

# Turismo & Ospitalità

nel Trentino

## MAGAZINE

06.2017 Anno XXXV



# ASAT, SETTANT'ANNI CON L'AFFETTO DEI SOCI

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

**IL SALUTO AI SOCI  
DI LUCA LIBARDI**  
Traguardo importante  
per la vita associativa

**UGO ROSSI INVITA  
ALL'OTTIMISMO**  
Anche gli albergatori  
producono valore

**LE STELLE, SIMBOLO  
DI DEDIZIONE**  
Premiati gli albergatori  
benemeriti di Asat

**IL TALK SHOW CON  
BERNABÒ BOCCA**  
I cambiamenti del  
mercato turistico

**DALLAPICCOLA IN  
VISITA AD ASAT**  
Piano strategico  
le linee guida



## Nuova Classe E Coupé. Nuova linea di pensiero.

Linee scattanti e decise con proporzioni che non lasciano niente al caso: è così che un modello di sicurezza e tecnologia superiore diventa un'icona di stile. Dal frontale sportivo al purismo dei profili laterali, la nuova Classe E Coupé cattura gli sguardi e conquista la strada anche grazie a una dinamica di marcia mai provata prima. Anche con Dynamic Lease, il noleggio a chilometro di Mercedes-Benz. Mettetevi comodi: la Gran Turismo è tornata. **Nuova Classe E Coupé. Intelligenza non artificiale.** Scopritela da Autoindustriale.

Consumo combinato (km/l): 12,3 (Classe E 400 4MATIC Coupé) e 25 (Classe E 220 d Coupé).  
Emissioni CO<sub>2</sub> (g/km): 189 (Classe E 400 4MATIC Coupé) e 119 (Classe E 220 d Coupé).

**Mercedes-Benz**

The best or nothing.



**Autoindustriale S.r.l.**

Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Bolzano via Galvani 41, tel. 0471.550000 - Brunico via J. G. Mahl 48, tel. 0474.570000

Trento via Stella 13, tel. 0461.1735300 - Rovereto via Brennero 25, tel. 0464.024400

[www.autoindustriale.mercedes-benz.it](http://www.autoindustriale.mercedes-benz.it)

# Sommario



## TEMA DEL MESE

|                                                                                    |         |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Sviluppo del turismo: la redditività delle imprese deve aumentare                  | pag. 4  |
| Un anno di lavoro in Asat a favore degli albergatori                               | pag. 8  |
| Il turismo trentino è di successo                                                  | pag. 10 |
| L'assessore Dallapiccola: "Albergatori, siete esempio di responsabilità e impegno" | pag. 14 |
| La città e la sezione di Trento salutano i settant'anni di Asat                    | pag. 15 |
| Le nostre "Stelle" dell'albergatore                                                | pag. 16 |
| Le nuove tendenze del mercato turistico                                            | pag. 20 |



## VITA ASSOCIATIVA

|                                               |         |
|-----------------------------------------------|---------|
| Dallapiccola incontra la giunta dell'Asat     | pag. 24 |
| I Rifugi del Trentino a New York              | pag. 25 |
| Assegnate ai laghi trentini le «Bandiere Blu» | pag. 26 |
| Riparte l'iniziativa <i>Let's Dolomites</i>   | pag. 27 |
| Hotel e cambio generazionale                  | pag. 28 |



## FEDERALBERGHI

|                                                     |         |
|-----------------------------------------------------|---------|
| Il sommerso nel turismo oltre il livello di guardia | pag. 30 |
|-----------------------------------------------------|---------|



## GIOVANI

|                                                       |         |
|-------------------------------------------------------|---------|
| Luigi Tavernaro presenza trentina nel nuovo direttivo | pag. 32 |
|-------------------------------------------------------|---------|



## SPEAK ENGLISH

|              |         |
|--------------|---------|
| Georgia 2017 | pag. 34 |
|--------------|---------|



## CORSI CAT

|                                 |         |
|---------------------------------|---------|
| Il calendario corsi luglio 2017 | pag. 36 |
|---------------------------------|---------|



## LADINS

|                                            |         |
|--------------------------------------------|---------|
| Animazione e video "local" per Ladin Hotel | pag. 38 |
|--------------------------------------------|---------|



## TRENTINO MARKETING

|                                                                         |         |
|-------------------------------------------------------------------------|---------|
| Sostenere la "vendita" del turismo trentino: nasce <i>Sales Support</i> | pag. 40 |
|-------------------------------------------------------------------------|---------|



## NORMATIVE

|       |         |
|-------|---------|
| Dubbi | pag. 42 |
|-------|---------|

# MAGAZINE

06.2017 Anno XXXV

Chiusura Editoriale 06/06/2017

Foto Copertina: Trento, l'assemblea dei sett'anni - foto Paolo Pedrotti



tempo di lettura



autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

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

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP srl - Agenzia di Pubblicità

Via dell'Ora del Garda, 61 - Tel. 0461 1823300 - Info: info.ogp@ogp.it - www.ogp.it

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

# Dall'assemblea motivi d'orgoglio e impegno

Tanti i soci presenti per celebrare una lunga storia nel turismo e guardare al futuro con ottimismo

Il giornale di questo mese è in gran parte dedicato alla assemblea celebrativa del settantesimo di fondazione dell'Associazione, appena tenuta a Trento nella suggestiva cornice del Teatro Sociale.

Oltre a riportare i resoconti dei lavori assembleari, questo numero ha in allegato uno speciale che raccoglie interventi di alcuni protagonisti della vita associativa, a partire da quello del presidente Luca Libardi, che tratteggiano ognuno riepilogando fatti significativi, sottolineature della propria esperienza, valutazioni di ciò che è stato fatto e auspici per il futuro, sia con riferimento all'Associazione sia al turismo trentino. Nello speciale si trova anche una bella storia per immagini del turismo trentino dalle origini ad oggi.

Dell'assemblea va detto che innanzitutto è stata adeguatamente onorata della presenza di molti associati e di ospiti qualificati e graditi che vanno ringraziati. È una testimonianza della considerazione che Asat ha saputo guadagnarsi e rafforzare in questi anni. Il Teatro Sociale pieno di associati permette di ritornare su un passaggio della relazione del presidente, che rivendica orgogliosamente la tenuta della forza dell'Associazione in un contesto culturale di allentamento dei legami e di spinte all'azione individuale in tutti i settori della società.

Come abbiamo avuto modo di dire ci sono i numeri che testimoniano la capacità dell'Associazione di essere punto di riferimento per le imprese che hanno scelto di farne parte, alcune ormai da molti decenni e altre sono quelle che iscrivendosi trovano la loro casa. È il riconoscimento della capacità di dare voce al ruolo di rappresentanza degli interessi e delle idee di una importante categoria economica.

Sappiamo che questa capacità di essere punto di riferimento non è acquisita una volta per tutte, anzi va mantenuta e consolidata con un impegno quotidiano nel dare risposta alle persone che si rivolgono all'Associazione, ai suoi dirigenti ed alla struttura operativa. Nello stesso tempo non deve mancare uno sguardo al futuro cercando di leggere con attenzione ed intelligenza le dinamiche di una realtà in continuo e veloce cambiamento in modo da coglierne più le opportunità e le sfide che subire pessimisticamente i fattori di crisi.

Da entrambe le prospettive da cui si guardi l'Associazione, la sua storia, le persone che l'hanno fatta, semplici associati o dirigenti, tutte le persone dell'oggi impegnate nelle proprie aziende o nella vita associativa e nella comunità, riusciamo a cogliere la capacità e la volontà di continuare ad essere protagonisti.



direttore Roberto Pallanch

# Sviluppo del turismo: la redditività delle imprese deve aumentare



L'intervento di Luca Libardi all'assemblea

⌚ 8' e 30"

*L'Associazione albergatori e imprese turistiche del Trentino festeggia i suoi settant'anni rivolgendo uno sguardo al futuro.*

*E lo fa principalmente attraverso il suo presidente **Luca Libardi**. Che, nella relazione annuale, ha voluto trattare ed approfondire alcuni argomenti nell'intento di porre le basi per ulteriore crescita e miglioramento del settore negli anni futuri.*

Il presidente Libardi: “Fondamentale la compartecipazione territoriale alle scelte di politica turistica e promozionale”

## UN'AUTONOMIA PER LA CRESCITA

“Dati statistici evidenziano – afferma Libardi – che il Trentino si colloca quasi sempre nelle posizioni alte rispetto alle Regioni limitrofe, all'Italia e all'Europa per quanto riguarda livello di reddito, tassi occupazionali e Pil. Tuttavia, sempre i dati statistici, ci dicono che non mancano ampi margini di miglioramento”. In tal senso la spesa pubblica andrebbe ridotta, quella in conto capitale sostenuta. “Appare utile richiamare un ragionamento iniziato da qualche anno proprio in merito alla necessità da parte di tutta la comunità trentina di praticare un maggior spirito imprenditoriale e auto imprenditoriale. Pensiamo che alle Istituzioni politiche ed amministrative provinciali spetti un ruolo decisivo nello stabilire le condizioni al contorno ottimali per lo sviluppo dell'economia e della società del Trentino”.

## L'IMPORTANZA DEL TURISMO

“Il turismo - spiega Libardi - è un settore strategico dell'economia trentina, su cui è necessario continuare a credere ed investire”. A supporto di quest'affermazione il presidente dell'Asat ricorda che, come espresso anche nel Documento di economia e finanza provinciale, il turismo negli anni della crisi ha dato un impulso importante all'economia commerciale, stimolando l'edilizia, mantenendo i livelli occupazionali, incremen-



Gli ospiti seguono con interesse la relazione del presidente dell'Asat

tando la capacità d'attrazione degli ospiti stranieri. “Risulta sempre più strategica - sottolinea - l'accessibilità del Trentino dai mercati stranieri e da quello nazionale. Inoltre, nel contesto della politica fiscale e in quella provinciale per quanto essa decide, dobbiamo usare la leva fiscale per sostenere la capacità delle aziende di rinnovarsi ed investire”.

Libardi ricorda la positiva riduzione dell'Imis, dietro richiesta avanzata dall'Asat. “Gli interventi a sostegno dell'innovazione e dell'occupazione, il modello formativo del sistema dell'istruzione - prosegue - vanno declinati in modo attento e consapevole rispetto alle modalità organizzative delle piccole imprese, e di quelle turistiche in particolare”. Il presidente dichiara l'importanza di mantenere le risorse al sistema dell'organizzazione e della promozione.

## LA CENTRALITÀ DELL'IMPRESA COME FATTORE DI SVILUPPO

“Un altro tema molto importante per la nostra Associazione ricorda Libardi - è la centralità dell'impresa, che è fondamentale per la sua capacità di creare reddito ed occupazione. Spesso essa è stata considerata come incapace di sostenere dinamiche di innovazione e di affrontare la competizione sul mercato. Da questo è derivata un'erosione del ruolo della funzione pubblica, che frequentemente ha anestetizzato lo spirito imprenditoriale di molte aziende”. “Oggi - chiosa - è necessario ridurre il peso della burocrazia, innovare dentro le strutture, formare competenze e sensibilità, trasformando gli apparati pubblici e in loro agire in fattore di maggior competitività territoriale”.

Il presidente si è soffermato sul problema della bassa redditività delle imprese turistiche trentine.

“La crisi economica partita nel 2008 - dice - ha accentuato una tendenza già esistente alla riduzione della redditività. Fortunatamente, però, ci sono stati fenomeni che hanno segnato positivamente il settore del turismo: la domanda globale ha continuato a crescere (e continuerà a farlo) e la domanda interna è in ripresa grazie allo 'spostamento' dei turisti dalle aree di crisi a zone più tranquille”. “Ad un incremento della redditività si giunge attraverso una riduzione della pressione fiscale - chiarisce - su cui poco si può agire a causa del pesante vincolo del debito pubblico. Pur tenendo sott'occhio l'andamento dei provvedimenti che incidono sulla pressione fiscale, dobbiamo impegnarci ad aumentare i ricavi aziendali in maniera da 'dare respiro' alle nostre aziende”.

E questo può accadere a seguito di un'efficace presenza sul mercato per acquisire nuove fette di domanda turistica. Oltre che attraverso l'incremento della qualità dei servizi offerti per consentire un innalzamento del prezzo di vendita.

## LA POLITICA TURISTICA

Da sempre l'Asat mette la politica turistica al centro della sua attenzione, in quanto essa riveste un ruolo strategico per lo sviluppo del settore. “È importante ricordare - afferma Libardi - l'introduzione di alcuni principi importanti nel piano strategico di Trentino Marketing, quali una promozione turistica orientata ad incrementare la redditività delle imprese, una forte attenzione all'apertura dei mercati, il tema della commercializzazione e la misurabilità delle azioni intraprese”. Il presidente ha ricordato il “Tavolo azzurro” come teatro di forte partecipazione alle scelte di politica turistica e promozionale, in quanto coinvolge i principali soggetti che operano per il Trentino turistico. Senza scordare i vari *board*: commerciale e informatico, sui trasporti, sulla formazione e sulla Guest card.

“Il tema dell'imposta di soggiorno - aggiunge - non può essere eluso: l'Asat non la voleva poiché rappresentava una facile scorciatoia prima di aver avviato una seria razionalizzazione della spesa e dell'organizzazione del sistema della promozione. Tuttavia, a differenza del resto d'Italia, le risorse derivanti da quest'imposta vanno tutte al turismo”.

Il presidente ha, poi, riconosciuto la disponibilità ad ascolto e confronto dell'assessore al turismo **Michele Dal-lapiccola**, sebbene non tutte le proposte dell'Asat abbiano potuto trovare accoglimento.

