

Turismo & Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

06.2021

Anno XLIX

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

DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITIS
FONDAZIONE
UNESCO
SOCIO
SOSTENITORE

LAVORATORI STAGIONALI: È EMERGENZA



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

MANOVRA DI BILANCIO A TRENTO

Punti principali e
proposte dell'Asat

A TRENTO SI «STUDIA» IL TURISMO

Da settembre un corso
universitario ad hoc

PROGETTARE UN HOTEL DA STUDENTI

L'Alta formazione
guarda al futuro

OBIETTIVO SVILUPPO SOSTENIBILE

Nasce Agenda Impresa
Trentina 2030

LAVORARE NEL SETTORE TURISMO

Incontro domanda -
offerta dopo il Covid



Coccola il tuo ospite



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



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

info@plantadesign.com | www.plantadesign.com

Sommario



TEMA DEL MESE

- Stagionali del turismo introvabili pag. 4
- Personale e lavoro nel turismo: caratteristiche e peculiarità pag. 6



VITA ASSOCIATIVA

- Turismo in Trentino: la qualità di filiera è un'opportunità da cogliere pag. 12
- Manovra di bilancio a Trento: ecco i punti principali secondo l'Asat pag. 14
- A Trento si «studia» il turismo pag. 16
- Gli studenti dell'Alta formazione progettano per intero un hotel pag. 20
- Settore turistico, l'Alta formazione è pronta a ripartire pag. 24
- Sviluppo sostenibile: nasce «Agenda Impresa Trentina 2030» pag. 25
- Lavorare nel turismo nell'estate 2021: candidature aperte fino al 15 luglio pag. 26
- Dieci Bandiere Blu per il Trentino pag. 27
- Vignaioli del Trentino: una nuova presidenza per il consorzio pag. 28
- Niche Marketing: sempre di più verso un turismo personalizzato pag. 30



FEDERALBERGHI

- Turismo, la pandemia del lavoro pag. 32



GIOVANI

- Marcello de Risi confermato alla guida del Cnga pag. 34



ECONOMIA E TURISMO

- S.O.S. Turismo pag. 36



LIBRI & TURISMO

- L'eros gastronomico pag. 38



TRENTINO MARKETING

- Il Trentino destinazione ideale per gli smart workers con le «scrivanie con vista» sulle Strade del Vino e dei Sapori pag. 40



NORMATIVE

- Dubbi Giugno 2021 pag. 42

06.2021

Anno XLIX

Chiusura Editoriale 24 giugno 2021
Foto Copertina: Team di lavoro in ambito alberghiero

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 Degasper, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP - OGP srl - Agenzia di Pubblicità

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

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Il futuro post-pandemico è in chiave di sostenibilità

Nonostante le difficoltà delle imprese del settore turistico, in particolare nel reperire collaboratori di cui diamo conto nelle prossime pagine ma anche per qualche segnale contraddittorio nell'andamento delle prenotazioni, la stagione estiva parte con un grande sospiro di sollievo mettendo da parte il periodo nerissimo e lungo ininterrotto dalla fine della scorsa estate.

Per le prenotazioni, che a dire il vero anche negli anni migliori in questo periodo sempre incerte o a rallentatore lo sono state per la montagna, mentre per i laghi e le città andava e va oggi in modo diverso e maggiormente positivo, non c'è motivo di dubitare di una loro accelerazione e della conferma di un ritorno alla normalità. Spingeranno in questa direzione la grande voglia della gente di tornare a vivere con ritmi pieni, il desiderio di incontrarsi e di divertirsi, di ritrovare la propria personale e collettiva libertà. Dobbiamo doverosamente ricordare che la vita e la convivialità ritrovate dovranno essere accompagnate dalla conferma delle prudenziali misure sanitarie che ci garantiranno la normalità anche nei prossimi mesi. Vaccinazione e misure sanitarie sono due strumenti complementari che non ci limitano ma invece accrescono la nostra sicurezza e la libertà ritrovata.

Come sempre accade nelle fasi acute delle crisi economiche, culturali e sociali e in questo caso sanitaria non mancano le riflessioni e i richiami alla necessità di rivedere o almeno di discutere modelli comportamentali singoli o della società che appaiono toccati o addirittura causa delle crisi. Per restare alla crisi pandemica e sanitaria, in molti hanno messo in evidenza che modelli di produzione e di consumo spinti all'eccesso sembrano indicare una stretta correlazione con la nascita e la propagazione di virus e malattie sul pianeta. Non c'è settore economico che non sia chiamato in causa, da quello agricolo a quello industriale, allo stesso turismo. Ognuno di noi è socialmente e personalmente responsabile per la sua parte nel sostenere questo stato di cose o nel cambiarne il verso.

Non si tratta di demonizzare attività produttive o comportamenti, ma di ragionare su come fare per migliorare. Sostenibilità ambientale, economica e sociale, economia circolare ci indicano nuovi obiettivi, vincoli non per procurarci dei fastidi ma per stare meglio e per un benessere più certo e sostanziale. Il turismo con la sua sensibilità ai temi ambientali, all'autenticità, alla qualità dei propri servizi e della propria offerta è in prima linea. Cerchiamo come categoria di tenere i riflettori puntati e il nostro impegno su questi temi. Temi strategici. Non accontentiamoci solo di una bella estate.

direttore Roberto Pallanch

Gli stagionali del turismo sono introvabili

È emergenza per gli albergatori: gli italiani hanno trovato un impiego alternativo e gli stranieri non possono raggiungere l'Italia

🕒 3' e 20"

È emergenza per i lavoratori stagionali. Dopo mesi di stasi, imposta dalle misure per il contenimento del Covid-19, il settore turistico sta riuscendo a ripartire: gli hotel riaprono e le prenotazioni arrivano. Non si trovano, però, lavoratori stagionali da inserire in organico all'interno delle diverse strutture ricettive. Ed il quadro «occupazione», che già era critico prima della pandemia, adesso rischia di diventare un ostacolo insormontabile per gli albergatori. Già, perché agli operatori trentini mancano sia i lavoratori stranieri, in attesa di vaccino e impossibilitati a muoversi a causa del mancato rinnovo del Decreto flussi, sia la manodopera italiana per cui, invece, si sono «aperte» le porte di altri settori lavorativi mentre il turismo era «bloccato» dalle restrizioni Covid (in sostanza i lavoratori alla ricerca di un impiego sono migrati verso altre occupazioni).

«Da mesi - esordisce il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** - la nostra Associazione ripete che il turismo corre il grave rischio di rimanere "a corto" di collaboratori. Il nostro allarme è rimasto inascoltato, e si sta verificando proprio ciò che temevamo. I sostegni alla disoccupazione, tanto attesi dai lavoratori stagionali, non sono arrivati nell'immediato. E per poter sopravvivere gli addetti del turismo hanno trovato nuovi sbocchi lavorativi (soprattutto nel settore manifatturiero), che vanno ad impegnarli anche in questo momento, in cui il nostro settore torna ad avere bisogno di loro».

Dal punto di vista numerico è difficile far di conto: mediamente, nell'arco di un anno, il settore turistico trentino assorbe 15 mila stagionali. La stima è di una carenza di almeno 4 o 5 mila dipendenti per quanto riguarda la stagione estiva che sta per partire. «Come già ho dichiarato più volte prima del verificarsi dell'emergenza occupazionale in atto - spiega Battaiola - era necessario, a tempo debito, pensare a misure di sostegno al reddito ad hoc per i dipendenti stagionali italiani. Proprio loro, che sono una parte fondamentale dell'offerta turistica trentina, sono stati tra le principali "vittime" della pandemia: è venuto a mancare lo stipendio a causa dell'inattività del settore e non hanno ricevuto la cassa integrazione». Era, perciò, necessario un «filo» che tenesse la manodopera legata al turismo.



Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola



Foto pixabay.com

«Purtroppo - dice Battaiola - le imprese alberghiere nulla hanno potuto fare in tal senso. Né dal punto di vista economico, né tanto meno proponendo un'assunzione finalizzata alla successiva richiesta di cassa integrazione da parte dei dipendenti». Diverso il discorso per gli stagionali stranieri. «La mancata approvazione del Decreto flussi - chiarisce il presidente dell'Asat - impedisce al momento l'ingresso in Italia di lavoratori stranieri. Gli unici che potrebbero arrivare nel nostro Paese, in deroga, sono i dipendenti che hanno già ottenuto un visto per la scorsa stagione invernale, mai partita. Ma anche in questo caso c'è un "nodo" da sciogliere: chi di loro ha ricevuto la prima dose del vaccino in patria, è in attesa di avere anche la seconda prima di partire per lavoro. Vorremmo avere l'opportunità di poterli vaccinare qui in Italia, ma al momento non abbiamo risposte in merito».

«Anche l'Alto Adige non è esente da questo tipo di problematica», precisa Battaiola: «Se da noi mancano circa 5.000 stagionali, i nostri "vicini" sono in cerca, stimiamo, di 6.000 collaboratori. Il periodo di lockdown ha, infatti, spinto molti lavoratori a cercare un'alternativa professionale.

Non ritengo vero, quindi, che l'assenza di contratto territoriale integrativo (in Trentino non c'è, mentre in Alto Adige sì) sia la causa delle difficoltà nella ricerca di personale per le imprese alberghiere e dei pubblici esercizi del Trentino. In questo caso l'erba del vicino sembra sempre più verde: se i sindacati affermano che grazie al contratto integrativo i problemi di reperimento manodopera in Alto Adige sono risolti, questo fatto alla nostra Associazione non risulta. I colleghi albergatori dell'Alto Adige non si dichiarano soddisfatti in tal senso, anzi. E questo problema di ricerca di personale stagionale per il turismo esiste a livello nazionale: nelle città d'arte, in montagna, al mare».

Da qualche settimana, poi, in Trentino è ripartita l'iniziativa guidata dall'Agenzia del lavoro e volta a far incontrare domanda ed offerta in ambito turistico (vedi pagina 26). In collaborazione con Asat, Confesercenti, Confcommercio, Ente bilaterale del turismo, Cigl, Cisl e Uil, l'Agenzia del lavoro ha avviato una raccolta di candidature al fine di reperire ed individuare persone interessate a lavorare nel settore turistico durante la prossima stagione estiva. Dal canto loro, gli operatori turistici potranno attingere da tali liste al fine di assumere il personale di cui sono carenti.

Personale e lavoro nel turismo: caratteristiche e peculiarità

L'Ispat approfondisce il tema dell'occupazione e produce uno studio dettagliato

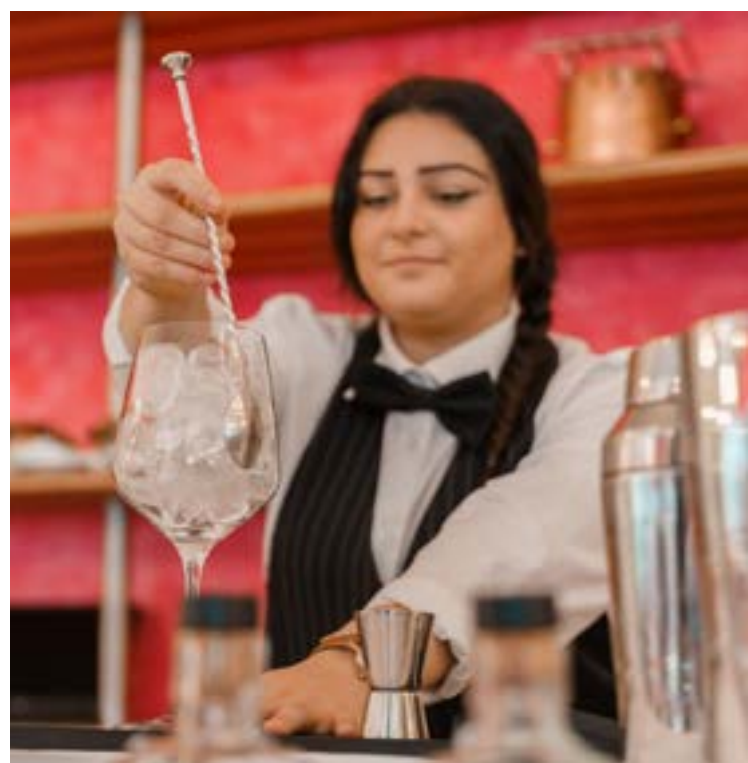
🕒 10' e 30"

In Trentino più della metà dei lavoratori nel settore del turismo risiede sul territorio (circa il 60%), anche se buona parte dei dipendenti non sono autoctoni. E la manodopera è in prevalenza di origine straniera: si tratta del 36%, in crescita rispetto a quanto osservato circa dieci anni fa (22,2%). Nonostante il carattere stagionale del settore ricettivo l'attività alberghiera si caratterizza per una certa stabilità del personale: tra il lavoro del titolare e dei familiari e l'impiego di personale già presente negli anni precedenti, la quota dei «lavoratori stabili» si aggira attorno al 60%. Il turnover di una parte dei dipendenti è fisiologico e risulta più elevato per le attività meno specialistiche.

