostrano picchi significativi in determinati periodi e considerevoli cali in altri, la DMO dovrebbe spostare la sua attenzione sulla promozione di un flusso più costante durante l'anno.

Trovare soluzioni creative è più facile a dirsi che a farsi, motivo per cui i dati sono così importanti per un'agenzia di marketing territoriale. Piuttosto che limitarsi a fronteggiare la domanda e sperare che la risposta abbia successo, le DMO monitorano continuamente la situazione per garantire che le politiche implementate diano l'esito desiderato e, in caso contrario, reagiscono di conseguenza. Un esempio viene dalla strategia del villaggio di Siurana, in Catalogna. La storica comunità, famosa per i paesaggi e le falesie da scalare, in accordo con le imprese turistiche, ha recentemente rifiutato di essere inclusa nell'elenco dei borghi più belli della Spagna, adottando un approccio sostenibile che privilegia la qualità rispetto alla quantità, poiché incapace di sopportare grandi numeri. Sebbene questo esempio riguardi un villaggio di trenta abitanti, la stessa metodologia potrebbe essere applicata su scala più ampia per gestire l'overturismo altrove.

Nuova grafica per la rivista Turismo e Ospitalità nel Trentino

Con la prima edizione del 2023 il mensile dell'Asat cambia «veste»

1' e 30"
Arianna Bertagnolli

Mezzo secolo di storia, di notizie e informazioni per gli associati dell'Asat, da formato simile a un giornale quotidiano a rivista patinata a colori, spesso esposta nelle hall degli alberghi trentini. Con questo numero, il primo del 2023, il mensile dell'Associazione cambia nuovamente stile in ottica «moderna» senza però rinunciare alla qualità e al prestigio frutto di una tradizione lunga 50 anni.

Il nuovo restyling grafico strizza l'occhio alla sostenibilità riducendo lo spreco di carta in fase di stampa. Infatti, nonostante l'aumento del numero di pagine da 44 a 48, la carta che sarà utilizzata avrà uguale grammatura per tutte le pagine, in modo da evitare la plastificazione opaca delle «copertine» eliminando quanto più possibile la plastica dalla nostra rivista.

L'effetto finale rimane elegante e raffinato con carta patinata ma certificata: il legno utilizzato per la carta proviene, infatti, da una foresta correttamente gestita secondo i rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. Maggior spazio sarà dato alle notizie con la revisione della gabbia grafica interna a tre colonne variabili a seconda delle necessità di impaginazione. Nuova anche la versione dell'iconografia e posizionamento delle rubriche. Turismo e Ospitalità nel Trentino edizione 2023 adotterà anche un nuovo font compatibile con la comunicazione digitale e social; rivisitata e resa più moderna anche la banda laterale bianca in copertina, che consentirà una più facile lettura dei titoli principali e temi del mese. Non solo, quindi, notizie ma anche attenzione all'ambiente e alla riduzione dell'utilizzo di elementi plastificati. Una rivista sostenibile che segna il passo al turismo sostenibile, vero protagonista del futuro dell'ospitalità.

A guidare la rivista e gli approfondimenti continuerà ad essere una penna nota ed amata nel mondo Asat, il direttore responsabile **Roberto Pallanch**. A fianco a lui il comitato di redazione composto dal direttore dell'Asat **Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Fabia Sartori, Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza, Giovanna Tasin, Arianna Bertagnolli**.

Auguriamo una buona lettura a tutti i nostri associati!

Turismo&
Ospitalità
NEL TRENTINO

MAGAZINE	01.2023	Anno LI

A destra: Il nuovo logo per T&O nel Trentino

Al via un nuovo strumento agevolativo provinciale, in procedura automatica

Per aumentare la liquidità delle imprese, sostituirà la compensazione fiscale

2' e 10"

Andrea Rudari

Con una propria delibera approvata a fine anno, la Giunta provinciale ha varato una nuova procedura di intervento agevolativo a fronte di spese sostenute dalle imprese per investimenti fissi (lavori ed arredi), internazionalizzazione e consulenze, con aiuti da erogare mediante procedura cosiddetta automatica, per costi ammissibili fino a 300mila euro.

Fino ad oggi per questi investimenti erano concessi contributi nella misura del 15% delle spese, sotto forma di compensazione fiscale, quindi legati alla possibilità per il contribuente di utilizzare il credito, ovvero alla «capienza» del beneficio nelle imposte e contributi dovuti. In alcuni casi, questo ha di fatto limitato lo strumento agevolativo, rendendolo di impossibile applicazione.

Con la nuova delibera la Provincia intende superare questo ostacolo, erogando i benefici (nella stessa misura percentuale e sempre in regime de minimis) direttamente sul conto corrente del beneficiario. Questa alternativa al credito di imposta, oltre a garantire una maggiore liquidità alle imprese, consente altresì al beneficiario di utilizzare l'importo accreditato per più forme di spesa, potendo con lo stesso pagare i fornitori oppure saldare imposte pregresse o future. Il credito d'imposta invece, per sua natura, è ovviamente utilizzabile solo per pagare debiti fiscali e contributivi. Alla luce di quanto sopra, dal 1° gennaio 2023 viene meno la possibilità di presentare domande di aiuto in compensazione fiscale; al contempo si introducono i nuovi criteri che consentono alle imprese di ottenere l'aiuto in un'unica soluzione con procedura automatica, garantendo più celerità nella concessione degli aiuti.

Oltre agli investimenti fissi ed alle consulenze, i nuovi criteri intervengono anche nel settore della transizione energetica (gli investimenti delle imprese negli ambiti delle energie rinnovabili e nell'efficienza energetica) nonché dei servizi di consulenza per il passaggio generazionale. Infine, sempre con l'obiettivo di riordinare la disciplina degli aiuti previsti dalla legge provinciale n. 6/99, la soglia massima di spesa prevista nella nuova disciplina rappresenta il limite di spesa ammissibile oltre al quale gli aiuti sono concessi in regime di esenzione e pertanto assoggettati ad una procedura valutativa o negoziale.

Le nuove domande potranno essere di norma presentate dal 2 gennaio al 31 dicembre di ogni anno. Tuttavia, in questa prima fase di avvio, i termini per la presentazione delle domande a valere sulla nuova disciplina saranno aperti successivamente all'implementazione della Piattaforma informatica provinciale (prevista non prima di febbraio 2023). Anche i nuovi criteri mantengono la regola per la quale sono ammissibili ad agevolazione le spese sostenute nei 18 mesi precedenti la domanda di agevolazione. Relativamente alla tipologia di aiuti per investimenti fissi nella transizione energetica sono agevolabili esclusivamente le spese sostenute dal 1° gennaio 2023.

L'Agenzia provinciale per l'incentivazione delle attività economiche (Apiae) è la struttura provinciale competente per la concessione degli aiuti in procedura automatica, ivi comprese le verifiche successive, sostituendo così Confidi Trentino Imprese che aveva fino ad oggi seguito le domande presentate in compensazione fiscale.