## IL RUOLO DELL'ASAT

“Il bilancio di quanto fatto - suggerisce Libardi - e l'individuazione di una prospettiva per il futuro impongono una riflessione sul ruolo dell'Associazione. In tutti questi anni l'Asat non ha mai visto calare il numero dei propri iscritti. E questo è motivo di soddisfazione poiché rappresenta il rapporto di stima tra associato ed Associazione”. Il presidente ha anche sottolineato l'impegno puntuale e continuo dell'Asat “nell'affiancare gli associati nel conosce-



In tanti sono intervenuti per festeggiare l'Asat

re e capire norme o regolamenti, nel risolvere un aspetto di carattere urbanistico, nell'affrontare un verbale di qualche organo di controllo, riguardo a questioni di assistenza amministrativa o consulenza tecnica”.

L'Asat si occupa anche di interagire con la politica e le istituzioni sia nel contesto provinciale che in quello nazionale. “Ritengo che - puntualizza - molti risultati siano stati raggiunti nella norma che regola la promozione, nelle norme urbanistiche, sulla fiscalità locale, sulle leggi contributive e nella proposta di offerta formativa e di servizi”. Da apprezzare l'azione di *Federalberghi* a livello nazionale con impegno in molteplici direzioni “dalla battaglia sulle regole e sul mercato alle proposte per la semplificazione in materia di prevenzione incendi, dall'azione per consentire la vendita di pacchetti turistici da parte degli alberghi alle proposte per politiche di sviluppo del settore, fino alla lotta contro l'abusivismo”.



foto Picciotti

Momento conviviale a seguito dei lavori assembleari

## CONCLUSIONI

“Diventa indispensabile esercitare il nostro ruolo di lettura del futuro, di dove andrà l’economia del turismo - sancisce Libardi - in quanto ci attendono nuovi obiettivi e sfide. Eccone alcuni.

Il settore turistico è chiamato a porsi il problema della sostenibilità economica ed ambientale. Inoltre, è importante iniziare a riflettere su una nuova ‘vision’ per gli hotel indipendenti, che punti sulla qualità del servizio alberghiero, portando quindi maggior redditività alle aziende”. “Dobbiamo - conclude - riuscire a migliorare la qualità dei nostri collaboratori, cercando di premiare il merito e la qualità. Inoltre è necessaria una fidelizzazione per non disperdere competenze e professionalità. Sia gli strumenti contrattuali, sia le politiche territoriali ed aziendali per

il prolungamento delle stagioni possono aiutare allo scopo. A tal proposito, molto interessante è la sottoscrizione tra le parti sociali dell’avviso comune per la valorizzazione dell’economia e dell’occupazione nel settore turistico”.

“Il rapporto tra sistema formativo e mondo del lavoro - prosegue - ha fatto passi in avanti: questo rapporto è strategico per la scuola, per le imprese, per il sistema e rimane al centro della nostra attenzione ed azione.

Dobbiamo, poi, puntare sulla formazione e sullo scambio di esperienze tra albergatori nel nostro territorio e con altre realtà territoriali e esperienze imprenditoriali diverse. È importante agevolare il passaggio generazionale, in tutta la sua complessità organizzativa, economica, giuridica e psicologica. Molte energie vanno dedicate al monitoraggio dei cambiamenti continui e veloci che ci sottopone il mercato, per essere in grado di dare risposte adeguate, a partire dall’introduzione di nuovi servizi tecnici al passo con i tempi”.

“Rimane strategica - termina - la nostra capacità di intervenire in modo competente nel rapporto con le istituzioni pubbliche e con le parti sociali nell’interesse dei nostri associati e di tutta la comunità. Vanno discusse e condivise le linee di sviluppo della nostra economia, va riaffermato il ruolo dell’economia turistica e dell’impresa come produttrici di benessere economico e sociale. Va anche praticato il ruolo di sindacato imprenditoriale in sede provinciale e condividendo l’azione di Federalberghi a livello nazionale ed internazionale”.

# Un anno di lavoro in Asat a favore degli albergatori

🕒 4' e 10"

Nella parte dell'assemblea riservata ai soci, il direttore **Roberto Pallanch** ha presentato all'approvazione il bilancio consuntivo e la relazione sul lavoro svolto durante lo scorso anno, che ha visto coinvolti gli organi istituzionali e la struttura operativa. Difficile sintetizzare in poche righe l'attività di un anno; rimandiamo alla lettura integrale della relazione sul nostro nuovo sito istituzionale; qui ne riportiamo per sommi capi alcuni aspetti salienti.

In primo luogo, Pallanch ha sottolineato l'attività di comunicazione ed informazione ai soci fatta attraverso numerosi strumenti: dalla rivista "Turismo ed ospitalità nel Trentino" alle *news letter*, agli incontri sul territorio. E non ha trascurato il lavoro "ordinario", cioè le attività che affiancano anche nelle piccole faccende gli associati, con più di 10.000 contatti tra telefonate e mail.

L'Asat ha portato osservazioni o proposte su protocolli e leggi provinciali e nazionali: sulle leggi di bilancio o in materia di tassa di soggiorno, su norme urbanistiche, incentivi alle imprese ed alla nuova imprenditorialità, su classificazione delle strutture ricettive e su pacchetti turistici, su mobilità sostenibile. In materia di occupazione, l'Asat ha aderito al *Fondo territoriale intersettoriale* della Provincia di Trento; ha stipulato la convenzione che consente agli studenti di effettuare tirocini estivi nelle aziende turistiche ed ha firmato il protocollo che ridefinisce le diverse tipologie di apprendistato nel sistema duale di formazione e lavoro. Interessante lo sviluppo del progetto pilota *H-Benchmark* a sostegno della competitività alberghiera, con 180 albergatori aderenti, in *partnership* con Trentino Marketing.

Attraverso il CAT (Centro di assistenza tecnica per il turismo) l'Asat ha svolto attività di consulenza, formazione e aggiornamento in numerose materie (igiene degli alimenti, sicurezza sul lavoro, sostegno dell'imprenditorialità, certificazione di qualità delle aziende, marketing) ed ha gestito i corsi del fondo *For.Te.* per la formazione continua.

Nella parte riservata ai soci, approvati bilancio consuntivo e relazione dell'attività

L'Asat siede in numerosi gruppi di lavoro: dal *Tavolo Azzurro* al *Board commerciale* di Trentino Marketing, al tavolo *Co-manager*, al *Progetto Study Visit Trentino*, al *Comitato previdenza complementare regionale* ed altri ancora.



Roberto Pallanch

Tra i convegni più significativi ricordiamo quelli fatti per i festeggiamenti dei 70 anni di fondazione: web, reti e sostenibilità quali fattori chiave per il successo aziendale; normativa sul lavoro e contrattazione; ruolo e valore della rappresentanza, questi i temi affrontati assieme ad ospiti esperti del settore.

Infine l'Asat ha affiancato nella propria attività i Gestori Rifugi e i B&B di Qualità e cinque Club di prodotto (Cuore Rurale, Qualità Parco, Trentino Charme, Giocovacananza, Dolomiti Walking Hotel).

**Investi nelle aziende italiane e  
ottieni un vantaggio fiscale con il  
Piano Individuale di Risparmio.**

**GP** Benchmark PIR



Le linee di gestione GP Benchmark PIR (Risparmio Italia 30 e 50) investono una parte del patrimonio nelle piccole e medie imprese italiane. Puoi così favorire la crescita dell'economia reale e ottenere un regime di esenzione fiscale per i redditi di capitale, i redditi diversi e le imposte di successione se l'investimento viene detenuto per almeno 5 anni.

Servizio di investimento commercializzato da:



**Casse Rurali  
Trentine**

**Gestioni  
Patrimoniali**





7' e 50"

Fabia Sartori

Il presidente della provincia di Trento Ugo Rossi

# Il turismo trentino è di successo

Rossi invita a ottimismo e positività verso gli ospiti

## IL SALUTO DI ROSSI A LIBARDI

“Con cuore, passione ed affetto – esordisce il presidente della Provincia Ugo Rossi – vorrei portare un saluto particolare al presidente **Luca Libardi**, dicendogli che tutto ciò che diciamo oggi in assemblea è anche frutto del suo grande impegno, della sua grande costanza e, perché no, anche della sua grande durezza nel fare emergere le necessità degli albergatori. Ma anche della sua onestà intellettuale e della sua capacità di guardare in faccia i problemi e trovare poi le soluzioni. Credo che l'Asat oggi possa celebrare i suoi 70 anni di attività con ottimismo grazie al lavoro fatto insieme. Voglio ringraziare ancora il presidente Libardi dicendogli che lo stiamo aspettando con impazienza per continuare a lavorare fianco a fianco”.

“Non dobbiamo avere paura del nostro successo: abbiamo avuto numeri di presenze e arrivi da record, ma a volte noi trentini dimostriamo un eccessivo timore reverenziale nel dichiarare che siamo un territorio di successo. Che siamo all'avanguardia, che siamo in grado di essere al primo posto nelle classifiche nazionali ed europee per quanto riguarda il turismo”. È questo l'invito del presidente della Provincia di Trento **Ugo Rossi** espresso durante l'assemblea del settantesimo di fondazione dell'Asat.

Un'esortazione ad essere più ottimisti, “a cogliere le positività, che sono in maggior numero rispetto alle negatività, e trasmetterle all'esterno del nostro territorio, verso i potenziali ospiti”. “Non sto dicendo - prosegue - che va tutto bene. Esistono punti da migliorare e meccanismi che potrebbero funzionare meglio”. In questo modo, a detta del Governatore, sarà possibile fare un ulteriore salto di qualità, sempre all'insegna dell'impegno reciproco, rinnovato e positivo tra l'Asat e le istituzioni provinciali.

“In occasione dei 70 anni della vostra Associazione voglio ricordare a tutti i cittadini chi sono i nostri albergatori - afferma Rossi - perché spesso pensiamo a loro come ad una categoria economica che ha beneficiato di contributi importanti e di una vicinanza particolare alla politica. In realtà, è bene ricordare che essere imprenditori turistici significa avere delle idee, andare in banca e impegnare il proprio patrimonio, lavorare ogni giorno perché quell'idea con quel capitale produca un risultato positivo, andare alla ricerca di clienti, assumere persone e formarle. Significa, poi, anche collegarsi con il resto del territorio, fare sistema perché la 'sana concorrenza' non si trasformi in un fattore negativo ma sia produttiva dentro la costruzione di un sistema turistico”.

“In questi anni difficili - chiarisce Rossi - gli albergatori hanno resistito con fatica, consentendo al turismo trentino di uscire dalla crisi e di rilanciarsi con grande positività. Il turismo e gli albergatori trentini sono stati e sono costruttori di Autonomia perché ci permettono di continuare a produrre valore attraverso un settore importantissimo”. In tal senso Rossi ha ricordato il valore del turismo nell'economia e nella società trentina. “I numeri - precisa - parlano di 1,8 miliardi di valore di indotto diretto, ma se dovessimo considerare l'indotto indiretto andremmo a cifre ben più alte. Dobbiamo, infatti, considerare quanto vale il sistema turistico trentino anche con riferimento al traino positivo che esso ha per gli altri settori”.

“L'Asat - commenta Rossi - compie settant'anni. E questo ci ricorda come la cultura dell'ospitalità affondi le radici nella nostra storia e sia nel nostro Dna. Tant'è che le categorie economiche del turismo, gli albergatori in primis, già 70 anni fa avevano avvertito la necessità di fare sistema e di mettere a fattore comune il meglio di ciascuno, con spirito di apertura e di capacità di costruire un prodotto turistico che oggi è di grande successo”. Rossi, poi, torna a parlare di presente e futuro. “In questi anni - sottolinea - abbiamo lavorato tanto sul fronte dell'internazionalizzazione e i risultati cominciano a vedersi. La Provincia non è impegnata solo sul fronte diretto: gli investimenti che facciamo nella scuola per la conoscenza delle lingue andranno a vantaggio delle famiglie e delle possibilità occupazionali dei nostri ragazzi. Non deve sfuggire la ricaduta sul sistema turistico, poiché il primo requisito per dialogare con chi non parla la nostra lingua è quello di saper comunicare in una lingua comune”.



foto Pedrotti



La gremita sala del Teatro Sociale

“Tuttavia, le risorse della Provincia non sono dirette solo al trilinguismo: “Stiamo investendo in formazione - aggiunge Rossi - e qui voglio davvero ringraziare l'Asat perché ha collaborato con noi per far avvicinare maggiormente la formazione professionale al mondo del lavoro. Devo dire che le imprese turistiche hanno colto questa opportunità: sono molti i ragazzi che fanno stage formativi nelle vostre imprese. Dovremmo cercare di migliorare la capacità di fare un'esperienza più lunga, migliorare l'utilizzo dei contratti di lavoro a carattere formativo”.

“Ci stiamo impegnando molto anche per - chiosa Rossi - massimizzare le possibilità di finanziamento delle infrastrutture a servizio degli impianti, le quali giungono così ad assumere un valore di utilità pubblica. Desideriamo che l'intero comparto del turismo ci aiuti a trasmettere questa consapevolezza anche a chi oggi pensa ancora che investire in questo settore voglia dire lavorare solo a vantaggio di qualcuno e non di tutta la comunità. Se vogliamo combattere lo spopolamento delle montagne dobbiamo assicurare logiche di sviluppo a questo comparto, sempre all'insegna di uno sviluppo sostenibile ed attento all'ambiente”.