La ricerca di personale, poi, viene effettuata principalmente in base alle conoscenze personali. Conta molto, perciò, l'aspetto fiduciario e, indirettamente, la prossimità culturale e geografica del personale ricercato. Se dieci anni fa la mancanza di personale qualificato era un problema particolarmente sentito, oggi l'offerta di lavoratori qualificati si è intensificata. Il livello di istruzione (sia generale sia specifico) nell'ambito turistico è elevato, anche se esistono ancora margini di miglioramento: più del 50% dei lavoratori ha una formazione specificamente turistica. Gli imprenditori alberghieri attuano costantemente (nel 92% dei casi) azioni volte a migliorare le competenze e l'operato dei propri

dipendenti, in circa la metà dei casi seguendoli personalmente e/o facendoli seguire da personale più esperto. E il 64% di loro considera l'assunzione di lavoratori qualificati come una sicurezza per mantenere gli standard di qualità della propria struttura, sebbene per un titolare su cinque risulti difficoltoso reperirli.

È quanto emerge da un'analisi dell'Ispat sul sistema dell'offerta alberghiera con approfondimento sul tema dell'occupazione, in parte utilizzando dati raccolti con il censimento sull'imprenditoria alberghiera e in parte utilizzando i dati delle Comunicazioni obbligatorie del Ministero del lavoro e delle politiche sociali. Il presente studio è stato reso noto a luglio 2020 e quindi comprende solo marginalmente gli effetti del Covid-19 sul mondo del lavoro nel settore ricettivo.



Giovane collaboratrice addetta all'area bar

L'occupazione dipendente negli alberghi trentini

Il comparto alberghiero assorbe, in Trentino, circa 10mila persone tra titolari e dipendenti. Il 70% del personale è dipendente. Nel settore la richiesta di personale è caratterizzata da una forte stagionalità e flessibilità. E questo influenza le caratteristiche demografiche del personale e quelle contrattuali. Il forte ricambio di personale è legato alla bassa selettività d'accesso alle mansioni richieste.

Il settore alberghiero coinvolge una popolazione lavorativa abbastanza giovane: il 56% dei lavoratori ha meno di 40 anni e il 32% meno di 30 anni. Il lavoro negli alberghi è in prevalenza femminile (56,9%). Per quanto riguarda il tipo di attività svolta, le aree cucina, ristorante e reception assorbono in misura maggiore i giovani under 30. Mentre il riordino delle camere coinvolge prevalentemente lavoratori adulti. La direzione d'albergo coinvolge per lo più dipendenti ultrasessantenni (16%), che sono più marginali nelle altre mansioni. Tra i giovanissimi (under 19), invece, spicca l'impiego in cucina (6,5%), dove si indirizza chi proviene dalla formazione professionale. Nel complesso le donne hanno una presenza importante in quasi tutte le attività del settore (riordino camere, area reception e cura della persona). Mentre la presenza maschile è nettamente superiore nelle funzioni dirigenziali ed anche nell'area cucina dove gli uomini rappresentano quasi l'80% del personale.

I contratti dei dipendenti sono prevalentemente a tempo determinato (82,8%). Nel 7,4% dei casi viene usata la forma di lavoro intermittente. Gli apprendisti sono il 5,8% del totale. Tuttavia, negli ambiti in cui risultano importanti la continuità e la qualità dell'attività svolta si osserva una quota più consistente di contratti a tempo indeterminato. Il tempo pieno interessa l'82,8% dei dipendenti: il ricorso al part-time è abbastanza contenuto e si concentra nel riordino camere.

La manodopera alberghiera proviene per il 60% da persone residenti in Trentino, con una predominanza nella direzione d'albergo e nel riordino camere. La necessità di personale viene soddisfatta ricorrendo in larga misura anche a personale non residente in provincia. Significativa la quota di lavoratori stranieri (mediamente il 36%), che nell'area cucina sfiora il 57%.



Un cuoco al lavoro in cucina

Modalità di reperimento e professionalità dei dipendenti

La qualità delle strutture ricettive si basa sulla professionalità di chi opera direttamente e indirettamente per soddisfare il turista. Le modalità di reperimento del personale diventano, perciò, un fattore strategico per garantire i servizi offerti. Importante l'aspetto formativo, sia teorico o pratico sia legato all'esperienza.

Direttore d'albergo. In Trentino l'attività di direzione viene svolta dal proprietario o dai familiari nell'88,5% degli alberghi a 1-2 stelle, mentre nelle categorie superiori le percentuali scendono (78,1% nei 3 stelle e 54,4% nei 4-5 stelle). Il ricorso a personale esterno è frequente negli hotel con almeno 4 stelle. Trovare personale di fiducia e al contempo preparato è fondamentale per il successo dell'attività di impresa. La direzione è affidata a personale con un'esperienza pregressa nella struttura nel 73% dei casi. Segno che l'albergatore, che può contare sulla professionalità di un manager, cerca di fidelizzare il rapporto lavorativo nel tempo. Non si osservano particolari variazioni in funzione della categoria alberghiera. La complessità del ruolo si rispecchia nella formazione richiesta per tale figura: mediamente (sulle diverse categorie di hotel) il 67,1% del personale direttivo presenta una specifica formazione turistica.



Preparazione della sala ristorante per gli ospiti

Area reception. In un caso su due il receptionist negli alberghi trentini è un'attività direttamente svolta dal titolare o da un familiare o socio. Le percentuali cambiano molto nelle strutture con 4 o più stelle, dove ci si affida maggiormente a personale esterno con esperienza, già impiegato in precedenza (nel 48,5% dei casi) o attraverso conoscenze personali (14,3%). Negli alberghi di medio-bassa categoria, invece, questa mansione viene svolta prevalentemente dal proprietario o dai familiari (83,3% dei casi per alberghi a 1-2 stelle e 61,1% dei casi per i 3 stelle). L'esperienza pregressa è molto importante: mediamente nel 66% dei casi gli albergatori assumono personale che ha già lavorato presso la loro struttura (ciò accade per lo più negli alberghi di categoria più bassa). L'esperienza lavorativa acquisita nel settore turistico si conferma un fattore rilevante in tutte le categorie di hotel. Complessivamente, il personale con una specifica formazione turistica è presente in percentuali molto elevate in tutte le categorie (dal 51,6% degli 1-2 stelle al 70,4% degli alberghi di categoria superiore).

Riordino camere. Gli albergatori trentini, senza grandi distinzioni fra categorie, preferiscono affidare tale mansione a personale già impiegato o conosciuto (nel 73% circa dei casi). Limitato è il ricorso a personale proposto dai Centri per l'impiego o che si propone tramite autocandidatura. Per queste mansioni collaborano molto meno frequentemente il titolare e i suoi familiari. Il maggior

coinvolgimento del titolare e dei familiari si osserva nelle strutture con 1 o 2 stelle. Nonostante si tratti di attività non specialistiche che non richiedono preparazione specifica viene preferita l'assunzione di personale con esperienza, specialmente di personale con cui si è già avuto modo di lavorare in precedenza (66%). Non si osserva variabilità tra le diverse categorie, fatta eccezione per le strutture a 1-2 stelle che assumono nel 10% dei casi anche personale di cui non conoscono l'attività svolta in precedenza. Meno del 50% del personale adibito all'area piani è in possesso di una formazione specifica: la formazione scolastica mirata non è caratteristica discriminante in fase di assunzione.

Area cucina-ristorazione. Escludendo gli alberghi dove non è presente il servizio ristorazione, che nelle strutture a 1-2 stelle rappresenta il 20,3% dell'offerta complessiva, vi è in generale la chiara consapevolezza della centralità di tale offerta. Gli albergatori trentini si affidano per lo più a personale con cui hanno già avuto rapporti lavorativi (nel 34,8% dei casi ci hanno lavorato assieme e nel 15,3% dei casi ne conoscono le capacità lavorative). La cucina che coinvolge direttamente il titolare o i suoi familiari è un fenomeno comunque frequente: mediamente si ritrova nel 28% degli hotel, ma raggiunge picchi piuttosto elevati nelle strutture con meno di 4 stelle (45,1% negli hotel con 1.2 stelle e 25,5% in quelli a 3 stelle), mentre non supera il 6,9% negli hotel qualitativamente più elevati.

ti. In queste strutture oltre il 53% del personale di cucina è esterno e ha avuto precedenti esperienze lavorative presso la struttura, percentuale che scende al 18% negli hotel di categoria inferiore. Il 94,4% del personale di cucina possiede esperienze pregresse nelle medesime mansioni, spesso all'interno della stessa struttura (69%). Emerge una bassa propensione ad affidarsi a personale privo di esperienza nel settore (2,7% negli 1-2 stelle, 0,9% nei 3 stelle e 0,5% nei 4-5 stelle). L'area cucina è anche l'ambito in cui la formazione e l'esperienza costituiscono aspetti fondamentali nella selezione del personale. Mediamente il 72,4% possiede una formazione alberghiera (il 78,7% per le strutture di categoria più elevata).

Sala ristorante e area bar. Vi è una differenza significativa tra le diverse categorie di alberghi rispetto alla tipologia del personale impiegato. Negli alberghi a 1-2 stelle questa mansione viene effettuata per il 40,1% dei casi dai familiari dell'albergatore. Questa percentuale cala al 14,3% nelle strutture a 3 stelle e al 3% negli hotel di categoria superiore. All'aumentare della categoria, poi, aumenta la quota dei dipendenti e del personale con esperienza maturata all'interno della stessa struttura (dal 23,4% degli hotel con meno stelle al 54,7% degli hotel più stellati). Riguardo all'esperienza, oltre il 90% ha già svolto questa attività, in prevalenza nella medesima struttura. Significativa risulta la formazione specifica del personale. All'aumentare della categoria alberghiera aumenta l'esigenza di personale qualificato e opportunamente formato. Negli alberghi con 1-2 stelle l'albergatore dichiara di non conoscere la formazione dei dipendenti nel 24,6% dei casi.