La formazione di Cat Turismo

CAT TURISMO
FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGIA

Tutti gli appuntamenti per l'anno 2023

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

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
23/01/2023	14.00-18.00	ONLINE
13/02/2023	09.00-13.00	ONLINE
27/03/2023	14.00-18.00	ONLINE
08/05/2023	09.00-13.00	ONLINE
19/06/2023	14.00-18.00	ONLINE
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
25/09/2023	14.00-18.00	ONLINE
23/10/2023	09.00-13.00	ONLINE
20/11/2023	14.00-18.00	ONLINE
11/12/2023	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 65,00 + IVA** - Quota associati: **€ 55,00 + 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
23/01/2023	14.00-18.00	ONLINE
13/02/2023	09.00-13.00	ONLINE
27/03/2023	14.00-18.00	ONLINE
08/05/2023	09.00-13.00	ONLINE
19/06/2023	14.00-18.00	ONLINE
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
25/09/2023	14.00-18.00	ONLINE
23/10/2023	09.00-13.00	ONLINE
20/11/2023	14.00-18.00	ONLINE
11/12/2023	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 65,00 + IVA** - Quota associati: **€ 55,00 + IVA**

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

Corso obbligatorio per tutti i tipi di aziende, anche con un solo dipendente, per garantire la massima sicurezza del personale interno.

Colui che frequenta il corso può essere un responsabile interno, ossia obbligatoriamente il datore di lavoro o un delegato con potere di spesa.

Ricordiamo che nel caso in cui il corso base è stato effettuato prima del 01/01/1997 è necessario frequentarlo nuovamente poiché è stato modificato il Decreto di riferimento.

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
06/03/2023 07/03/2023 13/03/2023 14/03/2023	09.00-13.00	ONLINE
SECONDA EDIZIONE		
15/05/2023 16/05/2023 22/05/2023 23/05/2023	09.00-13.00	ONLINE
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
09/10/2023	09.00-13.00	ONLINE
10/10/2023	09.00-13.00	ONLINE
16/10/2023	09.00-13.00	ONLINE
17/10/2023	09.00-13.00	ONLINE
Quota partecipazione: **€ 130,00 + IVA** - Quota associati: **€ 110,00 + IVA**		

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
01/02/2023	09.00-13.00/14.00-16.00	ONLINE
14/03/2023	09.00-13.00/14.00-16.00	ONLINE
23/05/2023	09.00-13.00/14.00-16.00	ONLINE
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
17/10/2023	09.00-13.00/14.00-16.00	ONLINE
16/11/2023	09.00-13.00/14.00-16.00	ONLINE
Quota partecipazione: **€ 65,00 + IVA** - Quota associati: **€ 55,00 + 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.

FORMAZIONE PARTICOLARE PER PREPOSTI (8 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
31/05/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PRIMA EDIZIONE		
04/10/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota partecipazione: **€ 180,00 + IVA** - Quota associati: **€ 140,00 + IVA**		

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.

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		
31/05/2023	11.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PRIMA EDIZIONE		
04/10/2023	11.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota partecipazione: **€ 150,00 + IVA** - Quota associati: **€ 110,00 + 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.

CORSO ANTINCENDIO
CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 1 (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
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
27/02/2023	09.00-11.00	ONLINE
17/04/2023	09.00-11.00	ONLINE
12/06/2023	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
28/02/2023	14.00-16.00	TRENTO
02/03/2023	14.00-16.00	VAL DI SOLE
09/03/2023	14.00-16.00	ANDALO
16/03/2023	14.00-16.00	VAL DI FIEMME
23/03/2023	14.00-16.00	LEVICO
18/04/2023	14.00-16.00	TRENTO
03/05/2023	14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
18/05/2023	14.00-16.00	VAL DI FASSA
13/06/2023	14.00-16.00	TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
11/09/2023	09.00-11.00	ONLINE
02/10/2023	09.00-11.00	ONLINE
27/11/2023	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
13/09/2023	14.00-16.00	VAL RENDENA
19/09/2023	14.00-16.00	ANDALO
20/09/2023	14.00-16.00	PRIMIERO
03/10/2023	14.00-16.00	TRENTO
11/10/2023	14.00-16.00	VAL DI FIEMME
18/10/2023	14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
21/11/2023	14.00-16.00	LEVICO TERME
28/11/2023	14.00-16.00	TRENTO
30/11/2023	14.00-16.00	VAL DI FASSA

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

CORSO ANTINCENDIO
CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 2 (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 A SCELTA TRA:		
27/02/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
17/04/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
12/06/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
28/02/2023	14.00-17.00	TRENTO
02/03/2023	14.00-17.00	VAL DI SOLE
09/03/2023	14.00-17.00	ANDALO
16/03/2023	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
23/03/2023	14.00-17.00	LEVICO
18/04/2023	14.00-17.00	TRENTO
03/05/2023	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
18/05/2023	14.00-17.00	VAL DI FASSA
13/06/2023	14.00-17.00	TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
11/09/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
02/10/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
27/11/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
13/09/2023	14.00-17.00	VAL RENDENA
19/09/2023	14.00-17.00	ANDALO
20/09/2023	14.00-17.00	PRIMIERO
03/10/2023	14.00-17.00	TRENTO
11/10/2023	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
18/10/2023	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
21/11/2023	14.00-17.00	LEVICO TERME
28/11/2023	14.00-17.00	TRENTO
30/11/2023	14.00-17.00	VAL DI FASSA

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

CORSO ANTINCENDIO

CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 3 (16 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
PRIMA EDIZIONE		
27/02/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
01/03/2023	09.00-13.00 / 14.00-17.00	ONLINE
SECONDA EDIZIONE		
17/04/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
20/04/2023	09.00-13.00 / 14.00-17.00	ONLINE
TERZA EDIZIONE		
12/06/2023	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
14/06/2023	09.00-13.00 / 14.00-17.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
28/02/2023	14.00-18.00	TRENTO
02/03/2023	14.00-18.00	VAL DI SOLE
09/03/2023	14.00-18.00	ANDALO
16/03/2023	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
23/03/2023	14.00-18.00	LEVICO
18/04/2023	14.00-18.00	TRENTO
03/05/2023	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
18/05/2023	14.00-18.00	VAL DI FASSA
13/06/2023	14.00-18.00	TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
PRIMA EDIZIONE		
02/10/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
04/10/2023	09.00-13.00/14.00-17.00	ONLINE
SECONDA EDIZIONE		
27/11/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
29/11/2023	09.00-13.00/14.00-17.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
13/09/2023	14.00-18.00	VAL RENDENA
19/09/2023	14.00-18.00	ANDALO
20/09/2023	14.00-18.00	PRIMIERO
03/10/2023	14.00-18.00	TRENTO
11/10/2023	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
18/10/2023	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
21/11/2023	14.00-18.00	LEVICO TERME
28/11/2023	14.00-18.00	TRENTO
30/11/2023	14.00-18.00	VAL DI FASSA

Quota partecipazione: **€ 275,00 + IVA** - Quota associati: **€ 255,00 + IVA**

Dal 03 ottobre 2022 è divenuto obbligatorio l'aggiornamento per gli addetti. La scadenza è prevista quinquennale. Gli addetti che hanno frequentato il corso prima del 2017 hanno tempo un anno per potersi allineare alla nuova normativa frequentando il corso di aggiornamento.