Rossi termina il suo intervento ricordando l'importanza di valorizzare il fattore di identità del territorio e del *brand Trentino* “al fine di utilizzarlo per

aumentare la competitività”. Per conquistare ospiti e potenziali ospiti è quindi fondamentale essere riconoscibili sul mercato. “Per il futuro - aggiunge - sarà anche molto importante proseguire sulla strada di collegare prodotti, offerte e capacità diversi, ad esempio turismo e cultura. Fondamentale anche l'utilizzo in chiave locale delle risorse del territorio”. “Continuiamo a lavorare assieme con la consapevolezza che tutto quello che facciamo - conclude Rossi - è volto a dimostrare che la terza generazione di albergatori, con il grande rispetto dovuto alla seconda e alla prima, sarà in grado di migliorare e crescere rispetto al passato”.



Il presidente Luca Libardi

# DALLA NOSTRA CAMERA SI GODE UN'AMPIA VISTA SU 50MILA IMPRESE.



**CAMERA  
DI COMMERCIO  
INDUSTRIA  
ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA  
DI TRENTO**

Oltre a mettere a disposizione una banca dati di oltre 50mila aziende trentine, iscritte al Registro delle imprese a garanzia della trasparenza del mercato, in Camera di Commercio svolgiamo una serie di altre attività dedicate alla promozione dell'economia, allo sviluppo del sistema delle imprese e alla regolazione del mercato.  
Scopri quanto spazio c'è per le imprese nella nostra Camera di Commercio.

# L'assessore Dallapiccola: “Albergatori, siete esempio di responsabilità e impegno”

Dopo i sacrifici, guardiamo  
ad un futuro più roseo

🕒 3' e 35"

“Oggi, dopo la crisi economica degli scorsi anni, abbiamo ancora a disposizione 40 milioni di euro da investire in promozione, anche grazie all'impegno ed alla serietà degli albergatori del Trentino”. Il saluto dell'assessore provinciale al turismo **Michele Dallapiccola** per il settantesimo anno dalla fondazione dell'Asat si traduce in un profondo ringraziamento alla categoria ed alle imprese del settore.

“Il record di 15 milioni di euro raccolti con la tassa di soggiorno - prosegue - è un chiaro esempio della capacità degli albergatori di reagire e di essere, innanzitutto, cittadini trentini responsabili. Già, perché l'Asat si era sempre dichiarata contraria alla tassa di soggiorno. Ma quando ci si è resi conto che le risorse economiche della Provincia sarebbero calate, la vostra Associazione ha dato una risposta importante e concreta: con grande responsabilità si è fatta carico di portare avanti il confronto con la politica per andare ad introdurre la tassa di soggiorno”.

“Noi, cara Associazione - ricorda Dallapiccola - ci conoscemmo quattro anni fa. Fu allora che prendemmo il reciproco impegno di attrezzarci per un futuro che, già ai tempi, ci preoccupava. L'applicazione del Patto di stabilità, ci imponeva di adottare degli atteggiamenti molto responsabili”. Comportamenti che, dice Dallapiccola, furono adottati dall'Asat in maniera impeccabile.

“Finalmente siamo proiettati tutti insieme - dichiara l'assessore - verso un futuro che possiamo definire ottimista e roseo. Uso molta cautela in questa affermazione, poiché il frangente storico ci impone un approccio prudente”. Certo, anche il contesto degli ultimi anni ha giocato un ruolo importante nel modificare i flussi turistici. “Siamo stati aiutati da situazioni tragiche - precisa - come la crisi mediorientale che ha spostato flussi di turisti verso altri lidi. Ma è proprio un caso



Michele Dallapiccola

che i turisti siano venuti particolarmente in Trentino? Questo non è accaduto, forse, perché siamo stati in grado di mostrarci forti sul panorama internazionale? Abbiamo fatto capire che siamo un territorio in cui tutto è in ordine. I trentini sono riconosciuti dal mondo come persone oneste, dove la terra è schietta e le strade sono pulite, dove anche la periferia come la città è attrattiva, interessante ed accogliente”.

“Se questo accade - dichiara Dallapiccola - è perché qualcuno ha saputo comunicarlo attraverso un sistema corale e partecipato”. Così l'assessore ricorda l'introduzione del Tavolo azzurro e del Board commerciale. “La partecipazione al processo di promozione da parte di tutto il sistema turistico - conclude - ha reso ancora più efficace la promozione turistica”.

# La città e la sezione di Trento salutano i settant'anni di Asat

E Francesca Braus testimonia ai colleghi *senior* la storia e l'impegno dei Giovani Albergatori

15

🕒 3' e 15"



foto Pedrotti

Natale Rigotti

Tante sono state le rappresentanze istituzionali che hanno voluto essere presenti al Teatro Sociale per l'assemblea di Asat.

Il primo saluto è del presidente della sezione locale, nonché *past president* di Asat, **Natale Rigotti**. La sua breve riflessione si è incentrata sulla città e su quanto essa offre ad immagine di tutto il Trentino: "Alla buona qualità della vita Trento affianca contenitori importanti quali Università, Camera di Commercio e Palazzo Roccabruna, nonché un sistema culturale basato sul Muse e altri musei. Tutte cose che fanno bene al turismo provinciale". E riferendosi ai 70 anni di Asat "abbiamo sempre guardato al futuro senza però dimenticare il passato e di questo ringrazio tutti i presidenti venuti prima di me e **Luca Libardi** che regge oggi la nostra associazione." "Essere soci è un orgoglio da tirar fuori: rimanete in questa casa ed in questa famiglia" è la sua esortazione finale.



foto Pedrotti

Alessandro Andreatta

Il sindaco di Trento **Alessandro Andreatta** ha portato, a sua volta, il saluto della città sottolineando come Asat è una associazione strategica, perché la ricettività è fondamentale in tutto il Trentino: "Abbiamo il Muse, i laghi e le bellezze naturali, i centri storici ma se tutto questo non avesse una presenza quotidiana sul territorio come la vostra - questa la sua riflessione - i risultati sarebbero meno positivi. Ed è importante la vostra continua riqualificazione, l'aggiornamento per un turismo che continua a cambiare. E lo fate insieme e questo è importante perché da soli non si va da nessuna parte, non si cresce".



foto Pedrotti

Francesca Braus

E poi il debutto di **Francesca Braus**, neo presidente dei Giovani Albergatori: "Se pensiamo al passato - ha esordito - noi Gat siamo la terza generazione di albergatori dopo i nostri nonni e i nostri genitori, incarniamo una tradizione che è storia fatta di impegno, fatica e dedizione. Ed è questa grande passione che oggi ci ha fatto scegliere, liberamente e convintamente, il nostro lavoro, a cui arriviamo dopo aver fatto formazione, aver lavorato all'estero, entrando a pieno titolo in un'associazione che ci sostiene e ci dà spazio. Ma siamo anche proiettati verso il futuro con un ricco programma fatto ancora di studio, viaggi di istruzione e formazione. Vogliamo essere la generazione che raccoglie la sfida dei settant'anni di lavoro di Asat per amplificarlo verso il futuro, come giovani siamo pronti a farlo".

# Le nostre Stelle dell'albergatore

🕒 6' e 15"

Il riconoscimento ai benemeriti dell'Asat per il lungo ed attivo impegno

## ALBERGATORE, POLITICO, AL SERVIZIO DELL'ASAT: SEMPRE CON PASSIONE

**Italo Craffonara.** Trentotto anni di vita pubblica, vissuti di pari passo alla conduzione dell'Hotel Ancora di Predazzo. Già, perché la passione di quest'uomo è andata oltre i confini del settore turistico, pur rimanendo fortemente radicata in ambito alberghiero. Albergatore dal 1962, riassume in sé la storia di tre generazioni di imprenditori che dal 1880 ad oggi hanno trasformato l'Ancora da locanda nell'attuale struttura a quattro stelle.

Ha, inoltre, rivestito la carica di presidente dell'Asat tra il 1993 ed il 2002. Il suo impegno nel settore lo ha portato ad essere presidente del Coordinamento provinciale degli imprenditori, rappresentante di categoria nella Camera di commercio, presidente di DOC Service Srl, presidente del Consorzio acquisti prodotti energetici CAPE e presidente del Consorzio Predazzo Iniziative.



Bernabò Bocca si congratula con Italo Craffonara

Dedito alla vita politica, a ventinove anni era sindaco di Predazzo. Concluso il secondo mandato di sindaco, ha ricoperto il ruolo di scario della Magnifica Comunità, poi è stato eletto consigliere regionale per il Partito liberale. Per diventare, ancora, presidente della Prima commissione legislativa del Consiglio provinciale di Trento.

Si è impegnato nel sociale e presso enti ed associazioni che puntano a sviluppare il turismo della "sua" Val di Fiemme. È stato consigliere dell'Apt della Val di Fiemme, vicepresidente della Marcialonga, fondatore e primo presidente del *Lions Club di Fiemme e Fassa*.

foto Pedrotti

## DA MILANO A PREDAZZO PER UNA PASSIONE DIVENTATA LA RAGIONE DI VITA



Angela Dosio a fianco del marito Italo

**Angela Dosio** ha trascorso tutta la vita accanto al marito Italo Craffonara. Soprattutto, ha condiviso il suo grande amore per il turismo e per la professione di albergatore, facendone la sua professione ed il suo impegno quotidiano, il suo motivo di sacrificio e la sua ragione di gioia.

Milanese d'origine, appena diciannovenne ha conosciuto l'altrettanto giovane Craffonara nel periodo universitario, quando quest'ultimo seguiva il percorso di studi alla Bocconi di Milano.

Inizialmente è entrata nel mondo professionale come segretaria in un'agenzia investigativa a Milano. Ben presto, però, si è trasferita a Predazzo con il marito: era il 1962, proprio quando Craffonara decise che il suo futuro sarebbe stato quello di fare l'albergatore.

I due, insieme, hanno trasformato il "vecchio" albergo Ancora di proprietà della famiglia Craffonara nella struttura a quattro stelle che è ora, costruendo inoltre tre residence. Ha dedicato tutta la vita all'azienda ed alla famiglia, con sacrificio e dedizione, traendone tanta soddisfazione e raggiungendo traguardi veramente importanti per se stessa e per l'intera famiglia che ha sempre trovato in lei un punto di riferimento fondamentale.

## UNA TRADIZIONE DI FAMIGLIA CHE ABBINA OSPITALITÀ, ALTA RISTORAZIONE E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE



Giacomino Maffei tra la moglie Edda e Gianni Battaiola

**Giacomino Maffei** si è occupato con passione dello sviluppo dell'attuale BioHotel Hermitage, che oggi vanta la categoria quattro stelle superior. Nella sua Stube si trova il ristorante insignito della Stella Michelin. L'intera struttura coniuga il grande amore per la natura e rispetto per l'ambiente. È stato per anni il presidente del Gruppo alberga-

tori di Madonna di Campiglio, oltre che attivo nella politica turistica della località. Ha 'contagiato' tutta la sua famiglia con la passione per il settore alberghiero. Tant'è che la moglie **Edda** ha sempre provveduto al controllo generale dell'hotel. La figlia più piccola Marcella si dedica al centro benessere proponendo trattamenti naturali in linea con la filosofia dell'hotel. Lavoro e famiglia dimostrano come il raggiungimento di alti standard di qualità non siano solo frutto di investimenti e comunicazione commerciale. Si tratta, bensì, di percorsi portati a termine con sacrificio, in cui tutti i componenti del nucleo familiare sono stati chiamati a vere e proprie scelte di vita. La tradizione di rispetto per il territorio che ha attraversato immutata e rafforzata tre generazioni. Dal 1899 quando i suoi nonni costruirono un maso alpino per la transumanza estiva del bestiame. Al 1969 quando con il padre creò una piccola pensione. In questo contesto si sviluppò la sua vocazione culinaria, ispirata dall'arte della nonna Camilla.

## LA SVOLTA PROFESSIONALE A QUASI 40 ANNI E IL SUCCESSO NEL TURISMO

**Luciano Vian.** La sua vita è stata contrassegnata da un profondo impegno in ambito lavorativo. Al contempo, all'attività alberghiera ha sempre unito un convinto impegno associativo. Insomma, un intreccio vincente, che si somma alla dedizione alla famiglia con cui ha dato vita all'Albergo Villa Gemmy di Pozza di Fassa. Ha lavorato con il padre fino all'età di quasi 40 anni, lontano dal settore alberghiero.

Per, poi, farsi travolgere dalla passione per la professione dell'albergatore: insieme alla moglie **Gemma** ha costruito ed inaugurato l'Albergo Villa Gemmy, che i due insieme hanno gestito e fatto crescere, in ambito familiare. Tanto che, sebbene dal 2010 l'hotel sia gestito dalle figlie, lui e la moglie partecipano



Alberto Bertolini premia Luciano Vian, qui con la moglie Gemma

ancor oggi attivamente alla gestione della struttura. Che nel frattempo è passata dalla categoria due stelle alla tre stelle.

Ha partecipato in maniera molto attiva anche alla vita associativa della sua valle di Fassa. Non a caso è stato componente del consiglio del Consorzio elettrico, del CAI (Club alpinistico italiano) e comandante degli Alpini di Pozza di Fassa.

## TENACIA E TALENTO PER DIVENTARE ALBERGATRICE DI SUCCESSO

**Elena Marzari** inizia a lavorare come barista presso il bar John di Folgaria a soli diciotto anni, dimostrando di avere grandi capacità e senso di responsabilità. Per poi arrivare a toccare con mano il sogno di creare un hotel tutto suo, l'Hotel Garden di Costa di Folgaria. Un esempio concreto di fermezza e tenacità, dedizione alla professione e forza d'animo: ecco le caratteristiche che l'hanno resa un'imprenditrice alberghiera di successo.