Formazione, tradizione e provenienza dell'imprenditore alberghiero

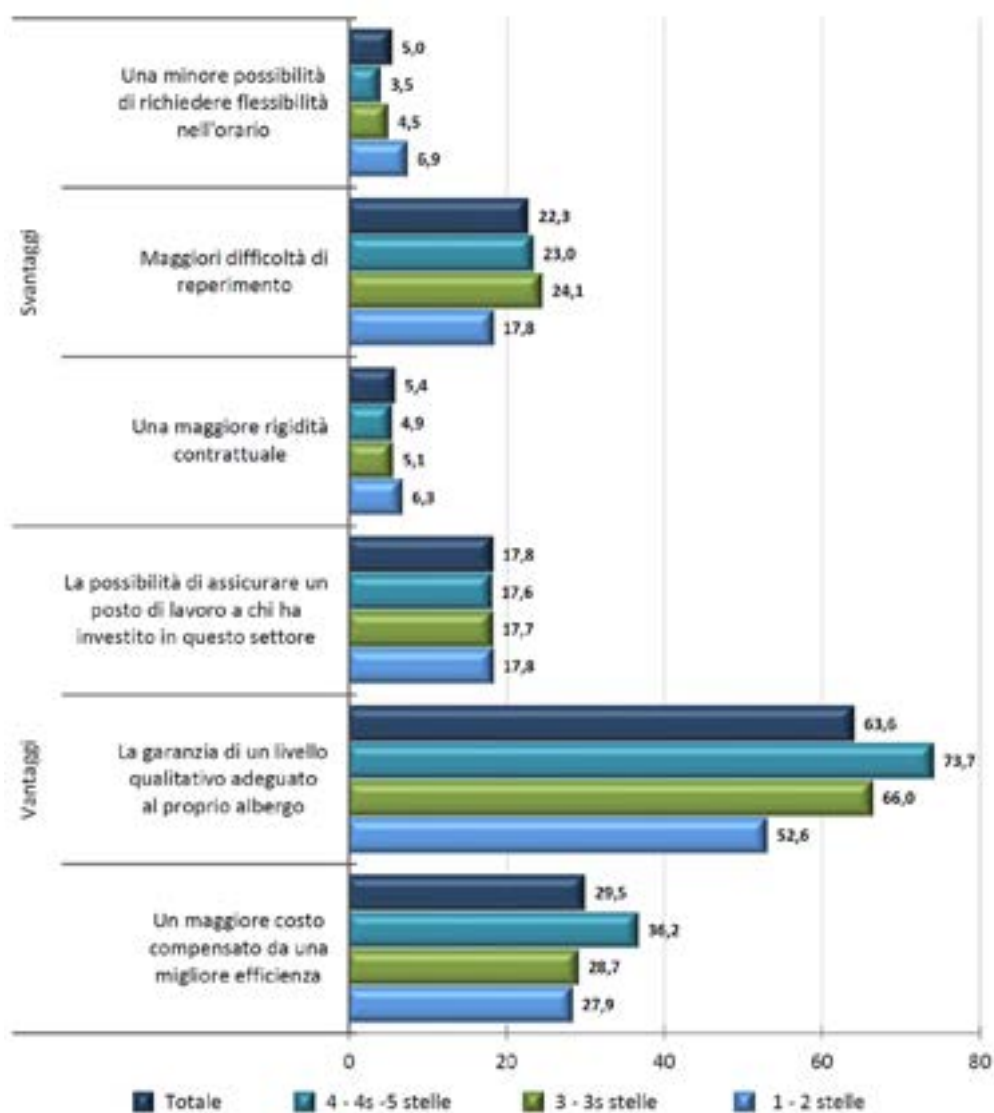
Il ruolo del titolare e dei familiari è centrale nella conduzione dell'impresa alberghiera: l'87% degli imprenditori gestisce l'attività in maniera diretta o con l'aiuto della famiglia. Circa l'80% degli albergatori è di origine trentina e non si osservano differenze significative tra le diverse categorie alberghiere. La parte rimanente è costituita da imprenditori provenienti da altri contesti territoriali anche se in gran parte risiedono in provincia da oltre 30 anni (8,8%). Quindi, ben il 93% degli imprenditori alberghieri risiede sul nostro territorio.

Riguardo al percorso formativo dei titolari emerge una differenza significativa nel grado di scolarizzazione degli imprenditori rispetto alle diverse categorie. All'aumentare della categoria alberghiera cresce anche il livello d'istruzione del management. Mediamente il 12,8% dei titolari possiede una laurea. Per un terzo degli imprenditori trentini si osserva una buona specializzazione in campo turistico mentre la quota preponderante è rappresentata da un grado di istruzione superiore generico. Negli alberghi ad 1-2 stelle circa il 25% degli albergatori possiede solamente la licenza media, circa il 33,3% una formazione professionale specifica, mentre il 31,1% possiede almeno un diploma di scuola superiore. Negli alberghi a 3 stelle e 3 stelle superior il 41,5% possiede un diploma di scuola superiore o un'istruzione professionale ad indirizzo turistico di 5 anni), e i possessori della licenza media si riducono al 16,2%. Per i 4-5 stelle gli albergatori con un diploma di scuola superiore sono il 40,6% del totale, mentre il numero degli imprenditori laureati rappresenta il 22,6% del management.

Importante anche la formazione «sul campo» acquisita con l'esperienza pregressa. In questo caso non si rilevano differenze significative rispetto alle diverse categorie alberghiere. A livello provinciale il 39,2% ha dichiarato di aver sempre fatto l'albergatore, mentre il 22,5% di aver collaborato attivamente nell'albergo di famiglia prima di assumerne la direzione. Maggiore tradizione familiare si osserva per gli hotel a 1-2 stelle (26,2%). Circa il 16,5% del totale ha dichiarato di aver lavorato come dipendente in albergo, e il 21,8% non aveva alcuna esperienza alberghiera pregressa nel settore.



Accoglienza alla reception



Azioni messe in atto dall'imprenditore alberghiero per migliorare la professionalità del proprio personale (valori percentuali)

Foto ISPAT www.statistica.provincia.tn.it

A livello provinciale circa il 17,8% degli albergatori gestisce più di un albergo o strutture ricettive extralberghiere, non strettamente nella sola provincia di Trento. Ciò vale in modo più significativo per i proprietari di alberghi a 4-5 stelle (30,7%). Scendendo di categoria le percentuali diminuiscono (il 18% per i 3 stelle e il 10% degli 1-2 stelle gestisce un'altra struttura ricettiva). Nessun albergatore gestisce strutture all'estero. Valori simili si osservano nella gestione di altre attività non a carattere ricettivo: l'80% degli albergatori lavora unicamente nel settore alberghiero o extralberghiero. Chi gestisce altre attività è titolare di pubblici esercizi (8,2%), di negozi (2,3%), di impianti sportivi o attività ricreative, culturali o sportive (3,1%), di immobili (1,4%).

■ L'atteggiamento dell'imprenditore rispetto alla professionalità del proprio personale

Gli albergatori trentini preferiscono l'assunzione di personale di fiducia e qualitativamente preparato valorizzando il percorso formativo e l'esperienza pregressi. L'attivazione di un circolo virtuoso da parte degli albergatori per assicurare alla propria struttura personale con conoscenze ed abilità operative sempre più elevate è riconoscibile anche dal fatto che il 92% degli imprenditori dichiara di aver messo in atto azioni mirate allo scopo. Ciò vale, seppure con intensità differenti, sia nelle strutture di categoria minore sia negli hotel di categoria superiore.

La metà degli imprenditori osserva attentamente l'operato del proprio personale, consigliandolo o riprendendolo opportunamente; una quota analoga di titolari ricorre all'affiancamento con personale più esperto. Circa un terzo degli imprenditori attua altre buone prassi, formando il proprio personale in ingresso e/o discutendo periodicamente in

modo congiunto gli aspetti lavorativi che sono risultati più problematici. Nel 30% dei casi i dipendenti che non raggiungono buoni risultati vengono sostituiti da lavoratori più esperti. In generale, più aumenta il livello qualitativo dell'albergo, più il management si impegna a valorizzare il proprio organico. L'attenzione e l'investimento sempre maggiori dedicati per selezionare e formare il proprio personale conferma la necessità sempre più sentita di incrementare gli standard qualitativi in un comparto che sta divenendo sempre più competitivo. Il 64% degli albergatori considera un punto di forza avere personale con qualifiche coerenti rispetto ai servizi offerti. Per circa un terzo degli imprenditori assumere personale qualificato comporta un maggior costo, che però viene compensato da una migliore efficienza produttiva. Il 18% dei titolari ritiene corretto che la professionalità acquisita nel settore turistico venga valorizzata attraverso il riconoscimento di un adeguato posto di lavoro. In generale, l'assunzione di personale specializzato risulta essere vantaggiosa anche se in un caso su cinque gli imprenditori lamentano difficoltà nel reperire personale adeguato.



Una cameriera ai piani impegnata nella sua attività

PERCHÈ SCEGLIERE UN HOTEL TV ?

- HOTEL MENU (multilingua):
- 15 template personalizzabili
- Link ad attrazioni turistiche locali eventi ecc.
- Screen mirroring da tablet o smartphone
- Lista canali TV nazionali e internazionali aggiornabile da remoto
- 3 anni di garanzia con assistenza in Hotel
- Tutto programmabile da PC - Server - Cloud

Hotel TV
SAMSUNG

Switch off
nuovo sistema digitale terrestre DVB-T2

SCREENLINE
the screen makes the difference

HOTEL TV – ALTA GAMMA SAMSUNG

INSTALLAZIONE COMPLETA
CHIAVI IN MANO

FORMAZIONE AL PERSONALE
IN HOTEL DA TECNICO SAMSUNG



screenline.it
T. 0464.830003
info@screenline.it

Turismo in Trentino: la qualità di filiera è un'opportunità da cogliere

La sfida del futuro: servizi eccellenti e accoglienza impeccabile, anche attraverso una rivalutazione della professione nel settore

🕒 3' e 20"

👤 Sergio Chiesa, ex presidente dell'Asat ed albergatore in pensione, e Andrea Borlotti, operatore turistico

Qual è oggi il ruolo dell'impresa alberghiera nel sistema economico trentino e nazionale? *Quale ruolo deve giocare?* Un tempo si diceva che senza alberghi non c'è turismo! Oggi ci sono molte tipologie ricettive alternative, diverse e integrative rispetto a quella alberghiera classica, le quali permettono a tutti i potenziali turisti di andare in vacanza trovando la sistemazione più consona, sia da un punto di vista di esigenze e gusti personali, sia per imprescindibili vincoli economici. Giusto ed ovvio che sia così: *il turismo è diventato di massa* e tutte le scelte strategiche e politiche degli ultimi 25 anni hanno favorito e stimolato questo fenomeno.

Ciò non toglie che l'albergo sia (ed è destinato a restare tale) un'attività produttiva a servizio dell'ospitalità, che è indispensabile per una località turistica. In questo lungo periodo di pandemia da Covid-19, con le chiusure imposte dai vari decreti emergenza e, soprattutto, dal blocco quasi totale dei flussi turistici, tutti hanno potuto meglio comprendere l'importanza che il sistema alberghiero e ristorativo rivestono per l'economia locale e nazionale. Quello dell'ospitalità è stato di fatto il settore economico più colpito da una crisi senza precedenti. Questo ha fatto emergere l'importanza del turismo presso la maggior parte dell'opinione pubblica e, in particolare, della politica che ci governa. Dopo anni, *la pandemia ha reso in qualche modo giustizia al turismo*. Ora tutti capiscono meglio quale sia l'importanza dell'industria turistica e non solo a livello nazionale, ma su scala mondiale (tutta la filiera turistica nel suo insieme contribuisce almeno al 15% del Pil mondiale, non dimentichiamocelo).

La Provincia ha pensato giustamente alla *riforma della promozione turistica* provinciale e territoriale con l'obiettivo di migliorare e rendere più incisive le strutture delle ApT ed adeguarle ai nostri



Sergio Chiesa, past president dell'Asat

giorni, sfruttando così al meglio le potenzialità di internet e del digitale. Ci si pone ora un *interrogativo*: l'azienda «hotel» non ha forse anch'essa bisogno di aggiornamento e ammodernamento? E con quali modalità ed obiettivi? Avendo investito tanto nel marketing turistico e potenziato in modo significativo il brand Trentino, attraverso la società provinciale, si dovrebbe ora investire proporzionalmente nelle aziende alberghiere in modo da garantire agli ospiti, dopo la diffusa pubblicità che li sta «convincendo» a soggiornare in Trentino, strutture e servizi adeguati alle aspettative che abbiamo creato, con aziende moderne, smart, accoglienti e, soprattutto, con lavoratori professionali, motivati, adeguatamente preparati e consapevoli del loro ruolo e della «mission» del settore in cui operano.

Non più precariato nel lavoro alberghiero ma professionalità. Per raggiungere questi obiettivi è necessario far comprendere agli interessati la dignità del servizio alberghiero, le soddisfazioni enormi che essa può procurare. Questa professione è assolutamente paragonabile ad altri servizi, quali quello ospedaliero o delle residenze per le fasce più deboli dove la *persona* è sempre al centro. L'attenzione alla persona, alle sue esigenze quale fondamento del lavoro; cosa c'è di più dignitoso, onorevole e motivazionale? Si dovrebbe, dunque, rivedere il sistema della *formazione professionale*, formare in modo nuovo e completo il management alberghiero, favorire processi virtuosi che, sempre nel rispetto delle norme, agevolino l'allentamento della burocrazia e possano premiare gli addetti meritevoli.

In sintesi: investire, da una parte, nella struttura immobiliare, nei servizi all'ospite, adeguandoli ai tempi e, dall'altra, potenziare le risorse umane, dando loro motivazioni, strumenti, obiettivi, una visione per il futuro. Garantire agli ospiti che sceglieranno il Trentino come meta delle loro vacanze un territorio ricco di bellezze naturali, ambientali, culturali, sportive ed enogastronomiche, ma anche *servizi di qualità ed impeccabile accoglienza*, sarà la grande sfida del presente e prossimo futuro. La parte «touch» del servizio fa sempre la differenza, non dimentichiamocelo.