CORSO ANTINCENDIO

CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 1 (2 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
28/02/2023	14.00-16.00	TRENTO
02/03/2023	14.00-16.00	VAL DI SOLE
09/03/2023	14.00-16.00	ANDALO
16/03/2023	14.00-16.00	VAL DI FIEMME
23/03/2023	14.00-16.00	LEVICO
18/04/2023	14.00-16.00	TRENTO
03/05/2023	14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
18/05/2023	14.00-16.00	VAL DI FASSA
13/06/2023	14.00-16.00	TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
13/09/2023	14.00-16.00	VAL RENDENA
19/09/2023	14.00-16.00	ANDALO
20/09/2023	14.00-16.00	PRIMIERO
03/10/2023	14.00-16.00	TRENTO
11/10/2023	14.00-16.00	VAL DI FIEMME
18/10/2023	14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
21/11/2023	14.00-16.00	LEVICO TERME
28/11/2023	14.00-16.00	TRENTO
30/11/2023	14.00-16.00	VAL DI FASSA

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

CORSO ANTINCENDIO

CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 2 (5 ORE)

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a medio rischio le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
27/02/2023	09.00-11.00	ONLINE
17/04/2023	09.00-11.00	ONLINE
12/06/2023	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
28/02/2023	14.00-17.00	TRENTO
02/03/2023	14.00-17.00	VAL DI SOLE
09/03/2023	14.00-17.00	ANDALO
16/03/2023	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
23/03/2023	14.00-17.00	LEVICO
18/04/2023	14.00-17.00	TRENTO
03/05/2023	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
18/05/2023	14.00-17.00	VAL DI FASSA
13/06/2023	14.00-17.00	TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
11/09/2023	09.00-11.00	ONLINE
02/10/2023	09.00-11.00	ONLINE
27/11/2023	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
13/09/2023	14.00-17.00	VAL RENDENA
19/09/2023	14.00-17.00	ANDALO
20/09/2023	14.00-17.00	PRIMIERO
03/10/2023	14.00-17.00	TRENTO
11/10/2023	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
18/10/2023	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
21/11/2023	14.00-17.00	LEVICO TERME
28/11/2023	14.00-17.00	TRENTO
30/11/2023	14.00-17.00	VAL DI FASSA

Quota partecipazione: **€ 100,00 + IVA** - Quota associati: **€ 90,00 + IVA**

CORSO ANTINCENDIO

CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 3 (8 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
27/02/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
17/04/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
12/06/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
28/02/2023	14.00-17.00	TRENTO
02/03/2023	14.00-17.00	VAL DI SOLE
09/03/2023	14.00-17.00	ANDALO
16/03/2023	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
23/03/2023	14.00-17.00	LEVICO
18/04/2023	14.00-17.00	TRENTO
03/05/2023	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
18/05/2023	14.00-17.00	VAL DI FASSA
13/06/2023	14.00-17.00	TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
11/09/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
02/10/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
27/11/2023	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
13/09/2023	14.00-17.00	VAL RENDENA
19/09/2023	14.00-17.00	ANDALO
20/09/2023	14.00-17.00	PRIMIERO
03/10/2023	14.00-17.00	TRENTO
11/10/2023	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
18/10/2023	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
21/11/2023	14.00-17.00	LEVICO TERME
28/11/2023	14.00-17.00	TRENTO
30/11/2023	14.00-17.00	VAL DI FASSA

Quota partecipazione: **€ 160,00 + IVA** - Quota associati: **€ 140,00 + 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	
	PRIMA EDIZIONE	
20/03/2023 21/03/2023	14.00-18.00 14.00-18.00	ONLINE
	SECONDA EDIZIONE	
08/05/2023 09/05/2023	14.00-18.00 14.00-18.00	ONLINE
	PARTE PRATICA	
28/03/2023	14.00-18.00	AULA - PRIMIERO
29/03/2023	14.00-18.00	AULA – ANDALO
03/04/2023	14.00-18.00	AULA – TRENTO
19/04/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI SOLE
27/04/2023	14.00-18.00	AULA – RIVA DEL GARDA
17/05/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FIEMME
29/05/2023	14.00-18.00	AULA - TRENTO
06/06/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FASSA
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
	PARTE TEORICA	
	PRIMA EDIZIONE	
11/09/2023	14.00-18.00	ONLINE
12/09/2023	14.00-18.00	ONLINE
	SECONDA EDIZIONE	
06/11/2023	14.00-18.00	ONLINE
07/11/2023	14.00-18.00	ONLINE
	PARTE PRATICA	
18/09/2023	14.00-18.00	TRENTO
28/09/2023	14.00-18.00	AULA – LEVICO
04/10/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FIEMME
09/11/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI SOLE
13/11/2023	14.00-18.00	AULA – TRENTO
23/11/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FASSA
29/11/2023	14.00-18.00	AULA - ANDALO
04/12/2023	14.00-18.00	AULA – TRENTO
Quota partecipazione: **€ 140,00 + IVA** - Quota associati: **€ 120,00 + 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
28/03/2023	14.00-18.00	AULA - PRIMIERO
29/03/2023	14.00-18.00	AULA – ANDALO
03/04/2023	14.00-18.00	AULA – TRENTO
19/04/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI SOLE
27/04/2023	14.00-18.00	AULA – RIVA DEL GARDA
17/05/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FIEMME
29/05/2023	14.00-18.00	AULA - TRENTO
06/06/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FASSA
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
18/09/2023	14.00-18.00	TRENTO
28/09/2023	14.00-18.00	AULA – LEVICO
04/10/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FIEMME
09/11/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI SOLE
13/11/2023	14.00-18.00	AULA – TRENTO
23/11/2023	14.00-18.00	AULA – VAL DI FASSA
29/11/2023	14.00-18.00	AULA - ANDALO
04/12/2023	14.00-18.00	AULA – TRENTO
Quota 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 BASE RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (32 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
22/02/2023 01/03/2023 08/03/2023 15/03/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PRIMA EDIZIONE		
22/11/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
29/11/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
06/12/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
13/12/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota partecipazione: **€ 420,00 + IVA** - Quota associati: **€ 370,00 + IVA**

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	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
07/03/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PRIMA EDIZIONE		
05/12/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Aggiornamento RLS 4H:
Quota partecipazione: **€ 130,00 + IVA** - Quota associati: **€ 100,00 + IVA**

Aggiornamento RLS 8H:
Quota partecipazione: **€ 180,00 + IVA** - Quota associati: **€ 140,00 + IVA**

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		
17/05/2023 18/05/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PRIMA EDIZIONE		
16/11/2023 17/11/2023	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota partecipazione: € 260,00 + IVA - Quota associati: € 230,00 + 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		
18/05/2023	11.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
PRIMA EDIZIONE		
17/11/2023	11.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 110,00 + IVA

SICUREZZA 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
CORSO GENERICO (4 ORE) + CORSO SPECIFICO (4 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
06/02/2023 07/02/2023	14.00-18.00	ONLINE
11/04/2023 12/04/2023	09.00-13.00	ONLINE
07/06/2023 08/06/2023	14.00-18.00	ONLINE
10/07/2023 11/07/2023	14.00-18.00	ONLINE
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
26/09/2023 27/09/2023	14.00-18.00	ONLINE
24/10/2023 25/10/2023	09.00-13.00	ONLINE
14/11/2023 15/11/2023	14.00-18.00	ONLINE
18/12/2023 19/12/2023	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 45,00 + IVA** - Quota associati: **€ 35,00 + IVA**
Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda).