Dopo quattro anni di lavoro, aiutata dal marito **Ferruccio** decide di costruire un locale a Passo Sommo: lo "Chalet Elena" apre nel 1964. E diventa un punto di incontro per tutti i giovani e non solo della zona, con juke box e saletta da ballo. Ha sempre amato lavorare a contatto con la gente.



Michele Dallapiccola posa con Elena Marzari e la figlia Patrizia

Poi, finalmente, la realizzazione del suo sogno con la costruzione e l'apertura dell'Hotel Garden. In cui, ancor oggi, tanti ospiti fidelizzati tornano a trascorrere le loro vacanze "da Elena". Anche dopo l'ictus che l'ha sorpresa nel 2015 non vuole lasciare 'da solo' il suo hotel: dopo una lunga degenza e riabilitazione, con la sua tenacia e forza è tornata ad essere presente in albergo, certo in modo diverso da prima ma sempre con passione e vitalità.



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

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

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

# Le nuove tendenze del mercato turistico

L'assemblea del settantesimo si è chiusa con il *talk show* dal titolo *"Come cambia il mercato turistico. Le politiche aziendali tra vecchie regole e nuovi scenari"*, cui hanno partecipato il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**, il presidente e amministratore delegato del Gruppo AccorHotels per Italia e Grecia **Renzo Iorio**, il presidente Asat **Luca Libardi** e **Andrea Lovelock**, giornalista del settimanale turistico e quotidiano online *L'Agenzia di Viaggi*.

Lovelock ha esordito con un *focus* sulla domanda turistica in Italia. "I recenti dati Eurostat ci descrivono come terzo Paese con il maggior volume di traffico domestico ed internazionale: 113 milioni di arrivi e 197 milioni di pernottamenti. I numeri sono positivi anche in Trentino con 30.9 milioni di presenze nel 2016. Ci troviamo quindi in un macro scenario di riferimento in cui il mercato è in continua evoluzione, così come le strategie di comunicazione e di promozione".

Di fronte a questo contesto, Lovelock ha chiesto a Bocca ed a Iorio le migliori modalità con cui si deve muovere il brand Italia per un presidio vincente di questo tipo di mercato. Bocca ha chiamato in causa il "sommerso turistico" in Italia. "Continua - ha affermato - a rimanere una quota di circa 20-25% di nero. Le presenze turistiche sono molto superiori rispetto a quelle censite da Eurostat: il piano strategico del turismo parla di un miliardo di presenze. Il sommerso ospitato nelle locazioni turistiche irregolari è quindi in grado di raddoppiare le presenze ufficiali. Federalberghi non è contro le forme diverse di ospitalità, ma si oppone fermamente a chi non paga le tasse".

"A mio parere - ha aggiunto - in Italia la difficoltà risiede nell'incapacità di fare sistema. Non credo che sia necessaria una riforma della Costituzione per riportare al centro la competenza del turismo, togliendola alla competenza esclusiva delle Regioni. Ritengo che sia sufficiente, invece, un maggior coordinamento affinché le singole Regioni e le associazioni imprenditoriali sfruttino appieno il brand Italia".

"Sono del parere che - è intervenuto Iorio - il nostro ormai sia un mestiere che si sviluppa e cresce sugli stimoli che le persone ricevono, sul desiderio di viaggiare. Di conseguenza l'unica leva seria di cui potremmo dotarci è un efficace racconto del Paese sul mercato internazionale, prima ancora della promozione delle destinazioni turistiche". Iorio ha trovato particolarmente felice la scelta che ha fatto Asat di parlare di ricettività alberghiera con un'iconografia centra-

ta sul territorio, sull'agricoltura, che è uno dei motivi per cui visitare il Trentino. "Il nostro - ha specificato - è un mestiere per professionisti: ci vogliono impegno, capacità e risorse dedicate. Dubito che pur lodevoli campagne digitali possano avere lo stesso effetto".

L'attenzione di Lovelock, poi, si è spostata in Trentino ed ha chiesto a Libardi qualche considerazione sulla necessità di una strategia vincente per l'accessibilità al territorio.



## L'AFFETTUOSO SALUTO DEL PRESIDENTE NAZIONALE A LUCA LIBARDI

“Saluto tutti gli albergatori dell'Asat e un saluto particolare a Luca. Sentendo la tua relazione di prima capisco che la tua convalescenza va molto bene e che il tuo spirito guerriero e concreto è ritornato in te. Noi ti aspettiamo a braccia aperte in Federalberghi Luca, perché tu hai dato un grosso apporto alla nostra organizzazione e si sente la tua mancanza anche se i colleghi del Trentino di Giunta e Consiglio non hanno mai fatto mancare la loro presenza. Ti aspettiamo a braccia aperte perché una persona capace e valida e concreta come te fa bene all'organizzazione. Grazie Luca”.

## Bernabò Bocca dialoga con gli ospiti nel *talk show* finale

⌚ 6' e 10"



Da sinistra Andrea Lovelock, Bernabò Bocca, Renzo Iorio e sullo schermo Luca Libardi

“Il sistema aeroportuale di riferimento per il Trentino - ha risposto Libardi - è quello composto dagli scali di Bergamo, Verona, Venezia e Treviso. Dobbiamo trovare una rete organica di collegamento con questi quattro aeroporti. Una prima idea è utilizzare autobus o navette; una seconda proposta è quella di usare il treno raggiungendo Dossobuono, a soli due chilometri da Villafranca”. Libardi ha anche auspicato una partnership stretta con gli albergatori di Bolzano, per una sinergia tra gli aeroporti di Innsbruck e Verona. Si è poi aperto il dibattito sulla classificazione alberghiera italiana. “Come imprenditore - ha detto Bocca - la eliminerei, poiché sono difficili da determinare standard di qualità univoci. Gli alberghi ormai vengono riclassificati in continuazione: dai Tour Operator, dalle grandi compagnie, incluster di mercato. La classifica la dà il mercato”. “Condivido - ha aggiunto Iorio - questa posizione. Oggi la maggior parte dei viaggiatori usa Booking.com, che offre qualsiasi soluzione dall'albergo al B&B: sapere quante stelle hanno diventa quasi irrilevante”.

Lovelock ha poi aperto una panoramica sui diversi servizi innovativi che gli hotel offrono, cercando di declinare i prodotti in base alle esigenze del mercato. “Questa tecnica - ha spiegato Iorio - funziona se rispondiamo alle esigenze di quella che è una clientela internazionale. Quotare la camera senza colazione negli alberghi urbani è abbastanza diffuso a livello internazionale. Se voglio ‘vendere’ un servizio aggiuntivo, devo essere certo che il cliente lo voglia comprare e devo proporlo ad un prezzo corretto. Inoltre, il cliente quando si chiude in camera non consuma, quindi il fatto di ‘portarlo fuori’ genera un’ulteriore produzione di fatturato. La tentazione a includere tutto nel prezzo della stanza fa sì che alcune voci, sovente quella della ristorazione, vengano quasi percepite come un costo necessario e non come uno strumento di fidelizzazione della clientela”. Anche Libardi si è detto convinto del fatto che “è necessario riflettere su come evolvere i nostri servizi: lo schema classico del breakfast 7.30 - 10.00, del lunch 12.30 - 14.00 è ormai obsoleto. Chiamiamo i nostri albergatori a fare una riflessione di respiro internazionale in tal senso”.

In conclusione, una riflessione sulla nuova direttiva UE dei pacchetti turistici, per la quale il cliente online deve avere le stesse tutele del cliente offline. Inoltre, in ambito alberghiero sarà possibile erogare dei servizi senza entrare in conflitto con la normativa dei pacchetti turistici.

“Non è possibile - ha chiosato Iorio - rimanere ancorati alla visione corporativa del mondo per cui ogni mestiere debba essere protetto da regole.

E nel frattempo lasciare che nello spazio digitale chiunque possa fare qualsiasi cosa. Ognuno deve scegliere il suo mestiere e di farlo al meglio: oggi la chiave di successo per un'impresa è riuscire ad essere significativa per il proprio cliente e fidelizzarlo”. “Ho la sensazione - ha completato Bocca - che il tanto bi-strattato turismo stia tornando ad avere peso. Grazie alla sensibilizzazione che siamo riusciti a fare verso alcuni membri di governo (Bocca è anche senatore, ndr) oggi c'è maggiore attenzione al nostro settore che, comunque, continua a creare posti di lavoro”.

“In Trentino - ha concluso Libardi - il tema dei pacchetti turistici è stato risolto anni fa su proposta e pressione dell'Asat. Gli albergatori trentini possono produrre un proprio pacchetto turistico da proporre alla clientela con alcuni vincoli che riguardano soprattutto il settore dei trasporti”. “Come riflessione generale posso affermare che, a fronte della richiesta di essere innovativi nell'ospitalità, dobbiamo essere lasciati liberi di poter integrare l'ospitalità classica con tutta una serie di servizi ancillari che permettano di confezionare un tipo di vacanza innovativa, particolare e diversa”.



foto Pedrotti

Numerosi i temi di attualità affrontati dagli esperti intervenuti

## Asat ringrazia gli sponsor

Ancora una volta l'assemblea annuale di Asat ha avuto l'importante sostegno di enti ed aziende che ci accompagnano ed affiancano nella nostra attività istituzionale.

Vogliamo qui ringraziarli perché anche a loro dobbiamo il successo della nostra manifestazione.

### Main Partner



### Partner



Mercedes Benz  
Autosindacato





# Magici incontri sulle montagne del Trentino

Uno splendido regalo per i vostri Clienti migliori



## INCONTRI IN MONTAGNA di Diego Moratelli

Non si tratta di una guida turistica né di una mappa dei sentieri: quelli dell'autore sono veri e propri itinerari dell'anima, che si fissano attraverso lo sguardo e una narrazione sobria ed essenziale. In questi viaggi nella Wilderness si avverte la passione, il gusto per l'attesa, il gesto assorto, la volontà di congelare il tempo, di trasformare l'attimo in memoria; fotografare la natura, raccontarla, da fatto puramente estetico, diviene una ragione etica, una scelta di vita.



Arca Edizioni riserva a te Ristoratore, Albergatore o Operatore del Turismo, uno **sconto speciale** sul prezzo di copertina.

Prenota i tuoi volumi chiamandoci: 0461 24.55.40

o scrivendoci: [info@edizioniarca.it](mailto:info@edizioniarca.it)

**arca**edizioni

# Dallapiccola incontra la Giunta dell'Asat

Compartecipazione,  
si stabiliscono le linee  
guida del nuovo  
Piano strategico

24

3' e 45"



Michele Dallapiccola e Luca Libardi

Nelle scorse settimane l'assessore al turismo **Michele Dallapiccola** e l'amministratore delegato di Trentino Marketing **Maurizio Rossini** sono stati ospiti della Giunta esecutiva dell'Asat. Durante la seduta sono state presentate alcune riflessioni per la composizione del *Piano strategico di promozione turistica* per gli anni 2018-2020.

"Questo incontro è frutto del processo di forte compartecipazione alle scelte di politica turistica e promozionale che coinvolge i principali soggetti che operano per il Trentino turistico, i quali siedono tutti al Tavolo azzurro", ha ricordato con soddisfazione il presidente dell'Asat **Luca Libardi**. "La politica - ha affermato Dallapiccola - partecipa insieme agli operatori turistici alla costruzione degli indirizzi". "Non si tratta infatti - ha aggiunto Rossini - di un piano elaborato da Trentino Marketing e calato dall'alto, bensì di una strategia comune che verrà adottata cercando di cogliere le posizioni e le necessità dei diversi attori del turismo".

In sostanza, il Piano strategico 2018-2020 sarà "elaborato guardando al medio e lungo periodo" e "costruito insieme ai protagonisti del turismo che vedono e sentono le nuove sfide". Non solo: "saranno considerate anche tutte quelle 'leve' non prettamente turistiche che, comunque, sono fondamentali per far crescere il settore, quali l'urbanistica e la mobilità, la sanità, l'agricoltura, l'istruzione e la formazione".

Certamente l'aggiornamento del Piano strategico dovrà tenere conto dello scenario futuro che andrà a contraddistinguere il settore turistico nei prossimi anni. Tra questi, durante la riunione della Giunta esecutiva sono stati citati la domanda mondiale in crescita e la domanda interna in ripresa, la nuova geografia dei flussi turistici (che tiene conto delle

situazioni critiche legate al terrorismo, ndr), la necessità di viaggiare velocemente, in modo facile ed economico, ma al contempo di rilassarsi durante la vacanza. Ed, a tal proposito, non poteva assolutamente passare in secondo piano l'esigenza di valorizzare la bellezza del paesaggio e la sostenibilità del territorio.

Infine, i presenti hanno convenuto che il Piano strategico non potrà prescindere dai "cambiamenti" che stanno interessando il panorama nazionale e mondiale. A partire dalle mutazioni climatiche, per proseguire con l'ormai maturata consapevolezza del ruolo trainante del settore del turismo nei confronti dell'economia. E, ancora, le nuove tendenze che interessano la domanda turistica, sempre più improntata sul valore della relazione e sulla condivisione delle esperienze, sul volersi "sentire unici" durante l'esperienza della vacanza.