Ultima, ma fondamentale, criticità da affrontare: *proprietà e «governance» dell'Hotel*. La maggior parte degli hotel trentini (ed italiani in genere) sono di piccole/medie dimensioni, definiamoli a conduzione familiare. Questo li espone ad alcune criticità, come continuità e stabilità nel tempo. Le nuove generazioni che stanno subentrando hanno, e pretendono, stili e abitudini di vita più attuali, più tempo libero per i propri interessi, una diversa propensione al sacrificio e alla «fatica», una diversa modalità di vivere e di godere la famiglia. Stanno aumentando in modo preoccupante gli hotel in vendita, e questo è un segnale di preoccupazione. La Provincia, la politica provinciale, le associazioni di categoria dovranno presidiare e governare con attenzione e lungimiranza questi processi in atto; l'economia alberghiera è un «asset» troppo importante nella lunga filiera turistica provinciale, crea valore aggiunto, è volano di ricchezza e lavoro: va tutelata e sostenuta.



Foto visitrentino.it

Manovra di bilancio a Trento: ecco i punti principali secondo l'Asat

Risale a inizio giugno l'incontro tra l'amministrazione e il Coordinamento provinciale imprenditori

🕒 2' e 30"



Piazza Duomo a Trento

Una stazione ferroviaria moderna e rinnovata, dai canoni qualitativi di alto livello. Magari prevedendo l'interramento ferroviario cittadino. Di grande importanza anche la funivia di collegamento tra il Monte Bondone e la città, importante «anello di congiunzione» tra la montagna e le ricchezze culturali presenti a valle. Senza scordare un adeguato e condiviso Piano di politica turistica ed un'efficace e multilingue comunicazione ai potenziali visitatori.

Sono questi i principali punti che l'Asat ha portato all'attenzione dell'amministrazione comunale del capoluogo. Il Comune di Trento, infatti, all'inizio di giugno ha organizzato un incontro sulla manovra di bilancio del Comune, invitando il Coordinamento provinciale imprenditori in rappresentanza delle categorie imprenditoriali ad indicare le priorità e le tematiche di interesse per le attività economiche.

L'Asat, sentito il presidente della sezione Trento Monte Bondone e valle dei Laghi **Natale Rigotti**, ha individuato gli argomenti di maggiore interesse per la città.

Eccoli di seguito riportati:

■ Promozione del territorio

Aggiornamento del Piano di politica turistica. Per una promozione efficace del territorio è necessario creare un costante confronto tra tutti gli attori coinvolti. Indispensabile che vi sia coerenza tra il piano di marketing turistico, che elaborerà il Comune di Trento, e il piano strategico dell'Apt di ambito di Trento, Monte Bondone, Valle dei Laghi.

Enogastronomia. Valorizzare Palazzo Roccabruna, quale luogo per rilanciare le eccellenze dei prodotti agroalimentari locali, attraverso la promozione e l'organizzazione di eventi sull'enogastronomia. Trento va identificata come capoluogo delle bollicine: il nostro territorio con i vigneti e le cantine di alto livello, in particolare durante il periodo della vendemmia, può richiamare numerosi turisti.

È necessario valorizzare questo grande patrimonio attraverso eventi con ricorrenza annuale.

Comunicazione verso i visitatori. Per essere effettivamente una città turistica è necessario che Trento possa essere visitata in modo agevole anche attraverso una comunicazione efficace. Nell'Unione europea ci sono 24 lingue ufficiali. Non bisogna limitarsi a pubblicizzare e dare le indicazioni sul territorio solo in tre lingue, ma vanno creati cartellonistica, segnaletica e punti informativi che permettano di far conoscere e valorizzare al meglio la città a tutti gli ospiti provenienti dai vari stati esteri.

■ Paesaggio, qualità della vita, e sicurezza

È necessario valorizzare la componente paesaggistica, riscoprire e promuovere le vie, i punti storici e ogni angolo della città, non solo quelli a maggior transito, con un'attenzione all'arredo urbano. La qualità della vita deve posizionarsi su alti livelli, quale indice di benessere della comunità in generale e di quanti frequentano la città, anche attraverso il senso di sicurezza che ospiti e cittadini devono percepire.

■ Opere e infrastrutture

L'Asat segnala l'importanza della realizzazione della funivia di collegamento tra il Monte Bondone - Alpe di Trento e la città, quale importante «anello di congiunzione» tra la montagna e le ricchezze presenti, come il giardino botanico alpino e i centri culturali, enogastronomici del territorio a valle.

La stazione ferroviaria, primo biglietto da visita della città, deve poi ammodernarsi negli spazi e nei servizi con qualità di alto livello. L'interramento della ferrovia è sicuramente un'occasione per ridisegnare una parte rilevante del capoluogo anche in ottica turistica, al pari di altre città europee quali Valencia.

L'area di Piedicastello non deve limitarsi ad essere un grande «parcheggio» ma deve potenziarsi quale quartiere in grado di accogliere grandi eventi, tramite la previsione della realizzazione di uno spazio congressuale. Dal punto di vista turistico è importante dare la possibilità di accedere alla fibra ottica a partire da tutte le strutture.

CUCINA 4.0

- Credito d'imposta**
50% risparmio
del tuo
investimento
- Gestione**
parametri
pannello di
controllo
- Comunicazione**
interattiva fra le
attrezzature e
l'utente
- Gestione**
intelligente
in base ai
consumi

Grandimpianti Noselli opera con successo nel settore della ristorazione da oltre 40 anni. Oggi è in grado di offrire soluzioni per tutta la cucina abilitate all'industria 4.0; dalle macchine per la cottura alla refrigerazione fino alla lavanderia. Potrete così usufruire del credito di imposta del 50% sull'investimento. **Contattateci per avere maggiori informazioni.**



A Trento si «studia» il turismo

Da settembre sarà attivo l'orientamento in Gestione delle imprese turistico-alberghiere. Il progetto nasce da una partnership tra l'Asat e l'Università di Trento

🕒 3' e 30"

A Trento nasce l'orientamento universitario in **Gestione delle imprese turistico-alberghiere**, attivato nell'ambito del corso di laurea in Gestione Aziendale. Il percorso verrà attivato dall'anno accademico 2021/22 e sarà riservato agli studenti ed alle studentesse del terzo anno. Frutto della collaborazione e della sinergia tra l'Asat e l'Università degli studi di Trento, l'orientamento organizzato dal Dipartimento di Economia e Management ha l'obiettivo di creare un profilo di laureato di primo livello con competenze amministrativo-gestionali che lo pongano in grado di avvicinarsi al mondo del lavoro nell'ambito delle imprese turistiche, a partire dal comparto ricettivo ed alberghiero. Per il momento tale orientamento viene attivato in via sperimentale, ma successivamente potrà essere «consolidato», in seguito al riscontro in merito allo stesso, con la creazione di un percorso ad hoc. La partnership tra l'Asat e l'Università di Trento ha validità pari a tre anni accademici, a partire dal 2021/2022, e potrà essere rinnovata alla scadenza.

■ Il nuovo orientamento

L'orientamento in Gestione delle imprese turistico-alberghiere prevede l'insegnamento di «Economia e gestione delle imprese turistiche» e l'insegnamento «Laboratorio di pianificazione finanziaria». Inoltre, già dal primo semestre, sono previste testimonianze e docenze specialistiche condotte in collaborazione con l'Asat, attraverso attività seminariali e laboratoriali proposte da imprenditori, consulenti ed esperti nella gestione delle imprese turistico/alberghiere. Ancora, è previsto un tirocinio in una realtà ospitante individuata in collaborazione con l'Asat, su cui innestare l'elaborazione della prova finale.

Nell'ambito dell'orientamento si prevede, inoltre, di identificare dei corsi di studio in sedi all'estero rivolti al turismo e alle imprese turi-

stiche per lo svolgimento di mobilità Erasmus e di svolgere attività seminariali specialistiche a partecipazione obbligatoria, con raccolta delle presenze per gli studenti iscritti, nelle quali docenti esterni, professionisti o imprenditori del settore propongono temi inerenti gli obiettivi formativi o attività laboratoriali/di gruppo. Prevista anche l'attivazione di viaggi e visite di studio, in collaborazione con l'Asat per l'individuazione di partner locali o nazionali in grado di offrire esperienze formative significative.

■ Obiettivi e finalità

L'obiettivo condiviso dall'Asat e dall'Università di Trento è quello di collaborare attivamente in maniera organica e sistematica allo sviluppo di iniziative mirate al potenziamento della preparazione e delle competenze nell'ambito del settore turistico ed alberghiero. In tal modo, perciò, sarà possibile rafforzare e sviluppare la professionalità nell'ambito delle proprie competenze, formando risorse umane dotate di alte conoscenze e di elevata cultura specialistica.

Grazie al nuovo orientamento universitario sperimentale, l'Asat intende migliorare la qualificazione professionale degli associati e l'istruzione professionale dei dipendenti di aziende turistico-alberghiere. E questo attraverso l'accrescimento delle competenze professionali e delle conoscenze dei propri associati, nella prospettiva di una valorizzazione degli stessi. In particolare l'Associazione, poi, si impegna a offrire ai frequentanti l'orientamento dei seminari specialistici sui diversi temi che attengono alla materia.



UNIVERSITÀ DI TRENTO



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

Inoltre, sarà impegno dell'Associazione fornire supporto nella creazione di una rete di stakeholder/partner operativi a livello locale e in riferimento alle associazioni nazionali di categoria e ad aziende rilevanti nei diversi comparti del settore turistico (ricettività, attrazioni, ristorazione, vettori del trasporto, commerciale, Web&digital), in relazione alle seguenti attività:

- organizzazione di testimonianze in aula;
- attivazione di laboratori didattici/lavori di gruppo;
- organizzazione di visite e viaggi di studio;
- svolgimento di stage/tirocini;
- disponibilità per la stesura di tesi di laurea.

Dal canto suo, l'Università degli studi ritiene importante favorire il trasferimento d'innovazione tecnologica, contribuendo allo sviluppo della competitività e all'aumento dell'occupazione qualificata sul territorio.

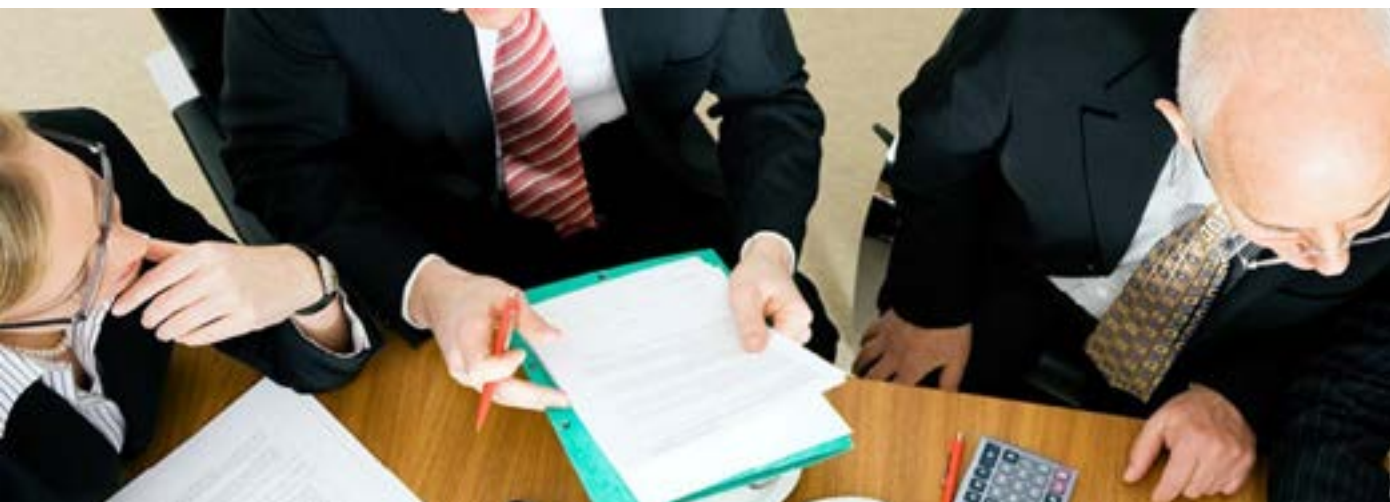




Foto pixabay.com

Una stanza di hotel

Un po' di storia: l'Asat ed il suo impegno per la formazione turistica di livello universitario

Da oltre vent'anni l'Asat è partner dell'Università di Trento. E questo si è tradotto nel sostegno di corsi serali per lavoratori, nel finanziamento di borse di studio per studenti, tesisti, dottorandi, nella formazione su tematiche di turismo sostenibile, marketing territoriale, imprenditorialità e passaggio generazionale di 38 tirocinanti e di 33 tesisti provenienti dalle facoltà di Economia, Lingue per il turismo, Sociologia, Lettere.