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI
AGGIORNAMENTO (6 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
06/02/2023 07/02/2023	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
11/04/2023 12/04/2023	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
07/06/2023 08/06/2023	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
10/07/2023 11/07/2023	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
AUTUNNO	**ORARIO**	**MODALITÀ**
26/09/2023 27/09/2023	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
24/10/2023 25/10/2023	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
14/11/2023 15/11/2023	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
18/12/2023 19/12/2023	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 45,00 + 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.

Da Young Hoteliers a Young Hospitality

La decisione di rinnovare il marchio è stata presa per rappresentare meglio l'espansione e le ambizioni

1' e 40"
Francesca Maffei

Con 12 anni all'attivo, lo Young Hoteliers Summit (YHS), sulla scia di quanto già fatto dall'Ecole hôtelière de Lausanne diventata EHL Hospitality Business School, ha deciso che era giunto il momento per un rebranding. Dalla sua fondazione, molto è cambiato; il settore dell'ospitalità è cresciuto di oltre 50 miliardi di dollari, ha attraversato una rivoluzione digitale e ha subìto una pandemia globale.

YHS crede ancora nel principio fondamentale di nutrire nuovi albergatori e migliorare le opportunità professionali per i giovani talenti nel settore dell'ospitalità; tuttavia, il vertice è diverso da quando è stato fondato. In una dozzina di anni, la realtà di YHS è cresciuta di dimensioni, ha raggiunto partner e partecipanti internazionali da tutto il mondo e si è affermata come uno dei vertici dell'ospitalità studentesca più grandi e influenti su scala globale.

La decisione di rinnovare il marchio è stata presa per rappresentarne meglio l'espansione e le ambizioni oltre gli ostacoli, distinguendosi con coraggio. Adottare la parola «ospitalità» traccia il percorso e allarga gli orizzonti a tutti gli aspetti del servizio e della gestione delle relazioni. YHS si rende conto che il settore si sta espandendo più di quanto non sia mai stato prima e il nuovo nome riflette questo progresso. Oltre al brand name cambia anche il logo, con tre fumetti che rappresentano coloro che rendono possibile il vertice: i relatori, i delegati e il comitato. Ogni stakeholder porta la voce e le necessità di ciascuna parte con la loro interdipendenza reciproca, condividendo storie ed esperienze che suscitano l'interesse di chi desidera migliorare se stesso. I valori sono la fonte di ispirazione per i colori utilizzati -azzurro, giallo e blu- e il nuovo *font*; la curiosità che unisce ciascuno, le connessioni e l'empowerment reciproco che creano il summit nelle edizioni che conosciamo oggi. È attraverso questi valori che gli imprenditori turistici, sia come comunità sia come industria, possono sforzarsi di raggiungere livelli sempre più alti.

Nonostante sia guidato e organizzato da studenti, YHS ha dimostrato di essere un ente solido e sempre più forte anno dopo anno, accogliendo dozzine di esperti nel campo, nonché centinaia di ospiti da ogni Paese. Per il 2023 gli organizzatori sperano di trasmettere come messaggio l'audacia; l'audacia nell'essere giovani, nel fatto di lavorare nel rutilante pianeta dell'ospitalità, e infine nell'essere testimoni di un cambiamento continuo.

YHS

TRENTINO

WELCOME TO THE New Era

6 - 9 FEBBRAIO 2023

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

HOSPITALITY
IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA

RIVA DEL GARDA

#HOSPITALITYRIVA hospitalityriva.it

Riva del Garda® Fierecongressi

A Hospitality trend, proposte e formazione per gli operatori dell'Ho.Re.Ca.

Dal 6 al 9 febbraio i professionisti dell'ospitalità e dell'accoglienza si incontrano al quartiere fieristico di Riva del Garda

3' e 30"

Hub di tendenze e innovazioni, Hospitality si rivolge agli operatori Ho.Re.Ca. che visitano la fiera per ampliare il network di fornitori e partner, trovare nuove soluzioni per la propria attività e aggiornarsi grazie a **Hospitality Academy** e alle numerose attività formative, laboratori, degustazioni e cooking show che completano il programma eventi. Le competenze acquisite in oltre quarant'anni di storia e la naturale vocazione ai temi dell'accoglienza e del turismo del territorio in cui si svolge, rendono Hospitality il place to be per gli operatori del settore.

«Siamo giunti alla 47a edizione della manifestazione ed ogni anno vogliamo offrire a espositori e visitatori soluzioni e strumenti innovativi per interpretare le tendenze del settore e restare competitivi - commenta **Giovanna Voltolini**, Exhibition Manager di Hospitality - lo dimostrano i numeri con la presenza, a un mese dalla data di inaugurazione, di oltre 500 espositori con tante conferme e il 30% di nuove aziende che hanno scelto Riva del Garda per aprirsi al mercato e far crescere il proprio network. Non mancheranno i buyer esteri provenienti soprattutto da Europa, Centro e Sud America».

In foto: alcune scene di Hospitality 2022

Le aree tematiche e speciali

Il percorso espositivo è suddiviso in quattro aree tematiche (Beverage, Contract & Wellness, Food & Equipment e Renovation & Tech) che danno voce a tutti i segmenti dell'Ho.Re.Ca. e nelle aree speciali Solobirra, RPM-Riva Pianeta Mixology e Winescape dedicate alla valorizzazione della birra artigianale, del bere miscelato e del turismo del vino e dell'olio.

In linea con i nuovi scenari dell'ospitalità e con l'obiettivo di intercettare le sfide del comparto, Hospitality ha ampliato l'offerta espositiva con un'attenzione particolare all'accessibilità e al turismo open-air, siglando due importanti partnership. Grazie alla collaborazione con Village for all, il primo network italiano di ospitalità accessibile, in fiera sarà possibile seguire un vero e proprio percorso dedicato all'accessibilità.