A seguito della seduta della Giunta esecutiva con gli ospiti Michele Dallapiccola e Maurizio Rossini, l'impegno dell'Asat sarà quello di redigere un documento con osservazioni concrete ed efficaci, al fine di suggerire alcune importanti linee operative per l'aggiornamento del Piano strategico.



Angelo Jellici e Virna Pierobon presentano i rifugi trentini nella Grande Mela

da Trentino Marketing che hanno permesso insieme alle bellissime immagini proposte di visualizzare la bellezza dei luoghi. Angelo Jellici ha stupito la platea parlando in ladino del suo modo di essere rifugista e della montagna che vive. Il pubblico ha posto domande sulla storia e sull'identità dei Ladini nonché sulla raggiungibilità delle Dolomiti dagli Stati Uniti, sull'inverno dei rifugi, sui collegamenti sciistici e la mobilità, sulle modalità di prenotazione.

A seguire è stato servito un rinfresco in piedi, con delizioso menù a misura dell'essenzialità e sapori dei rifugi del

# I Rifugi del Trentino a New York

Un viaggio entusiasmante per avvicinare gli *States* alle Dolomiti

🕒 3' e 35"

La trasferta americana dell'Associazione Rifugi del Trentino, rappresentata dal vice Presidente dell'Associazione **Angelo Jellici** del Rifugio La Rezila e da **Roberta Silva** del Rifugio Roda di Vael, è stata un momento di grande successo e riscontro relazionale.

L'incontro con la stampa e i rappresentanti dei tour operator, convocati da *ENIT North America*, si è svolto all'Istituto Italiano di Cultura del Consolato Italiano. Presenti una quarantina di prestigiosi interlocutori, che hanno seguito passo dopo passo un sentiero ideale costruito intorno ad una presentazione multimediale, che **Virna Pierobon** ha proposto per portarli dentro la realtà ed unicità dei 146 rifugi dell'Associazione. Si è parlato di Trentino, Fondazione Dolomiti UNESCO, dei trekking tematici come il Palaronda Trek, dell'ispirazione che le montagne generano con i loro paesaggi ed ambienti unici, dell'ospitalità dei rifugi, delle Guide Alpine del Trentino come professionisti della montagna e dei Suoni delle Dolomiti, presentando anche alla platea, il collegamento musicale tra New York e la presenza a luglio di **Chick Corea**, jazzista di Manhattan ed ospite dei Suoni.

Si è percorso un itinerario ideale che dalle Dolomiti di Brenta a quelle di San Martino di Castrozza si è concluso in Val di Fassa, non tralasciando gli altri rifugi trentini posti ad altezze più dolci ed accessibili. Molto apprezzati i contributi video, realizzati

Trentino, con Pasta Felicetti, Trento DOC Ferrari Spumanti, frutti di bosco e profumato strudel. In conclusione è stato consegnato ai presidenti il libro offerto dalla S.A.T dal titolo "*Naturalmente TRENTINO I paesaggi, la natura, i luoghi*" dell'autore **Alessio Bertoli**, oltre a *snow art* del fotografo **Pierluigi Orler**.

Agli ospiti accreditati sono state consegnate chiavi USB, in legno, contenenti la cartella stampa dell'operazione, immagini e video. Gli uffici ENIT USA, quindi anche quelli di Chicago, Los Angeles riceveranno il materiale e le informazioni presentate agli operatori a New York.

Già il giorno seguente, ci sono stati alcuni incontri e contatti personali tra operatori presenti ed i rappresentanti dei rifugi, a riprova del vivo interesse suscitato dall'operazione.

# Assegnate ai laghi trentini le «Bandiere Blu»

Ben dieci le spiagge premiate,  
il doppio dello scorso anno

🕒 3' e 20"

👤 Andrea Rudari

La **Foundation for Environmental Education (Fee)** ha assegnato nelle scorse settimane l'ambito riconoscimento della *Bandiera blu*, che viene destinato annualmente alle migliori spiagge italiane. Mare, ma anche laghi. E così il Trentino riesce ad entrare a pieno titolo in questa ambito classifica con alcune delle spiagge bagnate dai propri laghi.

Anzi. Rispetto allo scorso anno, la nostra Provincia ha addirittura raddoppiato le «Bandiere blu», raggiungendo quota dieci (per la cronaca, la Lombardia ne ha una sola, il Piemonte due). La «Bandiera blu» è un riconoscimento internazionale che viene assegnato ogni anno in 49 Paesi di tutto il mondo, andando a premiare le località balneari

che rispettano determinati criteri relativi alla gestione sostenibile del territorio. Obiettivo principale è quello di indirizzare la politica di gestione locale di numerose località rivierasche verso un processo di sostenibilità ambientale.

Ecco l'elenco delle località trentine premiate nel 2017:

- *Bedollo*: località Piazze
- *Baselga di Pinè*: Spiaggia Lido, Alberon, Bar Spiaggia
- *Pergine Valsugana*: San Cristoforo
- *Levico Terme*: Spiagge di Levico
- *Caldonazzo*: Lido/Spiaggetta
- *Calceranica al Lago*: Alle Barche, Al Pescatore, Riviera
- *Tenna*: Spiaggia di Tenna
- *Lavarone*: Lido Bertoldi, Lido Marzari
- *Sella Giudicarie*: Spiaggia Roncone
- *Bondone*: Porto Camarelle

Non può che essere contento di questo traguardo **Walter Arnoldo**, il presidente della sezione Asat di Levico, convinto da sempre che la salvaguardia del territorio possa addirittura diventare un *brand* per la località: «Questa Bandiera blu è un fiore all'occhiello per la nostra città. Non posso che essere soddisfatto,

anche perché - come i miei colleghi sanno - vorrei addirittura che Levico riuscisse ad andare oltre questo bel riconoscimento, ottenendo anche la *Bandiera arancione* per tutta la nostra località».

E da Caldonazzo **Daniele Polia** riconosce l'importanza del premio: «La Bandiera è un bel successo, apprezzato dai turisti stranieri, che da noi sono numerosi e molto sensibili a questo tipo di iniziative ambientali. Un plauso va all'amministrazione provinciale che dagli anni '80 in poi ha lavorato per riqualificare l'acqua con gli ossigenatori, ed ha portato avanti i lavori sullo sbocco del Brenta, le varie regolamentazioni all'uso dei motori e, finalmente, i lavori sulla passeggiata lungo lago».

Infine una battuta di **Cecilia Bolzon**, per la sezione di Lavarone: «Ho grande piacere, senza dubbio, per questo riconoscimento, che il lago oggi si è guadagnato anche grazie ai molti interventi di pulizia e disboscamento delle rive e degli immediati dintorni che la pubblica amministrazione ha effettuato negli anni. Il lago è un punto di riferimento del turismo estivo e questo riconoscimento lo ricolloca giustamente al centro della nostra promozione».



Una bella immagine del lago di Lavarone

# Riparte l'iniziativa *Let's Dolomites*

🕒 3' e 10"

Si chiama **Let's Dolomites** il progetto delle Guide alpine del Trentino per conoscere le montagne trentine con tour appositamente organizzati dedicati ai turisti che ne abbiano l'interesse. Nella nostra Provincia ci sono ben 211 Guide alpine e Maestri d'alpinismo, suddivisi in 14 realtà tra scuole e gruppi. Dal 2016 questi professionisti hanno messo a punto un progetto unitario, finalizzato ad offrire una modalità di scoprire il Trentino orientata alla sicurezza ed alla profonda conoscenza del territorio.



Apprezzare in sicurezza le cime delle Dolomiti: un progetto per la prossima estate

Sono coinvolte 55 strutture di rifugio in 15 ambiti territoriali: Val di Fassa (11 strutture), San Martino e Primiero (5 strutture), Valle di Fiemme (2 strutture), Campiglio, Pinzolo e Val Rendena (11 strutture), Dolomiti Paganella (3 strutture), Val di Sole (6 strutture), Trento (2 strutture), Valsugana - Piné Cembra e Valle dei Mòcheni (6 strutture), Alpe Cimbra (2 strutture), Garda e Ledro (2 strutture) ed infine Giudicarie e Chiese (5 strutture). Due sono i tipi di proposta che vengono offerti ai clienti interessati.

Il primo si sviluppa su tre giorni ed è denominato *Adrenalina, emozione e grande guerra*. Esso prevede:

- due notti in rifugio in mezza pensione
- tre giorni di tour accompagnato con le Guide alpine
- trasferimenti ed eventuali impianti di risalita
- noleggio dell'attrezzatura alpinistica ove occorrente
- kit personale con documentazione e info
- assistenza di Campo base a partire da € 360 (con un numero minimo di quattro partecipanti)

## Le Guide alpine del Trentino fanno rete e promuovono la scoperta del territorio in sicurezza

La seconda proposta prende il nome di *Avventura nelle Terre Alte* e si sviluppa su sei giorni così organizzati:

- cinque o sei notti in rifugio (malga o altra struttura) in mezza pensione
- sei o sette giorni di tour accompagnato con le Guide alpine
- trasferimenti ed eventuali impianti di risalita
- noleggio attrezzatura alpinistica
- assistenza di Campo base a partire da € 630 (con un numero minimo di sei partecipanti)

L'agenzia scelta congiuntamente dalle Guide alpine quale unico venditore delle proposte Let's Dolomites è la **Campo Base - Travel & Holiday**. La promozione del progetto viene fatta in primo luogo online attraverso articoli in italiano, inglese e tedesco sul portale [visittrentino.info](http://visittrentino.info), con rimando ai pacchetti presentati in precedenza e prenotabili sul sito di Campobase ([www.campobase.travel](http://www.campobase.travel)). Il tutto integrato e supportato con la pianificazione su canali social e con la presenza di un apposito *banner* per l'integrazione e la promozione del progetto sui siti delle Apt, delle Guide alpine e dei Rifugi coinvolti. Il progetto sarà promosso anche mediante un *magazine* monografico con tiratura di 1.300.000 copie e diffusione sui mercati di Germania, Polonia, Repubblica Ceca e Olanda.



🕒 4' e 25"

📝 Francesca Maffei

Quando il lavoro si tramanda di generazione in generazione

# Hotel e cambio generazionale

Tempistiche, processi e modalità di transizione per gestire al meglio l'avvicendamento nella *leadership* dell'azienda

Secondo l'Osservatorio AUB, promosso da AldAF (Associazione Italiana delle Aziende Familiari), Unicredit e Bocconi, nel 70% dei casi le imprese a gestione familiare, tra le quali rientra la stragrande maggioranza delle strutture alberghiere sul territorio nazionale, non sopravvivono quando il loro fondatore cede il passo ai suoi successori, e solo un risicato 13% di esse giunge sino alla terza generazione. Dati che devono portare a riflessioni profonde, considerato in aggiunta che in meno di un quinquennio in Italia il 18% delle aziende



familiari si troverà ad affrontare proprio il delicato passaggio generazionale ed è proprio in questi contesti che, rispetto a realtà industriali, la transizione viene spesso sottovalutata.

È anzitutto fondamentale distinguere chiaramente tra impresa e famiglia, pretendendo da tutti i soggetti coinvolti il rispetto di un quadro, che dev'essere già stato predisposto, di regole condivise, a partire dalla suddivisione tra proprietà, direzione e governo. Bando ai sentimentalismi!

È necessario ragionare con mente lucida e disincantata in prospettiva, senza percepire il cambio generazionale come un "fuori il vecchio dentro il nuovo" ma come un processo d'integrazione.

Tra le condizioni per uscire vincenti da quella che è stata da più parti definita una delle fasi più critiche nella storia di vita del proprio business, capace di decretarne la morte o la longevità, c'è il coinvolgimento di attori terzi come consulenti finanziari, *mental coach* o altri *stakeholders*, in particolare per quanto concerne gli aspetti patrimoniali, che vanno gestiti al netto di animosità.

Un eventuale soggetto esterno può essere utile per traghettare la famiglia, rimotivare lo staff fidelizzato, aumentare il senso di appartenenza aziendale delle *new entries* e in sostanza consentire che il cambio di leadership avvenga con l'instaurazione di

un nuovo stile professionale in grado di guidare una squadra di dipendenti. O meglio, di collaboratori. Poiché la definizione di dipendenti è solitamente utilizzata dai leader, appunto, *old style*.

Il cambio di leadership deve tradursi in un passaggio graduale da un ruolo operativo/esecutivo a un ruolo manageriale/dirigenziale, con lo sviluppo di capacità decisionali autonome e accompagnato dalla costruzione di autorevolezza *day-by-day*, altrimenti si resterà sempre "il figlio o la figlia di", come accade nei confronti di quei dipendenti storici che hanno visto crescere i futuri titolari.

Largo poi al principale antagonista del nepotismo, la meritocrazia, pratica che tra il resto significa anche premiare le competenze effettive o le eccellenze e non la semplice discendenza ereditaria.

Lasciare i figli liberi di seguire la propria strada, che può anche non essere quella di fare l'albergatore, preserva loro da un futuro d'insoddisfazione quando non d'infelicità, e l'azienda dal fallimento. Si tratta di un *modus operandi* imprescindibile per inserirsi in un sistema di *governance* moderno, ma per scoprire le vocazioni e i talenti di ciascuno bisogna stimolare il confronto genitori-figli, anche mediante meeting periodici e formazione mirata.

È d'altronde dimostrato, sempre secondo la ricerca condotta da AUB nel 2016, che in Italia le imprese familiari con degli over 70 alla guida rappresentano ben il 23% del totale, e che sono proprio queste le realtà che denunciano i margini maggiormente in contrazione, anche a causa di una mancata conciliazione tra i valori fondanti e la rivoluzione digitale. Ma le PMI familiari, e in esse specialmente quelle turistico-alberghiere, rappresentano l'ossatura dell'economia nazionale, pertanto colmare il gap inter-generazionale diventa un imperativo categorico.