L'Asat, inoltre, è invitata dai docenti a progettare e gestire seminari e workshop (in italiano ed inglese) al fine di orientare ed inserire i laureandi e laureati nel mercato del lavoro, anche in partnership con Job Guidance e con Career Day. Da dieci anni, poi, l'Associazione progetta e realizza viaggi studio internazionali in destination management e gestione alberghiera, che comprendono docenze presso università estere, seminari con manager

di industrie alberghiere, turismo e di destinazioni estere, a cui finora hanno partecipato 284 studenti universitari (figli di albergatori) provenienti da Federalberghi Trentino, Valle d'Aosta, Lombardia, Veneto, Lazio. L'Asat è impegnata anche sul fronte dei tirocini aziendali, con disponibilità ad accogliere in tirocinio di Alta formazione gli studenti universitari figli di albergatori che studiano presso le Università di Trento o presso altre università (Iulm, Bocconi, Cattolica, Luiss ed università estere).

L'avviso di selezione è disponibile alla pagina <https://webmagazine.unitn.it/news/economia/95565/presentazione-dell-orientamento-in-gestione-delle-imprese-turistico-alberghiere>. Per essere ammessi alla selezione è necessario compilare la domanda online tramite apposita application (<https://webapps.unitn.it/Apply/it/Web/Home/serv-studenti>).



Ente Bilaterale
Turismo del Trentino

Per un territorio bello fuori qualificato dentro

Foto di Armin Huber

Primavera 2021

70 percorsi di formazione **gratuiti***

TRENTO

- Allergie e intolleranze nel piatto - Cibi tradizionali e cibi innovati
- Booking trattenersi quel 15% in più
- Caffetteria, latte art e coffee drink
- Come realizzare una carta dei vini vincente
- Competitività territoriale, fai la differenza per il tuo cliente
- Coraggiosi nell'essere diversi: un'opportunità al tempo del Covid-19
- Effetto Green tra innovazione e marketing sostenibili
- Erbe, radici e piante officinali
- Gestione e comunicazione con il cliente straniero
- Gestione e creazione dei contenuti per la promozione dell'attività
- Housekeeping base
- Housekeeping Management Avanzato
- Risaltare i punti di forza e i punti deboli nella ricerca del lavoro
- Il CCNL del Turismo e la lettura della propria busta paga
- Il colloquio di lavoro e l'importanza della netiquette
- Il massaggio olistico - base
- Il massaggio olistico (corso avanzato)
- Il Trentino: ambiente, storia, cultura e prodotti
- Individuare e valorizzare le competenze dei collaboratori
- La gestione del reparto sala/bar: magazzino, pricing, menù
- La psicologia del cliente
- Marketing con un budget piccolo e comunicazione attiva
- Mi presento: Curriculum vitae e web reputation
- Pianificare la propria crescita professionale
- Public Speaking
- Riflessologia: l'importanza degli archi plantari nel piede e nell'organismo
- Sintonizzarsi col cliente la comunicazione emozionale e assertiva
- Social Academy/Strategie di interior design per riqualificare l'albergo
- Sviluppo competenze manageriali e analisi della customer satisfaction
- Tour didattico tra valli e prodotti del Trentino
- Utilizzo strategico dei social media

ROVERETO

- I Dolci da viaggio
- Il gelato artigianale nella tradizione Italiana
- Il lato positivo dello stress
- Il Pane nel mondo della ristorazione
- Migliorare le performance dei gruppi di lavoro
- Mondo digitale e strategie di comunicazione per accrescere il business
- Vallagarina: tra gusto e cultura

BESENELLO

- Pesce e frutti di mare in cucina

CALLIANO

- La pizza napoletana Patrimonio dell'umanità - UNESCO
- Mountain Mixology - Dalle Alpi allo shaker cocktails del Trentino

CAVALESE

- La cottura a bassa temperatura delle carni

CLES

- Come adeguarsi ai cambiamenti del mercato turistico
- Golosi primi e secondi piatti della tradizione

COMANO TERME

- Vasocottura - verdure e frutta conservate

FAI DELLA PAGANELLA

- Il Turismo sostenibile
- Secondi piatti e dessert

PERGINE VALSUGANA

- OPEN BAR: percorso completo per la preparazione del barman

PINZOLO

- Prima di tutto...La Reception

POZZA DI FASSA

- Green Housekeeping
- Il Catering: organizzazione e preparazione

PREDAZZO

- Coraggiosi nell'essere diversi: un'opportunità al tempo del Covid-19
- Marketing con un budget piccolo e comunicazione attiva

RIVA DEL GARDA

- Booking: trattenersi quel 15% in più
- Controllo di gestione: misurare e valutare le performance dell'Hotel

VERMIGLIO

- Pasta, riso, zuppe, minestre e vellutate

ON LINE IN VIDEOCONFERENZA

- Anticipare e velocizzare la soluzione dei problemi
- Coraggiosi nell'essere diversi: un'opportunità al tempo del Covid-19
- Il potere della comunicazione empatica
- Il rilancio delle strutture ricettive ai tempi del Covid-19
- Imprese di Famiglia: opportunità e criticità
- Imprese di Famiglia: relazioni, ruoli e responsabilità
- Inglese turistico (livello base)
- Inglese turistico (livello intermedio)
- Le soft skill per rafforzare il proprio ruolo professionale
- L'italiano per lavorare nel settore del turismo
- Marketing con un budget piccolo e comunicazione attiva
- Marketing per i campeggi
- Menù Tales: raccontare di sé attraverso le pietanze

I corsi programmati in aula verranno effettuati solamente se le normative e le disposizioni anti COVID-19 lo permetteranno. In caso contrario si cercherà di convertirli e adattarli in modalità on line

Per maggiori informazioni ritira questo libretto da:
sede Ebt, sindacati, associazioni datoriali, centri per l'impiego
oppure visita il nostro sito: www.ebt-trentino.it

*I corsi sono **GRATUITI** e rivolti a chi opera in qualità di dipendente, collaboratore familiare, titolare o socio di aziende del settore turistico della provincia di Trento la cui azienda risulti in regola con i versamenti al nostro ente.

Se lavori nel **TU**rismo al centro delle nostre attenzioni ci sei **TU**

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



Gli studenti dell'Alta formazione progettano per intero un hotel

Un importante banco di prova per il futuro professionale

🕒 8' e 00"

Progettare una struttura ricettiva innovativa, moderna e sostenibile sul territorio trentino, nel rispetto di tutte le norme del settore e, quindi, rispondenti ai requisiti della legge provinciale di ricettività turistica (Legge provinciale 7/2002) e a tutte le altre disposizioni normative, compresa la privacy. È questo l'iter portato a termine con successo dagli studenti dell'Alta formazione professionale dei corsi «Tecnico Superiore per il Management dell'Ospitalità» a Roncigno Terme e «Tecnico Superiore per la gestione di strutture del Benessere» a Rovereto, coadiuvati e guidati da **Laura Licati** dell'Ufficio normative dell'Asat nella veste di docente.

I giovani sono stati suddivisi in gruppi e chiamati a valutare tutti gli aspetti rilevanti nella progettazione di una struttura ricettiva: dalle normative al numero di stanze, dai servizi strutturali ai pacchetti turistici, dal collegamento con l'offerta al territorio ai marchi di prodotto e prodotti agroalimentari.

Forte e radicato il collegamento degli alberghi progettati con l'ambiente circostante. Assicurata anche l'accessibilità a tutti gli ospiti, anche diversamente abili.

Di seguito gli studenti coinvolti nel progetto hanno raccontato la loro esperienza formativa.

Riccardo Pucciatti, Claudia De Nardi, Giacomo Bettucchi, Antonia Marchiori, Anna Carlotta Galler:

«Abbiamo pensato di creare un hotel che fosse a minor impatto ambientale possibile, che offrisse la possibilità di fare un'indimenticabile esperienza a contatto con il territorio circostante. Abbiamo scelto di ubicare la struttura in val di Rabbi, in Val di Sole, che offre svariate possibilità di attività e di svago. L'**Hotel Domus Alpina**, una struttura quattro stelle, è stato progettato con lo scopo di valorizzare i materiali e i prodotti salutistici che il territorio può offrire: dal cibo al legno, fino ad arrivare ai trattamenti e cosmesi per quanto riguarda la zona Spa.

I parametri strutturali e la planimetria delle varie camere e aree comuni sono stati studiati secondo il Regolamento esecutivo della legge provinciale 15 maggio 2002, che disciplina gli esercizi alberghieri ed extra-alberghieri e la promozione della qualità della ricettività turistica. La parte più difficile di questo progetto è stata lo studio della legislazione. Scoprire che ogni aspetto (estetica, decisione strutturale e collocazione) di qualsiasi struttura ricettiva è vincolato e definito da precise leggi e norme da seguire ci ha fatto capire come il mondo del turismo sia complesso e richieda strumenti e conoscenze per soddisfare i requisiti necessari al fine di evitare sanzioni o problematicità e di valorizzare al meglio il proprio territorio e tutto ciò che esso offre. Il lavoro in





Una foto di gruppo dei ragazzi partecipanti al progetto

team svolto durante questi mesi è servito come banco di prova per riuscire a collaborare al meglio in un gruppo. La soddisfazione finale ha però ripagato tutto l'impegno e le energie impiegate».

Alex Vettoretti, Manuela Brugnara, Cristina Giotto, Marika Pini, Gabriele Polli: «Abbiamo ideato un resort nel mezzo della natura, distante dalla movida. La nostra struttura si differenzia dalle altre per la sua conformazione "diffusa", in quanto dopo l'analisi dei bilanci del 2020 riguardanti le preferenze dei clienti sulle strutture ricettive, si è notato che quelle maggiormente ricercate sono quelle con più intimità e distanziamento da possibili contagi. Lo scopo della nostra struttura è offrire agli ospiti una sensazione di benessere di alto livello, rivolgendoci a famiglie e coppie senza distinzioni d'età, con lo scopo di farli sentire al sicuro con strutture lontane fra di loro e con la massima comodità di una struttura sviluppata quasi interamente sul piano terra. Questo per agevolare le coppie anziane, e persone con invalidità fisiche, offrendo sempre il massimo confort nel mezzo della natura.

Dopo aver iniziato ad assemblare le idee e a comprendere il tema che volevamo seguire ci siamo impegnati, spendendo molto tempo sulla comprensione delle leggi e delle normative da seguire per evitare incongruenze con la struttura che avevamo deciso di realizzare. Ci siamo in particolare concentrati sul Regolamento esecutivo della legge

provinciale 15 maggio 2002, sulle leggi provinciali relative ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati legge provinciale 17 marzo 1988, sul decreto legislativo 21 maggio 2018 e sulla compilazione della Scia. Le difficoltà affrontate durante la creazione del progetto sono state diverse: dalla creazione di una planimetria di grandi dimensioni al riuscire a riunire le diverse idee dei membri per soddisfare la maggior parte delle richieste fino ad arrivare alle legislazioni provinciali e regionali. Abbiamo risolto portando tutta la struttura a norma di legge provinciale e seguendo anche le normative europee di Hotelstars. Questo progetto ha permesso di unire creatività a conoscenza, organizzazione e ricerca. Abbiamo migliorato la capacità di lavorare in gruppo confrontandoci e rispettando nuovi e differenti punti di vista. Analizzando i diversi strumenti a nostra disposizione, abbiamo potuto capire quanto non sia immediato mettere in atto un'idea».

Letizia Bazzanella, Alessandra Venturini, Filippo Bernardi, Silvia Sabattini, Lisa Thierry: «Durante i vari incontri svolti dal gruppo sono state elaborate idee inerenti alla tipologia di struttura, al target, all'ubicazione e alla tipologia di standard offerto.

Nella creazione sono state coinvolte le capacità e le conoscenze di ognuno in modo che tutti potessero apportare un tocco di unicità al progetto. Le idee non sono sempre state condivise da tutti, e questa è stata una delle maggiori difficoltà riscontrate.

Il progetto però ha saputo mettere alla prova la capacità di lavorare in gruppo, di aiuto reciproco e di continuo confronto. La discordanza di idee e opinioni ci ha inoltre spronati ad avere una visione più ampia del progetto e ad un ragionamento delle varie caratteristiche apportabili alla struttura ricettiva. È nato, così, il **Cardinal Resort**, un resort quattro stelle ubicato in Val di Fiemme, dedicato a target come coppie, famiglie e sportivi. Il resort è stato ideato per abbracciare la bellezza e le potenzialità del territorio trentino puntando sull'innovazione dal punto di vista di studenti che si affacciano al mondo del lavoro nell'ambito dell'ospitalità. L'esperienza ci ha fatti crescere nell'ottica della responsabilità, dell'autonomia e dell'apertura mentale. Inoltre ha saputo stimolare e mettere alla prova le nostre conoscenze e capacità; identificando le competenze necessarie per intraprendere il percorso attuale e futuro nell'ambito della ricettività e del wellness. Il progetto ha portato a tutti noi un valore aggiunto in merito a conoscenze teoriche e professionali applicabili anche in futuro nel nostro percorso formativo e lavorativo».