Le novità 2023

La prossima edizione di Hospitality sarà ricca di proposte e contenuti esclusivi dedicati al turismo all'aria aperta, attraverso l'accordo siglato con FAITA FederCamping. Oltre alla

presenza di aziende, fornitori e partner del mondo outdoor (glamping, wood house, natura e sport) la manifestazione propone, nell'arena dedicata Outdoor Boom, un palinsesto di appuntamenti sull'ospitalità open-air con focus su lago e montagna. Il turismo en plein air e l'accessibilità si aggiungono ai tre business tour di prodotto (smart solution, prodotto sostenibile, made in Italy) e ai percorsi speciali dell'area food (bio, vegan, halal, gluten free, lactose free, kosher, superfood).

Dopo il successo della scorsa edizione, quest'anno Winescape arricchirà lo spazio espositivo e l'enoteca riservata alle degustazioni guidate da sommelier professionisti. Grazie anche alla collaborazione di realtà come Slow Food Trentino-Alto Adige e il Consorzio Vignaioli del Trentino, i visitatori di Winescape potranno entrare in contatto con aziende italiane che, con la loro offerta, uniscono produzione vitivinicola e ospitalità, tra alloggi immersi nei vigneti e servizi legati al turismo del vino.

Accanto alle cantine anche un'area dedicata a olio e turismo sviluppata in collaborazione con il Consorzio Turismo dell'Olio EVO IGP, DOP e BIO: presenti in fiera i produttori olivicoli che hanno saputo valorizzare il proprio prodotto in un'ottica turistica innovativa.

Eventi formativi e iniziative esperienziali

«Al ricco percorso espositivo, Hospitality unisce un palinsesto formativo dedicato a tutti i segmenti dell'Ho.Re.Ca. - continua Voltolini - La nostra Hospitality Academy, durante i quattro giorni di fiera offre un programma di aggiornamento completo a cui si aggiungono laboratori, masterclass, degustazioni e cooking show che toccano tutti i settori dell'Ho.Re.Ca.». Oltre all'Academy saranno molti gli spazi per gli eventi (dal **Theatre** alle **Outdoor Boom Arena**, **Beer Arena**, **RPM Arena** e **Winescape Arena**), con esperti ed opinion leader del settore. E nell'area food con la formazione professionale della Federazione Italiana Cuochi per i giovani chef.

«Il settore è caratterizzato da sfide e continui cambiamenti in cui sono necessarie conoscenze e competenze sempre più sofisticate. Infatti, quest'anno in fiera avremo anche 11 startup individuate da Startup Turismo che presenteranno soluzioni innovative per l'hôtellerie e la ristorazione», aggiunge Voltolini.

Riva Pianeta Mixology è dedicato alla miscelazione e presenta un calendario formativo con i protagonisti del bartending internazionale. Una partnership importante anche per l'arte del bere miscelato: Hospitality ha recentemente siglato un accordo con FIBAR VALLADOLID, la fiera spagnola punto di incontro internazionale del bartending, per promuovere e diffondere la cultura della mixology a livello mondiale. «Grazie a questa intesa, le prestigiose aziende di grappe e distillati italiane presenti in fiera avranno l'opportunità di confrontarsi con altre realtà del settore della mixology, delle bevande premium e professionisti dell'industria alberghiera della penisola iberica e internazionali», conclude Voltolini.

L'esperienza in fiera non si esaurisce tra i padiglioni ma prosegue con l'app ufficiale *Hospitality Digital Space*, che consente sia di organizzare in anticipo la visita che di mantenere il contatto con gli espositori durante tutto l'anno.

Online su *www.hospitalityriva.it* tutte le informazioni per esporre e visitare la fiera, oltre al programma eventi in continuo aggiornamento.

Vendita attiva nella gastronomia

Nella vendita si dice: «Un buon consiglio spesso si traduce in un acquisto!»

5' e 40"

David Raccanello
e Alois Kronbichler

È tornata a crescere la voglia di uscire a mangiare, di recarsi spontaneamente all'osteria, di ritrovarsi con gli amici nel ristorante preferito o semplicemente di bere qualcosa. A causa dell'aumento dei prezzi e dell'inflazione, alcuni clienti frequentano i locali solo una volta ogni tanto. Comunque. l'attenzione si concentra sul desiderio di mangiare, festeggiare, divertirsi o - spontaneamente - incontrare la famiglia o gli amici e, quando succede, il desiderio è di godere del tempo, compreso un servizio professionale e invitante.

Il servizio professionale comprende anche la «vendita attiva», che è l'opposto della domanda: «Cosa vorrebbe bere?». Perché con le vendite attive, l'attenzione si concentra anche sull'approccio attivo all'ospite, comprese domande aperte e raccomandazioni specifiche. Le vendite attive sono essenziali, soprattutto in tempi in cui spesso si risparmia, perché le vendite e i consigli non solo portano più vendite all'azienda, ma anche ospiti più felici.

Di seguito 7 consigli pratici importanti per le vendite negli esercizi della gastronomia.

1. Fate la domanda alternativa e portate quanto richiesto all'ospite

Al posto della domanda chiusa: «Vuole un caffè?», ponete la domanda alternativa: «Desidera un espresso o un cappuccino?». È molto più efficace poiché l'ospite può/deve scegliere tra due alternative. Gli studi dimostrano che - anche se l'ospite non sceglie una delle due varianti ma una terza proposta - la probabilità che venga effettuato un acquisto nell'ambito di una domanda alternativa è del 70%. Nella domanda pronunciate il piatto/bevanda che volete vendere al secondo posto, perché quello che viene ascoltato per ultimo è ciò che rimane impresso. Inoltre, evitate di dare troppe alternative fin dall'inizio. Una terza variante va consigliata solo se l'ospite non riesce a decidere tra le due varianti iniziali.

Portare la merce all'ospite è un metodo vecchio di decenni, perché quando l'ospite vede la merce, la tocca o addirittura la assaggia; allora l'acquisto è il logico passo successivo. Se non potete portare la merce all'ospite, almeno munitevi di carte e menu ben fatti, con grafica attenta e accattivante.

2. Quando possibile chiamate l'ospite per nome

Ciò che vale nel settore alberghiero è di grande importanza anche nella gastronomia: chiamare per nome tutti gli ospiti che conoscete costruisce un migliore rapporto di fiducia e, quindi, porta a una maggiore emotività. Si sa: «L'emozione vende!». Soprattutto, dovreste assolutamente usare i nomi degli ospiti abituali e degli ospiti che hanno effettuato più volte prenotazioni telefoniche: potete farlo durante il servizio e, soprattutto, nelle domande relative alle vendite. E se il nome non è noto? Presentatevi: «Sono Marco e stasera, insieme ai miei colleghi, sono responsabile del vostro tavolo». Questo porta spesso gli ospiti a dire il loro nome. In questo contesto, non dimenticate: indossate cartellini leggibili (a seconda del tipo di struttura) con il nome (il cognome non è assolutamente necessario, l'ospite ricorda meglio il nome del collaboratore) e se volete potete anche inserire delle bandierine che simboleggiano le lingue parlate dal collaboratore. Questo invita anche i vostri ospiti a presentarsi e a rivolgersi a voi per nome.