Un valido sostegno nella gestione del passaggio generazionale è infine offerto dall'associazionismo dei Giovani Albergatori, presenti e operativi a vari livelli: da Federalberghi, con il Comitato Nazionale, ai Comitati Regionali e Territoriali sparsi lungo tutto lo Stivale.

Innovazione nella tradizione non è solo un vuoto slogan abusato dai più, ma la chiave per il successo delle aziende lungimiranti, capaci di trasformare il cambio al vertice in crescita e opportunità.

(Pubblicato su *Sharing Tourism*, maggio 2017)



Anche in albergo è fondamentale gestire la "staffetta" generazionale

# Il sommerso nel turismo oltre il livello di guardia

🕒 4' e 15"

“Il sommerso nel turismo ha superato il livello di guardia, determinando gravi conseguenze per i consumatori, per la collettività e per il mercato”. È quanto affermato dal presidente di Federalberghi, **Bernabò Bocca**, a seguito di un monitoraggio che la federazione ha realizzato e che è stato presentato a Rapallo in occasione della 67a Assemblea generale ordinaria di Federalberghi.

Per l'occasione, Asat era presente con i vicepresidenti **Gianni Battaiola** ed **Alberto Bertolini** nonché con **Manuela Felicetti**, componente della Giunta.

Nel suo vario ed articolato intervento, Bocca ha voluto sottolineare che “il fenomeno danneggia tanto le imprese turistiche tradizionali quanto coloro che gestiscono in modo corretto le nuove forme di accoglienza: entrambe le categorie sono esasperate dal dilagare della concorrenza sleale che inquina il mercato”.

È di questi giorni, poi, la notizia che il Parlamento sta esaminando un Decreto legge che assegna ai portali il compito di prelevare alla fonte la cosiddetta cedolare secca, pari al 21% del prezzo pagato dai clienti degli appartamenti in affitto: “Anche se la definizione di un'aliquota agevolata non ci esalta - dice Bocca - apprezziamo il fatto che sia stato individuato un percorso per garantire il prelievo delle imposte.



Da sinistra Alberto Bertolini, Gianni Battaiola, Bernabò Bocca e Manuela Felicetti

È una soluzione positiva ma non sufficiente, che dovrà essere integrata con altre misure di tutela. Ad esempio in materia di igiene e sicurezza, di pubblicità ingannevole e di trasparenza: è necessario prevedere la comunicazione delle generalità degli alloggiati alla pubblica sicurezza. Infine, ma non per importanza, va considerata l'imposta di soggiorno”.

“Le buone regole - conclude Bocca - servono a poco se non sono accompagnate dagli opportuni controlli. Per questo motivo, Federalberghi ha censito le strutture parallele che vendono camere sui principali portali e metterà gli elenchi nominativi a disposizione delle autorità investigative competenti”.

A livello internazionale ci sono cinque buoni esempi che si potrebbero imitare. Importanti paesi turistici hanno dettato regole per arginare gli affitti abusivi. Ad Amsterdam, ad esempio, gli appartamenti privati possono essere affittati per non più di sessanta giorni all'anno e non possono ospitare più di quattro persone per volta. A Barcellona chi vuole affittare il proprio appartamento per periodi brevi deve chiedere una licenza. Berlino ha vietato l'affitto di appartamenti ai proprietari che non siano titolari di una licenza, e a Bruxelles può affittare casa ai turisti solo chi rispetta una serie di requisiti rigidissimi e solo con il consenso di tutti i condomini del palazzo. Infine, a Parigi i proprietari degli immobili affittati per brevi periodi devono iscriversi in un registro pubblico, dichiarando le proprie generalità, l'indirizzo e le caratteristiche dell'alloggio.

## All'assemblea Federalberghi di Rapallo il grido di allarme del presidente Bocca



L'aumento esponenziale degli alloggi offerti da Airbnb (fonte Federalberghi)

### I NUMERI DELLA SHADOW ECONOMY

Ad aprile 2017, erano disponibili su Airbnb 214.483 alloggi italiani, con una crescita esponenziale che non accenna a fermarsi. Si parla di un incremento del 25,6% rispetto al 2016. Le strutture di natura analoga (appartamenti in affitto e B&B) censite dall'Istat sono 103.459.

È dunque ufficialmente certificata l'esistenza di almeno 110.000 alloggi che sfuggono ad ogni controllo, con l'avvertenza che le strutture mancanti all'appello sono probabilmente il doppio, in quanto gli alloggi presenti sul noto portale erano 52 a dicembre 2008, anno in cui l'Istat censiva 84.189 strutture. Tra le città italiane maggiormente interessate dal fenomeno troviamo Roma con 25.743 alloggi, Milano con 14.523, Firenze con 6.992 e Venezia con 5.973.

Per quanto riguarda le regioni, la *pole position* spetta alla Toscana, con 34.595 alloggi, seguita dal Lazio con 32.663, dalla Lombardia, con 25.148 e dalla Sicilia con 23.020. In Trentino Alto Adige ne sono stati censiti 2.975.

### IL CASO: PASQUA IN TRENTINO ALTO ADIGE

Andando ancor più nello specifico, ad aprile 2017 (settimana di Pasqua), nella Provincia di Trento, risultavano disponibili su Airbnb 2.063 alloggi, di cui 1.433 riferiti ad interi appartamenti, 1.332 (64,56%) disponibili per più di sei mesi e 1.059 gestiti da host che mettono in vendita più di un alloggio.

“È inoltre importante sottolineare che vengono danneggiate tanto le imprese turistiche tradizionali - dice il vicepresidente dell'Asat **Gianni Battaiola** - quanto coloro che gestiscono in modo corretto le nuove forme di accoglienza”.

Il vicepresidente Battaiola dichiara, inoltre, che l'Associazione ha rivolto un appello ai parlamentari del territorio, affinché durante la discussione della cosiddetta 'manovrina' (decreto legge n. 50 del 2017) vengano irrobustite le disposizioni relative al regime fiscale delle locazioni brevi, con l'obiettivo di far pagare le tasse a tutti e di proteggere i consumatori, i lavoratori e la collettività.

### QUATTRO BUGIE A CUI NON CREDERE

Dall'analisi dei dati 2017 emergono quattro grandi bugie che smascherano definitivamente la “favoletta” della condivisione.

#### NON È VERO CHE SI TRATTA DI ATTIVITÀ OCCASIONALI.

La maggior parte degli annunci (il 76,3%) si riferisce ad alloggi disponibili per oltre sei mesi l'anno.

#### NON È VERO CHE SI TRATTA DI PICCOLI REDDITI.

Sono attività economiche a tutti gli effetti. Oltre la metà degli annunci (il 56,77%) sono pubblicati da persone che amministrano più alloggi, con i casi limite di insegne di comodo quali Guido con 507 alloggi e Simona che ne offre 347.

#### NON È VERO CHE SI CONDIVIDE L'ESPERIENZA CON IL TITOLARE.

La maggior parte degli annunci (il 70,6%) si riferisce all'affitto di interi appartamenti, in cui non abita nessuno.

#### NON È VERO CHE LE NUOVE FORMULE TENDONO A SVILUPParsi DOVE C'È CARENZA DI OFFERTA.

Gli alloggi sono concentrati soprattutto nelle grandi città e nelle principali località turistiche dove è maggiore la presenza di esercizi ufficiali. Il consumatore è ingannato due volte, in quanto viene tradita la promessa di vivere un'esperienza autentica e vengono eluse le norme poste a tutela del cliente, dei lavoratori, della collettività e del mercato.

# Luigi Tavernaro presenza trentina nel nuovo direttivo

A Rapallo i lavori  
del Comitato Nazionale  
Giovani Albergatori

⌚ 3' e 10'

👤 Francesca Maffei



Da sinistra Francesca Maffei, Luigi Tavernaro, il presidente Dinno de Risi e Francesca Braus

Tempo di cambiamenti in casa Gat. Lo scorso 13 maggio a Rapallo, in occasione della 67esima Assemblea di Federalberghi, i Giovani albergatori del Trentino hanno preso parte ai lavori del Cnga (Comitato nazionale giovani albergatori) per presentare la nuova delegazione che sostituirà l'ex vicepresidente nazionale, ex presidente del Gat ed ex delegata Cnga **Francesca Maffei**. **Luigi Tavernaro** e **Francesca Braus** (attuale presidente del Gat Trentino) sono infatti stati introdotti rispettivamente come nuovo referente per il Trentino e come eventuale sostituta dello stesso.

Tra gli aggiornamenti nazionali, si sono svolti il report delle attività svolte nel 2016 - nelle quali spicca il meeting europeo di Varsavia in novembre 2016 - e l'annuncio di quelle previste nel 2017, dove speciale rilievo è stato riservato al *Progetto Scuola*, che grazie alla fattiva collaborazione con il Ministero dell'Istruzione assume ora una veste ufficiale e un'operatività concreta.

Di grande stimolo l'intervento a margine del presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**, che ha motivato i giovani partecipanti ribadendo il fatto che essi non rappresentano soltanto il futuro del comparto alberghiero ita-

liano bensì, a tutti gli effetti, il presente. A pochi giorni di distanza è seguito, in seno all'Assemblea per il 70esimo Anniversario di Asat, il debutto ufficiale della Presidente Francesca Braus, giunta ormai al suo sesto mese di mandato.

Nel suo primo discorso davanti a una platea *senior* la guida dei Gat ha parlato di cambio generazionale, individuando i giovani albergatori come sintesi di passato, presente e futuro. La giovane presidente ha sottolineato da un lato l'importanza di incorporare i valori della tradizione, tramandati dai nonni ai genitori fino ai figli e ai nipoti, e dall'altro di saper innovare.

Ha inoltre ricordato come i Gat abbiano l'opportunità di scegliere in maniera libera e consapevole di intraprendere il mestiere di albergatore o al contrario di percorrere altre strade, con la fortuna in entrambi i casi di avere il tempo e le possibilità di ricevere una formazione adeguata.

I Gat attualmente annoverano oltre 70 iscritti e offrono un programma annuale ricco e variegato, che alterna momenti di festa a giornate formative e viaggi-studio (l'ultimo si è tenuto ad Ischgl al termine della stagione invernale) per imparare da chi sa fare di più e meglio. "Un'attenzione particolare - ha concluso la presidente - è riservata allo sviluppo di relazioni inter-associative e con il mondo della politica".



**Studio Giovanelli S.r.l.**

**Sede legale  
e uffici:**

via Guardini n.33,  
38121 Trento (IT)  
Tel 0461 390136

[info@studiogiovanelli.com](mailto:info@studiogiovanelli.com)

Studio Giovanelli integra una serie di partnership e collabora con studi legali, commercialisti, urbanisti e agenzie di mediazione. Andrea Giovanelli, titolare, è laureato in finanza all'Università Bocconi di Milano. Master annuale in Direzione aziendale presso la Bocconi. Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa. Per oltre dieci anni esperto nominato dalla Provincia di Trento in più comitati tecnici consultivi per incentivi. Supera l'esame Consob per l'Albo nazionale dei promotori finanziari. Ha realizzato progetti integrati, oltre che con ASAT (con cui è oggi convenzionato), con Unione Commercio di Trento e di Bolzano, Confesercenti di Trento e Bolzano, Consulente negli ultimi dieci anni di oltre 200 Enti pubblici per programmazione e urbanistica commerciale e studi socio economici.

## Attività consulenziale specialistica di Studio Giovanelli s.r.l. e partners convenzionati in Area "Finanza e investimenti"

**F1**

### **Ricerca e fruizione di contributi ed incentivi**

Studio Giovanelli opera a livello provinciale (LP 6/99, Bandi, altre misure), nazionale e comunitario, verificando le concrete possibilità di accedere ai finanziamenti agevolati e seguendo l'intero iter, dalla domanda alla rendicontazione e liquidazione.

**F2**

### **Ricerca e fruizione di contributi ed incentivi**

Studio ricerca con partners qualificati nuova finanza, nelle diverse forme (surroga e/o stipula di nuovi mutui, aperture a breve, etc), con redazione di tutta la documentazione atta a supportare il Cliente nella presentazione ottimale delle richieste.

Ricerca di partners e investitori per nuovi progetti.

**F3**

### **Valutazioni immobiliari integrate (acquisto o dismissione)**

Studio opera, grazie alla collaborazione con studi tecnici e con lo Studio Legale Marchionni e associati, una valutazione dell'asset atta a supportare il Cliente per l'acquisto o la dismissione. Aree:

- Due Diligence Urbanistica, Immobiliare, Amministrativa
- Due Diligence Legale (verifica atto di provenienza, aggravi tavolo, liti pendenti, necessità di adottare uno strumento di tutela per la dismissione -es: Piano art.67; accordo ristrutturazione art.182 bis/septies L.F.-)
- Due Diligence Economica, Finanziaria, Patrimoniale e Fiscale

**F4**

### **Analisi di fattibilità per l'avvio di nuovi investimenti**

Studio opera verifiche a 360 gradi, con analisi della strumentazione urbanistica, edilizia ed amministrativa, delle normative incidenti, della sostenibilità economica dell'investimento.



⌚ 4' e 25"

✍ Francesca Maffei

Panorami mozzafiato offerti dalla catena del Caucaso

# Georgia 2017

The future of mountain destinations involves Georgia, too. The Caucasian one.



The third Euro-Asian Mountain Resorts Conference, held in Tbilisi from 4th to 7th April 2017, is a major appointment in the agenda of the UNWTO - United Nations World Tourism Organization.