Gloria Donini, Giada Traina, Tommaso Daminato, Eleonora D'Amico, Beatrice Tomaselli: «Abbiamo affrontato principalmente l'utilizzo della legge e dei vari parametri provinciali per la costruzione dell'intera struttura, ma anche per quanto riguarda l'ideazione dei pacchetti turistici, la compilazione della Scia per l'apertura del centro estetico, la privacy, l'imposta di soggiorno e i vari marchi di prodotto tra cui anche il marchio "Vita Nova" per quanto riguarda il centro estetico. È stata una bellissima esperienza, abbiamo potuto metterci in gioco e iniziare subito con l'ideazione di una struttura da zero. La vera sfida è stata proprio iniziare, dopo neanche un mese di lezioni, a pensare a costruire una struttura. Abbiamo deciso di ubicare la nostra struttura sulle rive del lago di Tovel e per questo motivo abbiamo voluto puntare su un hotel il più green possibile. L'hotel si troverebbe all'interno del Parco Naturale Adamello Brenta e per questo motivo crediamo che sia giusto creare una struttura che possa sfruttare l'energia rinnovabile, stia attenta al risparmio idrico, all'acquisto di prodotti ecologici e alla produzione di rifiuti ma soprattutto che faccia informazione e "educhi" il proprio cliente al rispetto della natura. Per questo motivo nel nostro progetto si parla di due marchi di prodotto a cui "aderiamo": Ecoristorazione Trentino e Ecobel



Foto pixabay.com

che è un riconoscimento europeo. Con il marchio Trentino cerchiamo di dare la priorità ai prodotti biologici sia per i cibi che per le bevande, ma soprattutto prodotti che vengono fatti sul nostro territorio. Crediamo infatti che, specialmente dopo questo anno di pandemia, sia necessario investire sulle produzioni locali del Trentino.

Abbiamo riscontrato qualche difficoltà tecnica nell'applicazione della legge nel rispetto dei parametri nella progettazione della struttura. Anche scegliere la location non è stato facile: eravamo tutti d'accordo con l'idea di farlo in riva a un lago, ma non sapevamo quale scegliere. Ciò che più ci ha coinvolti è stato il tema green: abbiamo deciso di costruire il nostro albergo quasi interamente con legno riciclato dalla tempesta Vaia nel 2018 e di arredare gli interni con mobili comprati da negozi di antiquariato e riquadrati per essere messi all'interno della struttura».

Lisa Rizzoli, Nicolas Vitalis, Francesca Pasquali, Pasquale De Vito, Laura Troka, Elibeta Buziu: «Non è stato per niente semplice sviluppare questo progetto, soprattutto perché è stata la prima volta che ci siamo ritrovati a dover creare un albergo dall'inizio. È stata un'esperienza nuova perché

abbiamo dovuto collaborare tutti insieme. Abbiamo dovuto confrontare le varie opinioni per arrivare ad una soluzione comune e soprattutto che fosse coerente con le diverse normative. Le maggiori difficoltà riscontrate sono state la costruzione delle planimetrie, la definizione del target, l'uniformazione delle idee poiché è stato difficile trovare accordi che soddisfacessero tutti allo stesso modo. Il valore aggiunto che abbiamo ottenuto è stato in particolare il miglioramento delle nostre conoscenze in ambito alberghiero, soprattutto per quanto riguarda le normative e la composizione delle diverse aree. Ci portiamo a casa un bagaglio culturale più ricco, e che ci sarà utile per il nostro futuro».

Jasmine Brugnera, Giovanna Hasanaj, Petra Fedrizzi, Samuel Pratelli, Nadia Tagliaferri, Matilde Zorloni: «All'inizio abbiamo esposto tutte le nostre proposte ed idee individuali, abbiamo poi scelto quelle che ci piacevano di più, arrivando all'idea completa della struttura finale. Il progetto è stato affrontato con serietà e professionalità. È stata un'esperienza positiva che ci ha portati a lavorare in team, mettendo in pratica il nostro impegno e

la nostra determinazione. Durante il percorso abbiamo capito la differenza tra lo studio delle leggi scritte e la loro effettiva applicazione. Nella creazione del nostro progetto abbiamo riscontrato parecchie difficoltà. Prima fra tutte quella di riuscire a trovare tempo per incontrarci tutti insieme, poiché abitando tutti in luoghi diversi e avendo calendari che non sempre coincidevano tra di loro, riunirsi per proseguire la progettazione è risultato complicato. Inoltre, le continue modifiche delle norme anti-Covid hanno reso più difficile il lavoro di gruppo. Un'altra difficoltà è stata sicuramente quella di informarsi su regole, decreti, avvisi o planimetrie per programmare e "creare" la nostra struttura a norma di legge. L'ultima è stata quella di lavorare in squadra, far combaciare tutte le idee e fare in modo di esprimere al meglio tutti i differenti punti di vista. Siamo particolarmente soddisfatti del nostro lavoro in quanto grazie ai periodi di apprendimento siamo riusciti a realizzare un progetto relativo ad un contesto reale. Infine, la nostra motivazione ci ha permesso di concretizzare la nostra idea, appagando le nostre aspettative».



Foto Arigel

Il lago di Tovel

Settore turistico, l'Alta formazione è pronta a ripartire

Dopo l'esperienza della didattica a distanza si apre il periodo degli stage

🕒 1' e 40"

✍️ Giovanna Tasin

Aprile è stato un mese intenso per i ragazzi e le ragazze frequentanti il secondo anno del corso in «**Tecnico superiore dei servizi della filiera turistica e ricettiva**» di Riva del Garda, una delle eccellenze della formazione terziaria non universitaria negli indirizzi dell'alta formazione in Provincia. Gli studenti hanno, infatti, sostenuto gli esami finali dei corsi seguiti nei primi mesi dell'anno, nello specifico Legislazione turistica, Strategie di comunicazione digitale, Marketing operativo, Inglese e Tedesco.

L'impegno, e la fatica della didattica a distanza con i suoi ritmi serrati, sono stati ripagati ampiamente con risultati che attestano l'alto livello di preparazione raggiunto. Ora la sfida sarà portare le competenze fin qui acquisite confrontandosi con le esperienze di stage. Un salto dalla teoria alla pratica: due mesi in cui ciò che è stato appreso in un anno e mezzo di studio potrà essere messo alla prova nelle diverse aziende in cui i corsisti si troveranno a lavorare. Ma la sfida è stata anche per lo staff dell'alta formazione: in questo periodo caratterizzato da una continua incertezza non è stato facile trovare delle realtà turistiche in cui far fare agli studenti un'esperienza significativa di praticantato. Tuttavia, grazie alla collaborazione consolidata con alcune imprese del comparto, vicine «coraggiosamente» al corso in «Tecnico superiore dei servizi della filiera turistica e ricettiva», stante il momento, ai ragazzi è stato assicurato uno stage di livello.

Nel secondo semestre del 2021 tutti torneranno in aula (finalmente) per concludere il corso, con le unità formative di Organizzazione di eventi, Congressi e fiere, Turismo culturale ed enogastronomico e Creazione ed innovazione dell'impresa turistica, nella speranza che arrivi presto anche una nuova luce sul settore turistico e un impiego per i nostri futuri diplomati.

Quel che è certo è che, con il nuovo anno, partirà anche la nuova edizione del corso, la terza. Venti sono i posti disponibili per chi è in possesso di un diploma di scuola superiore, assegnati a coloro che supereranno la selezione di inizio ottobre (sul portale Servizi online della Provincia sono già aperte le iscrizioni). Nonostante le difficoltà del momento, la formazione non si ferma ma investe, ancora più convintamente, sulla bellezza, intraprendenza e sui mille sbocchi del settore turistico.



Un gruppo di studenti del percorso Alta formazione

Sviluppo sostenibile: nasce «Agenda Impresa Trentina 2030»

L'obiettivo è di favorire la partecipazione delle categorie economiche trentine al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030

🕒 1' e 45"

📌 APPA - U.O. in materia di informazione, formazione, educazione ambientale e Agenda 2030 e TSM Trentino School of Management

L'Agenda 2030 adottata dall'Onu nel 2015 individua 17 obiettivi di sviluppo sostenibile che i 193 paesi firmatari si sono impegnati a raggiungere entro il 2030. Anche l'Italia, in coerenza con il percorso internazionale, ha adottato nel 2017 la Strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile. A loro volta, le Regioni e le Province autonome si stanno dotando, attraverso adeguati processi informativi e partecipativi, di una complessiva strategia di sviluppo sostenibile che sia coerente e definisca il contributo alla realizzazione degli obiettivi della Strategia nazionale.

In particolare, nel 2018, la Provincia autonoma di Trento ha dato formalmente avvio alla definizione della Strategia provinciale per lo Sviluppo Sostenibile (SproSS), e lo scorso dicembre ha approvato il Documento preliminare di strategia provinciale, sottoponendolo ad un ampio percorso partecipativo che ha coinvolto diversi portatori di interesse tra cui amministratori locali, associazioni, ApT, imprese. Le proposte raccolte sono confluite nel documento finale della SproSS (elaborazione a cura dell'Appa, l'Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente) sottoposto per l'approvazione definitiva alla Giunta provinciale. A questa seguirà la progettazione, la sottoscrizione del Patto e la creazione del Forum per lo sviluppo sostenibile provinciale.

In questo contesto si inserisce **Agenda Impresa Trentina 2030**, un'iniziativa particolarmente ambiziosa, nata dalla collaborazione tra APPA e TSM (Trentino School of Management), che si propone di favorire la partecipazione attiva delle categorie economiche trentine alla concreta definizione ed attuazione della SproSS, **valorizzando e promuovendo le pratiche di responsabilità sociale d'impresa (RSI) e attivando percorsi formativi** per integrare maggiormente le pratiche di sostenibilità nelle scelte di business. Agenda Impresa è preliminare all'adesione al Patto per lo Sviluppo sostenibile del Trentino.

Il progetto cofinanziato dal Ministero della Transizione Ecologica prevede: la mappatura dello stato della RSI e della sostenibilità finalizzata a definire un quadro aggiornato delle politiche, degli strumenti e delle scelte messe in atto dal mondo imprenditoriale trentino; l'attivazione di specifici percorsi formativi dedicati alle imprese dei diversi settori (industria, artigianato, turismo, agricoltura); il coinvolgimento delle associazioni di categoria nel percorso di definizione del Patto per lo sviluppo sostenibile. La fase di mappatura è entrata nel vivo. Anche le imprese del comparto turistico, quale settore strategico dell'economia locale, nonché uno degli obiettivi prioritari della SproSS, sono invitate a partecipare per contribuire ad un Trentino sostenibile. È possibile prendere parte alla mappatura compilando il questionario disponibile al seguente link: <https://www.surveio.com/survey/d/indagineagenda2030imprese>.



Lavorare nel turismo nell'estate 2021: candidature aperte fino al 15 luglio

1' e 30"

Incontro domanda - offerta: nasce un'intesa tra Agenzia del Lavoro, associazioni di categoria, enti bilaterali ed organizzazioni sindacali

La ripartenza post-Covid porta con sé una grande difficoltà a trovare personale disponibile a lavorare nel comparto ricettivo. Anche prima del Covid per gli albergatori non era scontato riuscire ad avere a disposizione il personale stagionale necessario. Per far fronte a tali problematiche, l'Agenzia del lavoro in collaborazione con Asat, Confesercenti, Confindustria, Ente bilaterale del turismo, Cgil, Cisl e Uil propone un'iniziativa che ha come obiettivo comune quello di individuare persone interessate a lavorare nel comparto ricettivo, della ristorazione e dei servizi collegati all'ospitalità nella stagione estiva 2021. Tale iniziativa è stata lanciata a maggio. Chi fosse interessato a lavorare nel settore del turismo ha tempo fino al prossimo 15 luglio per aderire alla raccolta delle candidature dei collaboratori del settore turistico in Trentino per l'estate 2021. Gli operatori turistici alla ricerca di personale, con il supporto del Centro per l'impiego e/o delle Associazioni di categoria, potranno attingere, poi, all'elenco delle disponibilità e assumere il personale di cui necessitano.