3. Up-selling: vendete porzioni/unità più grandi

Se l'ospite ordina una birra, rispondete subito con una domanda importante come: «Vorrebbe una birra grande, signor Rossi?». L'ospite annuisce con un sorriso e la birra grande è venduta. Ciò significa: meno lavoro per voi, più vendite e un ospite soddisfatto.

L'up-selling è sempre una buona opzione, anche se l'ospite ordina un'unità/porzione più piccola, potete usare frasi come: «Deve essere una porzione normale/grande per voi, giusto?» o «Con questo caldo, le consiglio una grande bibita dissetante» oppure, ad esempio, con il dolce, se l'ospite esita: «Se lo merita!» oppure «Sarò felice di portarle tre cucchiai, potrete dividere il dolce con tutti». Vendere un dolce è meglio che nien-

te. E spesso, se ha un buon sapore, le persone ne ordinano di più. Naturalmente, anche piccoli assaggi possono aumentare le vendite secondo il motto: «Portate la merce all'ospite!». Lo stesso vale quando due o tre ospiti ordinano un bicchiere di vino allo stesso tavolo. L'up-selling su una bottiglia con una raccomandazione specifica su quale vino si abbina meglio ai piatti selezionati è facile e veloce da implementare.

4. Linguaggio del corpo e voce

Come per qualsiasi servizio, la giusta scelta della voce è della massima importanza nelle vendite attive. Cosa significa: usate una voce specifica, non tremante e insicura, soprattutto quando si tratta di un consiglio o di comunicare un prezzo. Lo stesso vale per il linguaggio del corpo: una postura aperta di fronte all'ospite (non dare loro le spalle), niente braccia incrociate (né davanti né dietro il corpo), un sorriso amichevole, contatto visivo con tutti quelli seduti al tavolo e l'uso consapevole del cenno sono elementi essenziali per il successo.

5. Non dimenticate il cross-selling

Se per esempio nel vostro ristorante avete anche altre possibilità di vendita (bar, negozio, ecc.), non dimenticare di segnalarlo attivamente durante e soprattutto al termine del servizio. Ad esempio con: «Per chiudere bene la giornata le consiglio il nostro cocktail della casa, una specialità del barman Maurizio!». Questo è un modo meraviglioso per concludere la serata.

6. Utilizzare altre tecniche di vendita e formulare consigli specifici

Oltre a chiamare per nome, up e cross-selling e tecniche alternative, le più importanti tecniche di vendita includono:

- nessun uso di congiuntivo. Quindi non consigliereste un aperitivo per l'ospite bensì ne consigliate uno;
- usate parole di vendita (o aggettivi) in modo mirato, compreso il linguaggio figurato. Ad esempio «L'arrosto di maiale croccante fatto in casa, appena sfornato secondo la ricetta dello chef è un bestseller del nostro menu»;
- le parole magiche come «è particolarmente apprezzato dai nostri ospiti» o «i nostri ospiti abituali apprezzano particolarmente il piatto X o la bevanda Y» o «questo piatto è uno dei nostri piatti più apprezzati nel menu».

7. Sfruttate ogni opportunità durante il processo di servizio

La vendita spesso si conclude con la domanda iniziale: «Cosa vorreste bere/mangiare?» insieme alla relativa presa dell'ordinazione. Non solo: «Chi chiede, conduce», ma anche: «Chi consiglia concretamente, conduce!». Potete fare raccomandazioni continuamente:

- all'inizio, oltre al saluto, una raccomandazione per l'aperitivo: «Come aperitivo consiglio una spremuta d'arancia o un Alpin Hugo»;
- una bevanda da consigliare durante il pasto e/o con il piatto principale: «Consiglio un bicchiere di birra con la zuppa. Abbiamo una X o una birra regionale Z da un birrificio locale tra cui scegliere e da abbinare perfettamente. Cosa le piace di più?». Oppure: «Posso consigliare un meraviglioso Teroldego della Cantina X per il suo piatto principale, o il nostro eccellente vino della casa XY di Z»;
- con il dessert / con il formaggio utilizzando la tecnica alternativa già citata: «Insieme al dessert consiglio un espresso o un infuso». Oppure: «Ai nostri ospiti piace bere un moscato della cantina X». Oppure: «Posso portarle una grappa di pere o un liquore di lamponi fatto in casa per una chiusura degna di questa serata?».

Una vecchia verità dice che un buon servizio può salvare un pasto cattivo, ma il contrario non funziona, o lo è solo in parte. Il servizio professionale, comprese le vendite attive, non solo contribuisce ad un aumento delle vendite per ospite, ma anche ad una maggiore soddisfazione del cliente e ad una maggiore fedeltà degli ospiti, comprese le raccomandazioni. Pertanto, vale quanto segue: formare continuamente i collaboratori sul tema «consulenza e vendita attiva», istruirli nell'ambito della formazione sul posto di lavoro e della conoscenza dei prodotti, creare obiettivi di vendita qualitativi e quantitativi insieme al team e motivarli a fornire consulenza professionale e vendita attiva per una «situazione vantaggiosa per tutti».

Vini di montagna

2' e 30"

Gianfranco Betta

Massimo Zanichelli

I QUATTRO ELEMENTI DEL VINO ITALIANO. LA MONTAGNA

Bietti Edizioni, 2022

pp. 648 - 35 euro

La vite non ama la pianura e tanto meno i climi tropicali. Il suo areale di elezione è la collina e i climi temperati di territori con temperature medie annue moderate, con una stagione invernale ben definita, estati calde ma non eccessivamente, precipitazioni ben distribuite nell'anno ed escursioni termiche tra giorno e notte nelle settimane più prossime alla vendemmia. Con il riscaldamento globale cui stiamo assistendo da alcuni decenni la coltivazione della vite scala progressivamente latitudini sempre più settentrionali e per quanto ci riguarda dalla collina tende a «salire in montagna», guadagnando in altitudine.

Massimo Zanichelli, giornalista che si definisce un *wine writer* e collabora con numerose testate di settore, si è impegnato in un'ambiziosa operazione editoriale sull'enologia nazionale in quattro volumi, di cui questo volume rappresenta la prima uscita: descrivere caratteristiche di uve e vini e relativi produttori più significativi raggruppati in quello che definisce «i quattro elementi del vino»: Pianura, Mare, Collina, Montagna.

Ma a quale quota inizia la «montagna»? Nemmeno i testi legislativi che fanno riferimento a provvidenze e interventi «per la montagna» sono univoci. Orientativamente un'altitudine minima di 600 metri, ma i fattori che entrano in gioco sono molteplici e la quota tende in non pochi casi ad abbassarsi. Vale anche per i criteri adottati da Zanichelli per le viti e i vini di montagna, che oltre all'altitudine fanno riferimento alle *pendenze* del terreno e alla disposizione dei vigneti su *terrazzi o gradoni.* Il che permette di ricomprendere nella descrizione di specifici territori anche viticolture «estreme», un tempo definite «eroiche» come ad esempio la Valtellina, caratterizzate da una scarsa o nulla meccanizzazione e che richiedono un'elevata intensità di lavoro manuale.