*Innovative strategies for sustainable mountain tourism development* is the theme on which experts from all over the world have exposed their theories, including those coming from countries not usually identified as leisure alpine destinations. One of the universally shared trends is that of substituting the definition of ski resort with the more appropriate mountain resorts, that is to say places operating nearly 12 months a year, especially thanks to an effective promotion of the summer period which sometimes has even turned into the main season.

Believing in the climate change version or not, according to the 2017 edition of the *International Report on Snow and Mountain Tourism* the global number of skiers is decreasing, and therefore under no circumstances the economy of entire areas should depend on weather conditions.

**Marcello Notarianni**, expert for *International Hospitality and Sustainable Tourism* in Nepal, underlines that mountains evoke experiences with deep significance, able to give sense to life by inspiring, transforming and renovating people. As a consequence, entire groups of new travellers can be attracted, such as non-skiers coming from China, India, Middle-East and Iran. These kinds of tourists spend a maximum of two nights with the aim of seeing and touching the snow, or taking a selfie from a panoramic viewpoint, unless you motivate them to extend their stay.

And despite the fact that heli-skiing, able to attract hundreds of fans abroad, is one of those practices prohibited in our region, there are many other complementary activities that play a crucial role in the construction of a complete tourist package. Haitham Mattar, CEO for the Ras Al Khaimah Tourism Development Authority in the U.A.E., fosters the promotion of *The Via Ferrata* as what it really is, that is to say a world's popular attraction, which nevertheless needs a new sales concept. A tourist product with an Italian name that is much more exploited abroad than on the Dolomites, home of the most spectacular trails that can be found on Earth. In this perspective, help is offered by **Makoto Miyata**, partnership development expert for the Tourism Commission of Hakuba Village, in Japan, with the most advanced technologies applied to the mountain environment.

The best choices are those taken on the basis of valid and verified information and

for this reason the economic impact, direct and indirect, generated by tourism on a given area is of paramount importance, but unluckily difficult to obtain in the context of the Italian tourist destinations. Big data analysis is a solution.

What will happen then to the 'old ladies' of the winter tourism, such as Austria, France, Switzerland and Italy, trying to cope with these new aggressive resorts? Besides repositioning their marketing strategies, another opportunity is a 360° consultancy service, in order to identify new models of tourism management and adapting them to a global dimension, pinpointing and assigning roles and responsibilities. New skills must be developed by means of professional training, from the fields of slopes and lifts maintenance to the ones of safety and rescue, and thanks to the building of jobs such as the alpine guides and the introduction of a broader spectrum of regulations. In any case, the actual benchmarks are again in the 'ancient' Europe, with its destination management organizations, entrepreneurial associations, ski-lift companies, natural parks, and its volunteer committees related to big and small events, from sport to folklore. This is how the small Georgia bets on its Gudauri, Bakuriani, Goderdzi and Mestia. Names which were unknown until now in the Western countries, but which will soon become fierce competitors.

## PRESTIGIOSO TRAGUARDO PER L'ALTA FORMAZIONE DI RONCEGNO

LE UNIVERSITÀ SVIZZERE RICONOSCON PARITÀ AL CORSO IN *HOSPITALITY MANAGEMENT*

Le università di *Swiss Education Group*, centro di formazione manageriale alberghiera in Svizzera, hanno riconosciuto la parità formativa al corso biennale di *Hospitality Management* dell'Alta formazione professionale di Roncegno. Grazie ad una *partnership* unica in Italia, sottoscritta dall'Istituto alberghiero trentino con il gruppo elvetico, al termine dei due anni di corso i nostri studenti potranno proseguire gli studi in Svizzera, accedendo direttamente al terzo anno per il conseguimento di una laurea triennale nel settore del turismo, riconosciuta internazionalmente.

A partire dal 2018, gli studenti in possesso del diploma di Tecnico superiore per il Management dell'ospitalità, potranno quindi frequentare un terzo anno di specializzazione presso l'*Hotel Institute* di Montreux, oppure presso l'*International Hotel and Tourism Training Institute Ltd.* di Neuchatel, ottenendo rispettivamente il titolo di *Bachelor of Business Administration Hospitality Management* (riconosciuto dalla Northwood University) o di *Bachelor of Art in International Hospitality and Design Management* (riconosciuto dalla University of Derby (UK).

Questa intesa, oltre a sancire ancora una volta il livello di qualità formativa raggiunto dall'istituto di Roncegno, consentirà agli alunni di accedere a nuove opportunità di carriera, *networking* e sbocchi per la prosecuzione degli studi all'estero. Incrementerà, inoltre, la capacità attrattiva verso potenziali allievi da fuori regione.

Per inviare le segnalazioni di interesse per partecipare alle selezioni basta rivolgersi alla segreteria di corso: [segreteria.afp.mt@gmail.com](mailto:segreteria.afp.mt@gmail.com) - 335.1931568.



# LA FORMAZIONE DI CAT TURISMO

## Il calendario di luglio 2017 dei corsi obbligatori



### 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 è destinato ad altra mansione.

AGGIORNAMENTO QUINQUENNALE.

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

| PRIMAVERA                | ORARIO                     | SEDE           |
|--------------------------|----------------------------|----------------|
| 04/07/2017<br>05/07/2017 | 14.00-18.00                | VAL DI FEMME   |
| 12/07/2017<br>13/07/2017 | 14.00-18.00                | VAL DI FASSA   |
| 17/07/2017               | 09.00-13.00<br>14.00-18.00 | TRENTO         |
| 25/07/2017<br>26/07/2017 | 14.00-18.00                | RIVA DEL GARDA |
| 31/07/2017<br>01/08/2017 | 14.00-18.00                | VAL DI FASSA   |

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

#### CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

| PRIMAVERA                | ORARIO                     | SEDE           |
|--------------------------|----------------------------|----------------|
| 04/07/2017<br>05/07/2017 | 14.00-18.00<br>14.00-16.00 | VAL DI FEMME   |
| 12/07/2017<br>13/07/2017 | 14.00-18.00<br>14.00-16.00 | VAL DI FASSA   |
| 17/07/2017               | 09.00-13.00<br>14.00-16.00 | TRENTO         |
| 25/07/2017<br>26/07/2017 | 14.00-18.00<br>14.00-16.00 | RIVA DEL GARDA |
| 31/07/2017<br>01/08/2017 | 14.00-18.00<br>14.00-16.00 | VAL DI FASSA   |

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

### NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

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

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

### IL SERVIZIO DI CHECK-UP DIRETTAMENTE IN AZIENDA

UN'UTILE VERIFICA SULL'OSSERVANZA DEI PRINCIPALI OBBLIGHI NORMATIVI

Vogliamo ricordare che Asat, per il tramite di CAT Turismo, non offre solo formazione ai suoi associati. Un interessante servizio proposto a tutti gli operatori turistici è quello legato ai check-up aziendali: dai nostri tecnici viene effettuato un sopralluogo direttamente nella struttura, con l'analisi della corretta osservanza dei principali adempimenti obbligatori per l'azienda (cartellonistica da esporre all'interno e all'esterno della struttura, informativa e acquisizione del consenso per l'uso dei cookie internet, documenti e controlli normativi per gli ascensori, adeguamento dei locali di intrattenimento e spettacolo, osservanza delle norme in materia di antincendio, di sicurezza sui posti di lavoro e di legionella, controllo igienico sanitario ed alimentare, altre autorizzazioni o documentazioni).

Si tratta di un'attività propedeutica, ed in tal senso molto utile, per far capire all'imprenditore quali servizi specialistici servano a quella determinata azienda e che poi eventualmente CAT Turismo è in grado di offrire: elaborazione del documento sulla sicurezza in azienda, documenti HACCP, Piano della legionella. Non esitate a richiedere il nostro intervento telefonando al numero 0461/923666 (tasto 5) o tramite mail: [cat-turismo@asat.it](mailto:cat-turismo@asat.it)

SCEGLI DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA,

## LASCIA CHE SIA IL CAT TURISMO A SEGUIRE OBBLIGHI E SCADENZE NORMATIVE AL POSTO TUO

COSÌ POTRAI TORNARE A DEDICARTI A TEMPO PIENO ALLA TUA AZIENDA

CAT TURISMO ha ideato 6 pacchetti completi per seguire la tua azienda. Con un'unica soluzione verrai affiancato per tutti gli obblighi normativi in materia di Sicurezza Ambiente e Igiene, Haccp, Legionella e Piscine.

**CI PENSERANNO I NOSTRI TECNICI A CONTROLLARE LA TUA AZIENDA.**

### CHECK-UP AZIENDALE

(Principali obblighi normativi)



Un sopralluogo direttamente in struttura con check-up dei principali adempimenti obbligatori

### SERVIZIO RSPP ESTERNO



Incarico con 2 sopralluoghi annui e svolgimento di parte dei compiti previsti dall'art. 33 del D.Lgs. 81/08.

### CONTROLLO IGIENE BASE

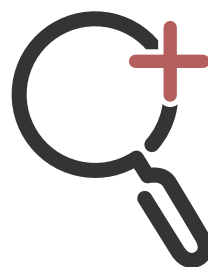
(Haccp, Legionella)



Assistenza HACCP comprensiva di tamponi di superficie e di un prelievo acqua per verificare la presenza di legionella.

### CONTROLLO IGIENE PLUS

(Haccp, Alimenti, Legionella)



Assistenza HACCP che oltre a quanto previsto dal pacchetto base prevede anche un prelievo sugli alimenti.

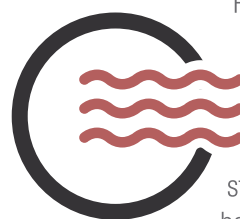
### CONTROLLO TOTALE

(Haccp, Alimenti, Legionella, Piscine)



Assistenza HACCP completa e comprensiva di tamponi di superficie, prelievo acqua, prelievo alimento e controllo delle acque di piscina.

### CONTROLLO PISCINE



Prelievo di campioni per verificare la presenza di coliformi, stafilococchi, streptococchi, carica batterica e legionella.

AFFIDACI LA RESPONSABILITÀ DI SCADENZE E OBBLIGHI NORMATIVI  
Per info e preventivi: **0461-923666** - [cat-turismo@asat.it](mailto:cat-turismo@asat.it)



🕒 4' e 15"

🖋️ Elisa Salvi

I bambini al centro dei progetti estivi in Val di Fassa

# Animazion e video “local” per Ladin Hotel

L'animazion da d'istà per i bec l'é la neva endesfida de *Ladin Hotel*, I projet nasciù del 2010 tel chèder de la colaborazion anter I Comun general de Fascia e i joegn hotelieres fascegn, da na reflescion fata dessema sul valor enjontà che l'identità ladina pel ge dèr a Fascia.

«Te la scontrèdes da d'uton - disc **Sabrina Rasom**, responsabola di Servijes linguistics e culturèi del Comun general de Fascia, che à coordinà I projet enschin dai prumes vèrsc - l'é stat portà dant l'esperienza positiva de l'istà 2016 de *“Marijene - Picoi da Mont”*, la scomenzadiva de animazion da d'istà per i ghesc più picoi, metuda a jir da joegn fascegn. “Marijene” I vegnirà endò endrezà per l'istà che

vegn e I fèsc da didament a la ativitèdes di Comitac manifestazions di paijes con tousc de la val, enjigné per fèr goder i bec te Fascia, ma ence per ge despieghèr I teritorie, la cultura, I lengaz e la tradizions del post».

L Comun general sostegn la formazion di animatores de Marijene col Museo Ladin, olache te doi scontrèdes se ge met dant vèlch un di argomenc prinzipai de la cultura ladina. I joegn amò apede i se troa ence con na psicologa per aer na bona relazion con i bec e con sie pere e sia mère. «I hotelieres, e no demò ic, cree te la calità de chesta proponeta de animazion che per jir inant cogn troèr na forma che carenea, per sosce-



Sabrina Rasom

dèr la curiosità di ghesch tras la proiezion de video (aldò del met e de la modalitè di hotie), che i é stac dopié (per talian e ingleis) e i porta dant ence vèlch percors de “A spas per la Ladinia” con **Fernando Brunel** o la stories de “Sèn Nicolò” e di “Tre Re”.

Chesta l'é la ùltima scomenzadives de Ladin Hotel che te set egn à lurà dò de svalives projec, anter chi l'é stat la traduzion per ladin di sic internet di hotie, la traduzion de menues e rezetes per ladin, la realizazion de dessegnes con gropes de besties desvalives con apede i inomes ladins endrezé dai scoles del Lizeo artich, da ge portèr dant ai picoi ghesch, da encolorir e portèr demez (ence sun file).

«Da na man i Servijes Linguistics del Comun general à fat sia pèrt de coordenadores, I contribut di hotelieres a Ladin Hotel tel temp l se à smendrà. L projet l perfere sc n muie de possibilità, donca ge lascion lèrga a la creatività».

## ANIMAZIONE E VIDEO “LOCAL” PER LADIN HOTEL

L'animazione estiva per i bambini è la nuova frontiera di Ladin Hotel, il progetto nato nel 2010 da una collaborazione fra il Comun general de Fascia e i giovani albergatori Fassani. «Negli incontri autunnali delle sezioni territoriali dell'Asat - spiega Sabrina Rasom, responsabile dei servizi linguistici e culturali del Comun general de Fascia, che coordina il progetto - è stata presentata l'esperienza positiva dell'estate 2016 di “Marijane - Picoi da Mont”, che è nata come animazione estiva per i turisti più piccoli, gestita da giovani Fassani. “Marijane” torna anche quest'estate ed è di grande aiuto alle attività dei comitati dei paesi composti dai ragazzi della valle pensati per far divertire i bambini in vacanza, ma anche per raccontare territorio, cultura, lingua e tradizioni locali».