Nelle prime settimane di avvio, la raccolta ha registrato circa un migliaio di adesioni e non esiste un tetto massimo. I profili ricercati spaziano dalla **cucina**, **ricevimento**, **sala bar** e **piani**, al **wellness**. L'iniziativa è frutto di un protocollo di intesa che ha visto coinvolti l'Agenzia del Lavoro, le associazioni di categoria del settore turistico, gli enti bilaterali e le organizzazioni sindacali.

Il lavoratore interessato può compilare seguendo le indicazioni fornite il form di candidatura (<https://forms.gle/p3nx-g3nqiCww7yQRA>) sul sito dell'Agenzia del Lavoro, oppure contattare il Centro per l'impiego del proprio territorio. La candidatura sarà segnalata alle associazioni di categoria, all'Ente bilaterale del turismo e agli operatori turistici e consentirà di entrare in contatto con diversi datori di lavoro. Gli operatori turistici, dal canto loro, possono richiedere i nominativi dei lavoratori disponibili attraverso il proprio Centro per l'Impiego di riferimento e/o le associazioni di categoria.

Per maggiori informazioni è possibile consultare la pagina dedicata sul sito dell'Agenzia del Lavoro: www.agenzia lavoro.tn.it/TESTI-AVVISI/IL-SETTORE-TURISTICO-ASSUME. Chi fosse interessato a contattare gli operatori di incontro domanda e offerta può scrivere una mail all'indirizzo: domanda.offerta.adl@agenzia lavoro.tn.it. Mentre il Centro per l'impiego di riferimento può essere contattato al seguente link: www.agenzia lavoro.tn.it/Agenzia/Centri-per-l-impiego.





Dieci Bandiere Blu per il Trentino

Spiagge pulite e curate,
e qualità dei servizi di
livello elevato

🕒 1' e 30"

Per il Trentino arriva una conferma: nell'estate 2021 sventoleranno dieci Bandiere Blu. Si tratta di un riconoscimento che va a premiare le migliori spiagge, la bellezza di laghi e delle acque balneabili. Nel caso del nostro territorio sono, appunto, dieci le Bandiere Blu confermate: **Baselga di Pinè** (spiaggia lido, Alberon, Bar Spiaggia), **Bedollo** (località Piazze), **Bondone** (porto Camarelle), **Calceranica al lago** (alle Barche/al Pescatore/Riviera), **Caldonazzo** (lido/spiaggetta), **Lavarone** (lido Bertoldi/lido Marzari), **Levico Terme** (spiaggia di Levico), **Pergine Valsugana** (San Cristoforo), **Tenna** (spiaggia di Tenna), **Sella Giudicarie** (spiaggia Roncone).

L'assegnazione di questo «sigillo di qualità» alle località di riviera più belle e meritevoli è a cura della Ong internazionale Fee (Foundation for environmental education). La Bandiera Blu viene as-

segnata da una giuria nazionale di cui fanno parte anche i ministeri della Transizione ecologica, delle Politiche agricole e del Turismo, sulla base di 32 criteri di valutazione. Nel 2021 tra le linee guida per l'assegnazione è stata considerata anche la qualità delle strutture alberghiere e dei servizi d'utilità pubblica sanitaria, la bontà delle informazioni turistiche, la segnaletica aggiornata e l'educazione ambientale. Oltre, ovviamente, alle acque di balneazione che devono essere considerate eccellenti negli ultimi quattro anni, l'efficienza della depurazione delle acque reflue e della rete fognaria, la raccolta differenziata, l'ampiezza delle aree pedonali e delle piste ciclabili, l'arredo urbano curato, le aree verdi.

Sul podio, a livello italiano, si conferma prima la **Liguria** con 32 località, mentre sale in seconda posizione la **Campania** con 19 Bandiere (un nuovo ingresso e un'uscita) che sorpassa e fa scivolare al terzo posto la **Toscana** che ottiene 17 vessilli blu (tre uscite) a pari merito con la **Puglia** che guadagna due bandiere (tre nuovi ingressi e un'uscita). Per questa 35esima edizione, ci sono quindi 6 Comuni in più, i nuovi ingressi sono 15 mentre 9 Comuni non sono stati confermati. Sono 416 in totale quest'anno (407 erano nel 2020) le spiagge con mare cristallino, che corrispondono a circa al 10% dei lidi premiati a livello mondiale. Infine, le Bandiere Blu sui laghi scendono a 16, con due uscite.

Vignaioli del Trentino: una nuova presidenza per il consorzio

🕒 1' e 30"

Rinnovato il CdA, con la giovane vignaiola trentina Clementina Balter alla guida

Nuova presidenza per il consorzio Vignaioli del Trentino: alla guida la giovane vignaiola trentina **Clementina Balter**. L'assemblea annuale dei soci si è svolta alla fine di maggio negli spazi esterni dell'Azienda Agricola Foradori ed ha visto, inoltre, il rinnovo del Consiglio d'Amministrazione del consorzio, giunto a naturale scadenza, e l'approvazione del bilancio 2020, chiuso positivamente nonostante il forte impatto dell'emergenza Covid-19.

L'avvio della nuova presidenza arriva dopo oltre dieci anni in cui è stato l'attuale vicepresidente della Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti (FIVI) **Lorenzo Cesconi** a guidare i Vignaioli del Trentino. Il benvenuto ai soci è stato dato dall'ormai ex presidente Cesconi, che nel suo discorso di fine mandato ha ripercorso il passato a partire proprio da un 2020 difficile, ma che ha fatto risaltare la solidità delle aziende vitivinicole artigiane. Dopo il lungo periodo alla guida del consorzio, il ringraziamento di Lorenzo Cesconi è andato alla base associativa che lo ha accompagnato in una crescita personale e professionale.

L'Assemblea ha poi eletto come nuova presidente Clementina Balter, rappresentante dell'Azienda Agricola Balter di Rovereto, già consigliera e vicepresidente. Classe 1986, Balter ha ribadito la volontà di portare avanti quanto fatto fino ad oggi, valorizzando l'esperienza dei consiglieri più esperti e le energie di quelli nuovi. «Il mio obiettivo - ha detto - è quello di rafforzare ulteriormente il consorzio affinché possa supportare ancora di più i vignaioli trentini nella loro attività e aiutare a farne nascere di nuovi, perché il Trentino ha bisogno di vignaioli e di produzioni di qualità, capaci di valorizzare al meglio il nostro territorio e la sua vocazione vitivinicola ed enoturistica».

Ad affiancare la neo presidente Balter ci saranno **Nicola Zanotelli**, eletto vicepresidente, e i consiglieri uscenti **Devis Cobelli**, **Francesco De Vigili** e **Marco Grigolli**. A questi si aggiungono **Marco Comai** e **Matteo Pojer**, alla loro prima esperienza. Un CdA giovanissimo, che mantiene un legame con il passato, ma che allo stesso tempo si rinnova ulteriormente grazie all'ingresso dei due vignaioli, il primo a capo di una giovane azienda di Riva del Garda, il secondo invece nuova leva di un'azienda storica.



Foto P. Calza



Il nostro impegno, la nostra responsabilità

Vicini alle Persone, alle Imprese, alle Comunità, nel nome dei nostri valori:
Cooperazione, Sostenibilità, Responsabilità.



5.745

Iniziative a sostegno
della Comunità



9,5

milioni di Euro
destinati alle iniziative



651

Attività
socio-assistenziali



1.365

Cultura, attività di
formazione e ricerca



2.137

Promozione del Territorio
e delle realtà economiche



1.592

Sport, tempo libero
e aggregazione



**CASSE RURALI
TRENTINE**

Cooperativi. Sostenibili. Responsabili.



casserurali.it

Niche Marketing: sempre di più verso un turismo personalizzato

Le «nicchie» di tendenza del 2021: dai viaggiatori responsabili ai lavoratori da remoto, dai viaggiatori di prossimità al segmento della diversità, fino agli animali domestici

🕒 2' e 40"

👤 Francesca Maffei

Se c'è qualcosa che lo stop forzato dell'industria alberghiera ha insegnato è che il marketing generalista, lo «sparare nel mucchio», sta cedendo il passo al marketing di nicchia. Gli appartenenti a una nicchia sono *user personas*, ovvero prototipi di consumatori, che condividono un comportamento di acquisto specifico; sono cluster comportamentali e non geografici.

Tanto più la nicchia è piccola, tanto più paradossalmente può rivelarsi ampia, poiché diventa un segmento trasnazionale, in grado di attraversare Paesi e culture anche molto differenti tra loro e con la connotazione ancor più peculiare derivante dalla declinazione *made in Italy*.

La scelta di una specializzazione può, inoltre, portare a un processo di *soft branding* temporaneo e far diventare una nicchia *trend setter* di destinazione; infondato è, dunque, il timore che concentrarsi su un microtarget non dia marginalità sufficienti.

Come si articola il processo di *niche selection* e il conseguente *retargeting*? Si parte con la selezione della/e nicchia/e, seguita da uno studio approfondito del relativo mercato, per poi individuare l'arena competitiva, adeguare la struttura, creare comunicazione e visibilità e infine monitorare i risultati.

Ecco un esempio di dieci nicchie considerate di tendenza per il 2021. Si parte dai cosiddetti viaggiatori responsabili che si interessano a temi delicati come programmi *charity*, responsabilità sociale d'impresa, circuiti per mobilità elettrica-ibrida, eco-compatibilità, fino al concetto estremo del *customer comes second*. La seconda nicchia, scontata per il periodo, è quella dei lavoratori da remoto, col corollario di inglesismi che definiscono questo nuovo stile di vacanza: working holi-



foto pippelator

days, workation, staycation, bleisure tourism. Altro minitarget sviluppatosi nell'ultimo anno è quello dei viaggiatori di prossimità, che si spostano in strutture ricettive a massimo due ore di auto da casa propria, per una fruizione anche solo giornaliera di camere e/o spa, di cene romantiche o pranzi di lavoro al ristorante, così come brunch, aperitivi, eventi e banchetti, previsti in esplosione nei prossimi mesi a causa dei continui rimandi. Terzo, fondamentale, segmento è quello delle diversità, inclusivo di tutte le disabilità così come di clienti senior e donne sole in viaggio ma non necessariamente nella vita, fino agli alberghi dedicati a particolari patologie come i recentissimi Covid-hotel. Proseguendo nella top ten si trovano le strutture con focus sugli animali domestici, dai dog-hotel alla pet therapy, annoverando tra i primi anche i child-free (sono sempre di più i possessori di cani rispetto ai genitori, in Italia, complice l'effetto lockdown in cui la richiesta di bestiole da compagnia è aumentata esponenzialmente).

Non possono poi mancare gli LGBTQ, consumatori ad alta capacità di spesa in quanto spesso DINK (*Double Income No Kids*), al punto che forse la specializzazione, oggi, è quella degli hotel etero, piuttosto che gay, - friendly. Vi è poi la nicchia, che tale deve restare per non pregiudicare la redditività complessiva, degli ospiti fidelizzati, che presentano un basso costo di *retention* ma ai quali vanno garantiti rassicurazione, programmi fedeltà e una linea di merchandising che includa gadget in omaggio.

Al settimo posto troviamo l'ospitalità rivolta agli sportivi e alle squadre di atleti, non necessariamente per ritiri calcistici: basti pensare al mondo dei *runners* o di chi pratica yoga, nicchie «ad alta resa con poca spesa». La posizione successiva è quella delle nicchie culturali, intercettabili con poche ma mirate modifiche nei menù F&B, nelle dotazioni delle camere, nell'allestimento dei bagni, nonché con la predisposizione di luoghi di preghiera e la separazione dei sessi e delle zone nude. Per concludere citiamo una nicchia più nicchia delle altre, quella degli appassionati di videogiochi in cerca di stanze a tema e spazi di aggregazione in cui poter organizzare tornei di e-sport grazie a tecnologie di realtà aumentata e virtuale.


www.hegematic.com

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA

DESIGNED TO PERFORM
WMF PROFESSIONAL
COFFEE MACHINES

Turismo, la pandemia del lavoro

Federalberghi: polverizzate 350mila posizioni tra fissi e stagionali

🕒 1' e 00"

I dati diffusi a fine maggio dall'Ente bilaterale nazionale del turismo fanno luce sulla devastazione che la pandemia da Covid-19 ha comportato per il turismo italiano. Nel 2020, ovvero quello che sarà ricordato probabilmente come l'annus horribilis per il

DECRETO SEMPLIFICAZIONI: DELUSIONE SUL SUPERBONUS AGLI HOTEL

«Le indiscrezioni relative alla possibilità che il superbonus venisse esteso anche agli hotel avevano creato un'aspettativa che rimane disattesa. La delusione c'è. Confidiamo che durante l'iter del Decreto semplificazioni si rimetta mano all'esclusione della misura chiesta per il nostro comparto che, in condizioni ottimali, produce il 13% del Pil nazionale».