I territori viticoli considerati dall'autore in questo testo sono la Valle d'Aosta, la Valtellina appunto, il Trentino, l'Alto Adige, e le pendici dell'Etna.

Cinque sono gli areali presi in considerazione per il Trentino. In primo luogo le Giudicarie, dove si stanno sperimentando con successo alcuni vitigni resistenti selezionati tra gli anni '70 e '80 del secolo scorso soprattutto in Germania, per resistere alle crittogame e adattarsi a climi continentali più rigidi grazie ad un ciclo produttivo più breve, e che quindi ben si adattano a quote più elevate e, non abbisognando di trattamenti anticrittogamici, sono sempre più apprezzati da un pubblico di consumatori attenti alla sostenibilità e alla salubrità degli alimenti.

La Valle di Non fino ai primi decenni del '900 era un'importante area viticola del Trentino, così come la Valsugana. Non a caso negli ultimi decenni dell'800 qui nascono le prime cantine cooperative. In entrambi i territori si assiste in anni recenti ad una ripresa della viticoltura. Ma mentre la Valsugana sembra aver privilegiato una scelta indirizzata alla produzione di basi spumante per il metodo classico Trentodoc, essenzialmente chardonnay e pinot nero, la Valle di Non sembrerebbe in una fase di transizione, dopo un tentativo sostanzialmente fallito di rilanciare, grazie anche al sostegno pubblico, l'autoctono Groppello di Revò, che sembrava aver sedotto all'inizio degli anni duemila diversi produttori, per poi essere abbandonato preferendo non pochi ritornare alle più remunerative mele.

Da «Garniga a Ravina» per presentare la Casa spumantistica più importante del Trentodoc (non a caso promosso con il claim "bollicine di montagna"), l'autore chiude il suo itinerario trentino passando dalle colline avisiane di Pressano fino in Valle di Cembra, un territorio che, nel suo insieme, anche visivamente con i suoi giropoggio, esprime al meglio un paesaggio vitato di montagna, capace di caratterizzarsi anche come importante fattore di attrazione turistica.

Stampato “VERDE” significa avere rispetto, carattere, personalità...

Per i nostri clienti la priorità e il nostro impegno è volto a favorire una produzione a basso impatto ambientale documentabile e certificata.

Scopri quanti modi esistono per dare un’impronta verde ai tuoi stampati nell’ambito dell’**editoria**, della **cataloghistica** e del **packaging**.

info@esperia.tn.it

Family AUDIT

MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATION DNV ISO 9001 • ISO 14001

Opzione Climaticamente neutrale ClimatePartner

FSC www.fsc.org FSC® C021437 Il marchio della gestione forestale responsabile

PEFC PEFC/18-31-390

www.esperia.tn.it

La card che piace agli ospiti, ma anche agli operatori

I dati del 2022 confermano il trend in crescita della «Trentino Guest Card»

3' e 40"

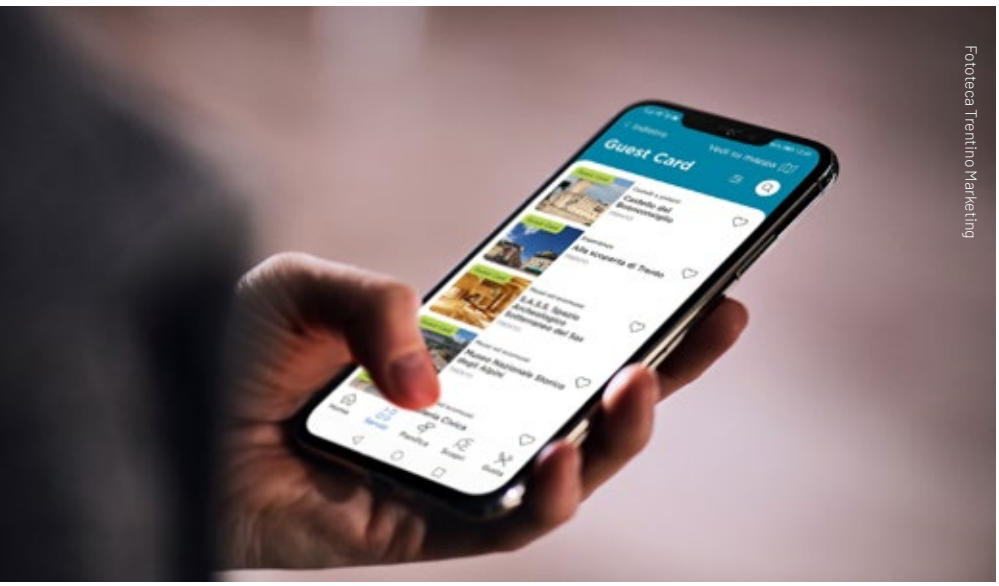
Rosario Fichera

Ormai è un dato di fatto: la "Trentino Guest Card" (TGC) e le Guest Card di valle, gestite dalle Apt, crescono sempre di più, ma soprattutto piacciono sempre di più. Lo confermano i numeri: nel 2022, rispetto al 2021, in termini di strutture abilitate all'emissione, la Trentino Guest Card è cresciuta del 16% e nei confronti del 2020 del 34%, contando ad oggi sull'adesione di quasi 6.000 operatori del sistema turistico trentino (hotel, campeggi, residence, affittacamere, agritur, rifugi, B&B e appartamenti privati con codice Cipat).

Per avere maggiori dettagliati su questo strumento di marketing, nato nel 2013 e offerto dal sistema provinciale senza costi aggiuntivi per l'ospite e oneri per l'impresa ricettiva, ci siamo rivolti a due manager di Trentino Marketing, **Mirta Valentini** e **Paolo Maccagnan**, rispettivamente, responsabile dell'Area Sales support & Tourism intelligence e Project manager della TGC.

A destra: Parco Archeo Natura di Fiavé

In basso: App "Mio Trentino"



Fototeca Trentino Marketing

Paolo Maccagnan, il trend di crescita riguarda tutti i vari comparti della ricettività?

«In termini generali sì, abbiamo già una buona copertura per quanto riguarda l'ospitalità tradizionale, con quasi l'80% degli operatori, anche se ogni anno si registrano nuove attivazioni. Il mondo degli alloggi privati riscontra un maggior ritardo, tanto che oggi solo il 40% dei gestori ha un proprio account di emissione».

E lato ospiti?

«Nel 2022, rispetto al 2021, sono aumentati del 37%, raggiungendo le 852 mila unità. Alcuni esempi, come gli ambiti Dolomiti Paganella (+ 63%) e Rovereto (+ 101%) testimoniano, peraltro, come si possa crescere ulteriormente. Quasi il 70% delle card è stato attivato digitalmente tramite "Mio Trentino", l'app che rivoluziona la vacanza in Trentino, offrendo agli ospiti tante informazioni e altrettanti servizi, anche oltre alla possibilità di scoprire e utilizzare i vantaggi della card stessa».

Per quanto riguarda la stagionalità?