Il Comun general sostiene la formazione degli animatori di Marijane con il Museo ladino e attraverso incontri con psicologi per rapportarsi correttamente con bambini e genitori. «Gli albergatori, e non solo, credono nella qualità di quest'animazione. Sono anche convinti che sia importante incuriosire gli ospiti tramite la proiezione di video sulla valle, che sono stati doppiati in italiano e inglese. Certo, se i servizi linguistici del Comun general hanno mantenuto il loro ruolo di coordinamento, il contributo degli albergatori a Ladin Hotel si è un po' affievolito nel tempo. Il progetto offre ampie possibilità. Perciò, spazio alla creatività».





# Non costa niente... È Gratis.



Lascia giocare gratis i bambini con gli innovativi giochi touchscreen, e non solo: della linea Kiki. Prodotti che non possono mancare in strutture sempre alla ricerca di nuove forme di intrattenimento per aumentare fidelity e customer satisfaction. I bambini (dai 3 ai 12 anni) si divertono e imparano allo stesso tempo, lasciando più libertà e tranquillità ai genitori. Il Kiki Wall grazie alle dimensioni ridotte è ideale anche per gli spazi contenuti: il Kiki Soccer è un classico mini calcio balilla professionale; l'Educational Panel con i suoi giochi meccanici è l'ideale per i più piccoli. Tutti i prodotti della linea Kiki hanno 2 anni di garanzia e assistenza con tecnici specializzati in zona. Non costa niente e gratis, prova le potenzialità del Kiki Wall per 2 settimane senza impegno nella tua struttura. Al momento della ricezione dovrai semplicemente inserire la spina nella corrente. Contattaci per preventivi e soluzioni personalizzate.

Contattaci

 Replay.Replay • 
  re-play s.r.l. • 
  re-play

www.re-play.biz - info@re-play.biz

# Sostenere la “vendita” del turismo trentino: nasce l’area *Sales Support*

40



Fitto il calendario degli impegni promozionali

Nasce l’area *Sales Support*, con l’obiettivo di aumentare l’incisività commerciale del nostro territorio, facendo conoscere il prodotto turistico agli acquirenti finali, siano essi imprese o consumatori. “Strategia e struttura di questa nuova area di Trentino Marketing - dice **Mirta Valentini**, responsabile dell’area Sales Support - sono pensate anche per elevare il risultato economico delle imprese legate al turismo, direttamente oppure indirettamente. Il che significa, tra il resto, giungere ad un aumento stabile dell’occupazione dei posti letto e della spesa media del turista”.

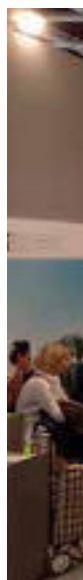
Non solo promozione, perciò. Trentino Marketing impegna risorse ed energia anche nell’elaborazione di strategie ed azioni operative di supporto alla vendita. “In tal senso - spiega Valentini - è fondamentale confrontarsi con il territorio per compiere le scelte più efficaci ed innovative, in maniera da supportare al meglio la commercializzazione dell’offerta degli operatori e delle imprese turistiche trentine”. Per questo tutte le attività vedono Apt, operatori e Trentino Marketing lavorare insieme.

All’interno di questo contesto si inserisce il *Board Commerciale*, l’organo nato nel 2016 in seno a Trentino Marketing con l’obiettivo di rendere il Trentino più incisivo attraverso canali di vendita e partnership strategiche. “Lavorare insieme al territorio - aggiunge - è indispensabile per rafforzare la ‘vendita’ del Trentino su tutti i canali disponibili”.

Anche in questo modo, Trentino Marketing vuole perseguire i macro obiettivi dell’aumento dell’occupazione e dell’incremento di redditività delle aziende turistiche.

Il Board Commerciale è composto dai rappresentanti delle ApT, delle associazioni degli albergatori Asat ed Unat, degli impianti a fune Anef, delle agenzie di viaggi Fiavet.

Ecco i componenti: **Gianni Battaiola** (Mediatourist, Asat), **Francesco Bosco** (Funivie di Campiglio, Anef), **Giancarlo Cescatti** (ApT Madonna di Campiglio - Pinzolo - Val Rendena), **Bruno Felicetti** (ApT Valle di Fiemme), **Nicola Moltrer** (Agenzia viaggi Viaggi Giovani, Fiavet), **Walter Nicolodi** (Union Hotel Canazei, Asat), **Silvio Rigatti** (Aktivhotel Santa Lucia, Ingarda, Unat), **Maurizio Rossini** (Ceo Trentino Marketing), **Nicola Sicher** (Pineta Hotel, Unat), **Lara Toscana** (Eden Hotel, Consorzio Andalo Vacanze, Asat), **Daniela Vecchiato** (ApT Alpe Cimbra), Mirta Valentini (Resp. Sales Support Trentino Marketing).



## Da Trentino Marketing un pacchetto di azioni per favorire imprese e consumatori

L'aumento dell'efficacia della vendita non passa solamente attraverso il confronto con il territorio. La neonata area Sales Support, infatti, agisce anche attraverso lo sviluppo della conoscenza dei canali di distribuzione della vendita, l'analisi dei mercati per Nazioni di provenienza degli ospiti, oppure a seconda delle passioni dei turisti (es. mountain bike, fishing, montagna). Anche fiere e workshop rientrano nelle attività di supporto alla distribuzione del prodotto: il piano d'azione previsto per il 2017 prevede una serie di eventi Business to Consumer (B2C) ed una serie di appuntamenti Business to Business (B2B).

“In tal contesto – dichiara Valentini – diventa essenziale parlare dell'evento *Good Buy Trentino*, il nostro workshop provinciale, ossia l'appuntamento B2B più importante organizzato da Trentino Marketing che si focalizza ad anni alterni sull'offerta invernale e su quella estiva”. Nel 2017 *Good Buy Trentino* si terrà a Madonna di Campiglio dal 14 al 17 settembre, e sarà dedicato alla promozione della stagione estiva 2018. A partecipare saranno oltre 70 Tour operator provenienti da tutta Europa e da Paesi extraeuropei, che incontreranno operatori provenienti da tutto il Trentino appartenenti al settore della ricettività ma anche ai fornitori di servizi ed agli impianti di risalita.

Non va dimenticata l'attività B2C che prevede lo sviluppo e la diffusione di *Feratel* come sistema comune di prenotazione, la diffusione degli strumenti, quali *Trust You* e *H-Benchmark*, indi-

viduati dal sistema Trentino in accordo con le associazioni di categoria Asat e Unat a supporto delle attività commerciali delle strutture ricettive. Ancora, la distribuzione del prodotto trentino su importanti canali di prenotazione, come Trivago, e la diffusione delle offerte e delle disponibilità presenti negli hotel sul portale [www.visittrentino.info](http://www.visittrentino.info).

La *mission* dell'area Sales Support prevede, inoltre, la creazione di partnership o affiliazioni strategiche al fine di aumentare l'appeal verso il Trentino, aprendo nuove possibilità di commercializzazione del 'prodotto'.

“Vanno menzionate - illustra - le collaborazioni con i grandi Tour operator come Tui Uk e Neckermann, con i quali abbiamo in atto collaborazioni per sviluppare e distribuire nuovi prodotti e destinazioni trentine”.

“C'è poi - conclude Valentini - la progettualità legata allo sviluppo della mobilità: a partire dai piani di collaborazione con l'aeroporto di Verona e Venezia per lo sviluppo e l'attivazione dei collegamenti aerei fino a giungere allo sviluppo della mobilità interna con alcuni particolari progetti.

Tra questi ricordiamo il *Fly Ski shuttle*, ovvero il servizio invernale di *transfer* dagli aeroporti del nord Italia verso le località sciistiche, che viene organizzato in collaborazione con le Apt e le associazioni di categoria. Senza scordare le collaborazioni con nuovi player, portando l'esempio del servizio Flixbus che consente viaggi in autobus *low cost* da tutta Italia ed Europa verso le località sciistiche del Trentino”.



foto arch. Trentino Marketing

Nella strategia di Trentino Marketing, fondamentale la presenza sui mercati esteri

# Dubbi GIUGNO 2017

42

## ■ Come gestore di un esercizio di somministrazione di alimenti, sono obbligato a fornire ai miei ospiti il sale iodato?

Di norma il sale da cucina di uso comune è un prodotto raffinato, cioè dal quale sono state tolte tutte le sostanze minerali (quali calcio, iodio, fluoro, manganese ed altri) ed è poi stato addizionato con sostanze sbiancanti e sostanze essiccanti. Il sale iodato è un sale che oltre a essere raffinato con il processo suddetto, è successivamente addizionato con iodio chimico.

Oggi le norme statali finalizzate alla prevenzione del gozzo endemico e di altre patologie da carenza iodica, indicano chiaramente che nell'ambito della ristorazione pubblica (bar e ristoranti) e di quella collettiva (mense e comunità) deve sempre essere messo a disposizione dei consumatori anche il sale arricchito con iodio oltre a quello normale. È altresì consentito anche l'impiego del sale arricchito con iodio quale ingrediente nella preparazione e nella conservazione dei prodotti alimentari.



La cucina si arricchisce con vari tipi di sale

## ■ Nella preparazione degli alimenti nel mio esercizio, posso riutilizzare il pane non somministrato in sala e avanzato per farne pane grattugiato?

Sì, il pane avanzato, non precedentemente servito in sala, senza evidenze di muffe o altre contaminazioni può essere grattugiato per poi essere utilizzato per impanature o preparazioni culinarie previste nei piani di autocontrollo HACCP. A tal fine ci si deve accertare come di consueto della massima pulizia della grattugia e delle adeguate condizioni igieniche in tale operazione. Il pangrattato deve essere poi conservato in contenitori correttamente etichettati e mantenuto per un periodo massimo di un mese.

### Da giugno in vigore il nuovo regolamento urbanistico-edilizio

A partire dal 7 giugno 2017 entrerà in vigore il nuovo Regolamento urbanistico-edilizio proposto dall'assessore provinciale competente **Carlo Daldoss**. L'iter del nuovo impianto normativo, durato più di un anno, è stato seguito dagli uffici Asat che hanno formulato con continuità le osservazioni all'articolo.

Così, su nostra richiesta, facendoci interpreti delle esigenze di riqualificazione degli edifici alberghieri, sono state adottate misure rivolte alla ristrutturazione o alla dismissione di alberghi obsoleti o situati in contesti territoriali divenuti marginali.

È stata inoltre inserita la riduzione del contributo di costruzione, in particolare per le casistiche che ricadono negli interventi di nuova costruzione e grandi ampliamenti.



## CHI SIAMO

L'Ente Bilaterale Turismo del Trentino è un'associazione non riconosciuta e senza finalità di lucro costituito nel 1992 con l'accordo tra Sindacati provinciali dei lavoratori del settore turistico (Filcams-Cgil - Fisascat - Cisl - UILTuCS - Uil) e Associazioni provinciali dei datori di lavoro (ASAT - FAITA - FIAVET - FIPE)



# EBTT

## IL TUO FUTURO NEL TURISMO

### SERVIZI ED OPPORTUNITÀ

#### ► FORMAZIONE

Corsi per migliorare capacità e conoscenze lavorative di crescita professionale nel settore del turismo. Ai dipendenti fissi e stagionali, titolari di aziende della Provincia di Trento in regola con i versamenti all'Ebt, l'Ente propone gratuitamente un'offerta formativa in diverse sedi del Trentino in più aree: linguistica anche con percorsi on line; informatica; cucina; marketing; comunicazione; beverage; servizio sala e piani; conoscenza del territorio, ricevimento e accoglienza.

#### ► INTERVENTI A CARATTERE SOCIALE

- Sostegno al reddito dei lavoratori coinvolti nella sospensione del lavoro (causa ristrutturazioni dell'azienda o calamità naturali)

- Sostegno al reddito dei lavoratori che frequentano corsi di formazione (BORSA DI STUDIO) al raggiungimento di 120 ore di corsi nell'arco di 5 anni.

#### ► SUSSIDI

Per dare un sostegno e un contributo ai dipendenti di aziende del settore del turismo aderenti all'Ente:

- PROTESI DIVERSE (ortopediche, acustiche, oculistiche, ortodontiche)
- PROTESI PER FIGLI (oculistiche, ortodontiche)
- MALATTIA OLTRE IL 180° GIORNO
- CONTRIBUTO A LAVORATRICI MADRI PER ASTENSIONE FACOLTATIVA
- CONTRIBUTO A LAVORATRICI MADRI PER ASTENSIONE FACOLTATIVA A ZERO ORE
- CONGEDO PARENTALE
- SOSTEGNO PER FIGLI DISABILI
- CONTRIBUTO SERVIZIO PRE E POST ORARIO SCUOLA MATERNA



# Da Hotel a **OOOHotel!**

Siti web e portali  
SEO e posizionamento  
Booking online  
Social media marketing

**Il vostro Hotel, inconfondibilmente.**



**OGP Comunicazione, grandi idee per il Turismo.**

**OGP**  
COMUNICAZIONE

Via dell'Ors del Garda, 61 - 38121 TRENTO | T. 0461.1823300 | [info.ogp@ogp.it](mailto:info.ogp@ogp.it) | [ogp.it](http://ogp.it)

l'arte di distinguersi.