«La card si caratterizza ancora per essere un prodotto prioritariamente estivo, dove si concentra il 77% degli ospiti che l'hanno ricevuta. Le percentuali più elevate si registrano in luglio e agosto, ma delle performan-

Foto Daniele Lira

ce altrettanto importanti si stanno avendo da settembre a novembre, a conferma dell'affermazione delle cosiddette "belle stagioni" e delle straordinarie potenzialità di sviluppo che offre questo periodo dell'anno».

Durante il periodo estivo qual è il livello di penetrazione?

«Escludendo gli alloggi privati, la media provinciale è del 32%, esistono quindi degli ampi margini di crescita, soprattutto in alcuni ambiti, però è significativo il fatto che in alcuni di questi, specie laddove esistono card di valle, le percentuali di penetrazione superano il 60, l'80%, a conferma che si crede sempre di più in questo strumento di sviluppo».

Mirta Valentini, quali sono i vantaggi più importanti della card?

«La TGC è uno straordinario strumento di marketing che aumenta il valore della proposta, offrendo all'ospite un numero davvero importante di opportunità di esperienze e di vantaggi economici, arricchendo quindi la sua vacanza e conseguentemente la sua soddisfazione. In questo senso è quindi molto importante il ruolo degli operatori nel comunicare e promuovere la card. Poco meno della metà degli ospiti ne viene a conoscenza solo una volta arrivato in struttura, facendo perdere così, per lo stesso operatore, la possibilità di utilizzarla come vantaggio competitivo e concorrenziale ed elemento per potenziare la propria offerta. A questi vantaggi diretti per l'operatore e l'ospite se ne aggiungono poi altri».

Quali?

«Quelli altrettanto importanti di favorire la conoscenza e la fruizione del patrimonio culturale, storico e ambientale del Trentino e d'incentivare l'uso della mobilità pubblica, sostenendo il percorso di sostenibilità che il Trentino sta mettendo in atto: basti pensare che nel 2022 la card ha garantito quasi 250 mila ingressi a musei e servizi (+31% rispetto al 2021) non limitandosi alle eccellenze provinciali, ma coinvolgendo anche le realtà di valle. Da ricordare poi i quasi 470 mila passaggi di ospiti sui mezzi pubblici. Numeri significativi anche per i servizi delle card di valle.

Per massimizzare tutti questi vantaggi per il sistema, l'operatore e l'ospite è quindi molto importante comunicare a quest'ultimo l'esistenza della TGC già nell'offerta della prenotazione, emettendola prima del suo arrivo, in modo da consentirgli da subito la possibilità di esplorare l'app "Mio Trentino" e organizzare la propria vacanza in anticipo. Per agevolare le operazioni di emissione da parte dell'operatore si sta lavorando per aumentare i PMS che hanno implementato al proprio interno la funzione in modo da evitare inserimenti manuali, accrescendo ulteriormente la "forza" della card».

Ci sono stati elementi critici nel corso dell'estate?

«Sì, ad inizio della stagione estiva sono emerse alcune difficoltà di utilizzo di Mio Trentino e della Guest Card che sono state prontamente risolti con l'attivazione di un servizio di supporto dedicato per operatori e ospiti, e lo sviluppo e il rilascio già a fine luglio di una evolutiva dell'App. Rispetto all'anno scorso, il tasso di card attivate digitalmente è rimasto sostanzialmente invariato».

Pensate di migliorare ulteriormente?

«Per i prossimi mesi sono previste nuove azioni e attività per migliorare ulteriormente l'usabilità da parte dell'ospite ed in generale della card».

Per maggiori informazioni inquadra il QR code o consulta il portale "Trentino Suite Digital Hub" (https://www.trentinosuite.com).

Dubbi di Gennaio

1' e 50"

Sto valutando di realizzare un nuovo sistema di automazione dell'hotel (domotica, tessere ingresso stanze, aperture varie, temperature). Può essere agevolato con il secondo Bando Qualità in Trentino? C'è anche la possibilità di accedere ai finanziamenti «Transizione 4.0»?

«L'intervento di cui stiamo parlando è un tipo di impianto riconducibile alle spese ammesse a contributo sul Bando Qualità in Trentino. Per quanto riguarda le agevolazioni legate alla «Transizione 4.0», esse sono previste per beni strumentali il cui funzionamento è controllato da sistemi computerizzati o gestito tramite opportuni sensori e azionamenti nonché per sistemi rivolti ad assicurare la qualità e la sostenibilità. Quindi, il sistema di domotica può rientrare. Infine, ricordo che la misura 4.0 che prevede, laddove l'investimento risultasse in parte finanziato da altre risorse pubbliche (come il Bando citato), l'ammissione del cumulo con il credito d'imposta (fino a concorrenza del 100% del costo dell'investimento), esclusivamente per la parte di costo dell'investimento non finanziata con le altre risorse pubbliche. Quindi sul sistema di domotica, le due agevolazioni possono essere cumulate».

Un'agenzia di viaggi mi chiede di riscattare i voucher rilasciati al cliente nel periodo della pandemia, perché gli stessi sarebbero validi per 36 mesi. È vero?

«Il recente decreto "Milleproroghe 2022" ha portato da 24 a 30 mesi la durata dei voucher già rilasciati a suo tempo in base al decreto "cura Italia" del 2020. Tale decreto prevedeva di estendere anche ai contratti delle strutture ricettive (cosa già ammessa per i vettori del trasporto quali compagnie aeree e simili) la possibilità di rilasciare al cliente un voucher come alternativa al rimborso delle cifre già anticipate, nei casi di impossibilità sopravvenuta per i motivi legati alla pandemia. Pertanto i voucher già emessi, anche se riportanti un termine di validità diverso, oggi hanno validità di 30 mesi dalla data di emissione.

Quello che dice l'agenzia di viaggi si riferisce solamente ai casi di annullamento di spettacoli vari (concerti, ecc.), nei quali casi l'organizzatore poteva emettere voucher con validità di 36 mesi per un importo pari al prezzo del biglietto.

In ogni caso, decorsi 30 mesi dall'emissione, per i voucher del settore ricettivo non usufruiti né impiegati nella prenotazione dei servizi, la struttura dovrà rimborsare, entro 14 giorni dalla scadenza, l'importo versato. Nel caso in cui il pagamento o la prenotazione siano stati effettuati da una agenzia di viaggio, il voucher può essere ceduto dal beneficiario all'agenzia di viaggio, ovvero può essere emesso direttamente in favore di quest'ultima».

OGP
Illustrazione:
Elia Rossi

Forza dalla Natura.

Risparmia subito sull'acquisto di **gas naturale.**

A fianco degli operatori del settore turistico,

Contattaci oggi per ottenere le migliori agevolazioni.

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

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

100% ENERGIA PULITA · DOLOMITI ENERGIA

cape
CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

L'ALBA DI UN GUSTO UNICO

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

Vi aspettiamo a:

HOSPITALITY
IL SALONE DELL'ACCOGLIENZA

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

WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM

GAGGIA
MILANO

SEGUICI SU