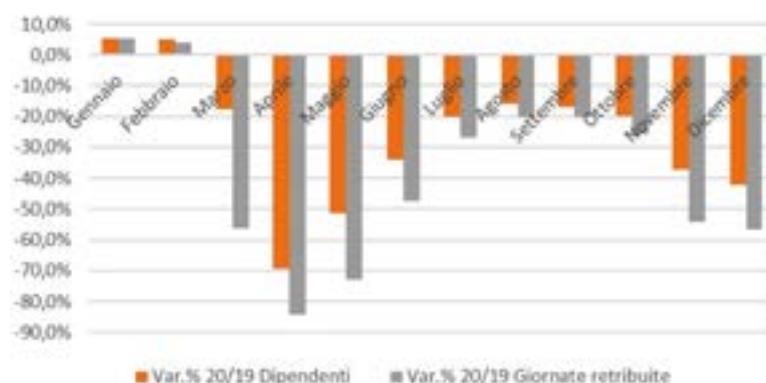
È la nota di Federalberghi a commento della decisione espressa in Consiglio dei ministri di escludere gli hotel dall'utilizzo della misura del superbonus, quella cioè che finanzia la riqualificazione ambientale e antisismica degli edifici. «Confidiamo - prosegue la nota - che il provvedimento possa essere integrato dal Parlamento in chiave estensiva per gli attuali e vigenti crediti di imposta del nostro settore». «Sappiamo che il Ministro del turismo **Massimo Garavaglia** è al nostro fianco. Per questo l'auspicio è che la pragmaticità, cifra di questo Governo, venga applicata con criterio di priorità al comparto in assoluto più danneggiato e letteralmente messo in ginocchio dalle conseguenze della pandemia».

turismo, il numero degli occupati nel settore è calato vertiginosamente: le giornate retribuite sono diminuite del 38%. Inoltre, 200mila posizioni di lavoro stagionale e 150mila a tempo indeterminato sono state letteralmente polverizzate.

Per il settore ricettivo, l'anno trascorso si è chiuso con una perdita di 233 milioni di presenze, con una flessione media del 53,4% rispetto all'anno precedente e con punte che in alcune località hanno superato l'80%.

Il costo occupazionale di questa catastrofe è di un crollo del 37,3% dell'occupazione dipendente negli alberghi italiani, con punte del 45,5% per quanto riguarda i rapporti di lavoro a tempo determinato. A questo dato va aggiunto quello relativo all'integrazione salariale, che è stata nel 2020 pari a oltre mezzo miliardo di ore per alberghi e ristoranti.

«Questa emorragia di professionalità rischia di compromettere le capacità di ripresa del settore - ha dichiarato il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** - e di causare una crisi sociale profonda. Occorre creare le condizioni per recuperare i livelli occupazionali ante-Covid, intervenendo principalmente sul costo del lavoro». «Le misure adottate con il nuovo decreto sostegni vanno in questa direzione - ha concluso - ma occorreranno ulteriori sforzi per raggiungere l'obiettivo del pieno rilancio del settore».



LEGNO DA CONOSCERE

legnotrentino.it

un portale dedicato alla promozione della filiera foresta-legno in provincia di Trento, un servizio aperto a tutti, dove vengono diffuse notizie ed informazioni sul settore. Uno strumento per la valorizzazione del legname trentino, delle aziende e dei professionisti.



LEGNO TRENTINO

Marcello de Risi confermato alla guida del Cnga

Il rinnovo delle cariche si è svolto
in occasione dell'assemblea
annuale di Federalberghi



1' e 40"



Francesca Maffei

Nel corso dell'ultima assemblea annuale di Federalberghi, tenutasi al Crowne Plaza di Roma dal 14 al 16 maggio scorsi, si è svolto il rinnovo delle cariche del comitato di presidenza del gruppo Giovani albergatori. Un'elezione che ha visto la riconferma del presidente uscente, il pugliese **Marcello de Risi**, che guiderà quindi il Cnga anche per i prossimi cinque anni. Il barese Marcello, noto anche come Dinno, è stato nominato con consenso unanime e approvazione da parte del presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**.

La rielezione è stata, peraltro, l'occasione giusta per stilare un bilancio del quinquennio appena conclusosi, valutando quali e quanti traguardi siano stati tagliati dalla presidenza e dal suo direttivo. Tra questi, le innovazioni introdotte in termini di gestione associazionistica che hanno contribuito a collocare il gruppo tra gli esempi più fulgidi di imprenditoria giovanile, pronto ad affrontare i cambiamenti in corso sia sul piano sociale sia su quello culturale.

«Ancora più dinamico ed efficace, ma anche attraente, divertente e cool» è l'auspicio dichiarato dal neo-presidente per il Comitato negli anni venturi. «Nonostante l'esperienza acquisita - ha proseguito Dinno de Risi - sono consapevole della gravosità dell'impegno. Questa volta, però, ho la bisaccia ben fornita per completare la progettualità già avviata e promuovere nuove proposte e nuovi modelli per tutti i miei colleghi impegnati nel vortice affascinante e talvolta pericoloso del pianeta turismo. Sarà mia fedele compagna e complice l'esperienza dei primi anni di impegno nel mondo associativo quale presidente dei Giovani albergatori Puglia, ma anche nella collaborazione con i miei colleghi più anziani negli organi dirigenti della Federalberghi Bari-Bat».

Un arduo compito che si colloca in un momento particolarmente delicato non solo del Cnga ma dell'intera storia del turismo, che deve trovare nei giovani albergatori una delle leve più importanti e strategiche per la propria ripresa. Come lo stesso Ministro del Turismo **Massimo Garavaglia** ha affermato nel corso dei lavori assembleari, il turismo dev'essere il primo settore a ripartire e quello che darà il maggior contributo al Pil nazionale. E le premesse ci sono tutte, percependo l'entusiasmo che è trasparso dai delegati partecipanti e dalla loro emozione nel ritrovarsi dopo tanti mesi difficili, nonostante il distanziamento e le mascherine che ci accompagneranno ancora ma per un periodo di tempo che si spera sia il più breve possibile.



Al centro Marcello de Risi, in occasione della consegna del premio Alvise Maschietto

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.

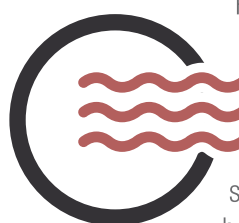
CONTROLLO TOTALE

(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

S.O.S. Turismo

Sufficienza oppure Efficienza? Sostenibilità o Responsabilità?
Pratiche credibili o Pulizia della coscienza?

🕒 3' e 40"

✍️ Alois Kronbichler e David Raccanello

■ Cambiare si può

Fino a questo momento lo sviluppo turistico ha sempre avuto ed ha tuttora un orientamento prevalentemente economico, mentre vengono presi in scarsa considerazione i suoi aspetti sociali, culturali ed ecologici. Al prevalere degli argomenti economici vanno pure attribuiti molti aspetti negativi di questo sviluppo come il turismo di massa o il messaggio fortemente materialistico del turismo.

Molti operatori turistici hanno ammesso, almeno verbalmente, che così non può andare avanti. Da molto tempo, anche negli ambienti degli operatori turistici, circolano slogan e concetti circa un turismo qualitativo, morbido ed ecologico. **Jost Krippendorf** definisce questi slogan una «formula di gomma» che, senza una chiara precisazione, diventa non impegnativa o perfino pericolosa, poiché dietro ad essa si nasconde una crescita quantitativa. Ecco un esempio: la cosiddetta pausa di riflessione sugli impianti di risalita, come è stata chiamata dai politici nella storia occidentale, ha avuto come risultato il fatto che non sono quasi sorti nuovi impianti, ma che quelli preesistenti vengono ingigantiti in modo pazzesco. Risultati: il numero di persone sulle piste da sci è triplicato con gli annessi problemi di parcheggio e affollamento sulle piste.



Alois Kronbichler e David Raccanello di Kohl & Partner

■ Il turismo ad una svolta

Il fatto che il tentativo truffaldino di far passare il turismo morbido e qualitativo venga sempre più smascherato è un segnale che fa ben sperare gli ecologisti e mostra inequivocabilmente che siamo ad una svolta. I sostenitori della linea dura che poggia sull'economia devono vedersela con oppositori.

La sensibilizzazione è pure essenziale per preservare la natura, che mette in moto una serie di attività. Attività che spaziano da una cucina naturale e tipica del luogo, ad una severa ripartizione dei rifiuti fino al divieto del traffico automobilistico. Sempre di più vanno di moda i marchi che reclamizzano beni ecologici e la qualifica di «albergo rispettoso dell'ambiente». Ecco alcuni esempi concreti a riguardo.

1. Turismo e traffico

La **Kleinwalsertal**, una valle mediamente sviluppata a livello turistico e attenta al tema dell'ecologia, ha ragionato a lungo su una soluzione radicale del problema traffico. Problema che si è affrontato anche con:

- creazione di un grande parcheggio all'inizio della valle;
- tutti i parcheggi nelle località della valle sono a pagamento;
- abolizione/limitazione dei parcheggi presso gli impianti di risalita;
- contingentamento degli ospiti giornalieri che possono visitare la valle;
- mobilità verso e dentro la valle garantita da un servizio pubblico.



Foto: www.pixnio.com

All'inizio c'era scetticismo ma poi le idee hanno incontrato il grande favore della popolazione. Un altro esempio positivo è stato quello di **Leukerbad**, nella Svizzera. Qui si è tentato di eliminare il traffico con le seguenti misure:

- introduzione di un servizio di autobus gratuito;
- divieto di transito notturno in certe zone del luogo;
- divieto di parcheggiare sulle strade e piazze pubbliche;
- costruzione di parcheggi coperti;
- introduzione/rafforzamento di linee pullman nel fine settimana.

Alcuni anni fa, a **Campo Tures** (Alto Adige), nottetempo il sindaco ha fatto chiudere le strade al traffico, altre sono state dedicate solo ai residenti. All'inizio c'è stata una grande protesta, col tempo ci si è abituati e si è apprezzata la migliore qualità della vita.

Sul tema traffico nelle località turistiche si possono indicare in conclusione cinque tesi:

- il traffico è utile solo lì dove si ferma;
- è necessario porre dei limiti ai danni causati dal traffico;
- è necessario informare la gente e plasmare la mentalità;
- senza rinunciare a qualcosa non si ottiene nulla;
- il tempo per i grandi cambiamenti è maturo e la pandemia ha accelerato questa – consapevolezza/desiderio di cambiare.

2. Collaborazione tra turismo e agricoltura

Esiste la necessità di un sodalizio più forte tra agricoltura e turismo. Ciò è possibile solo se l'agricoltura punta alla produzione di un paesaggio culturale che allo stesso tempo è spazio di vita ricreativo e naturale. I settori turistici devono preoccuparsi che l'agricoltura possa partecipare in modo adeguato alle rendite che il paesaggio procura tramite il turismo. Tali processi sono parzialmente in fase di realizzazione laddove si è capito che i contadini per i loro prodotti ecologici e di alta qualità devono ottenere un prezzo più elevato.

3. L'ecologia sul piano aziendale

Il turismo vive della differenza nella qualità dell'ambiente tra la zona di provenienza e la località scelta per le vacanze. La difesa dell'ambiente comincia da noi stessi. Più tempo passiamo a litigare e i nostri concorrenti vincono le sfide prima di noi. Così vediamo la moltiplicazione di marchi e certificazioni, di regole e criteri sul tema ecologia e sostenibilità. Le strutture ricettive e le destinazioni hanno cominciato a capire che è un approccio che genera simpatia nei confronti dei turisti, ma non può andare avanti molto. Le buone pratiche non possono servire per pulirci la coscienza ma devono diventare condivise e parte della quotidianità.

■ Conclusione

Gli esempi positivi trovano imitatori. Le buone idee non si fermano: ora l'indirizzo ecologico del turismo viene accettato positivamente. Nel futuro questo principio diventerà un criterio irrinunciabile. Il sistema dei valori è mutato anche nel turismo. La formula del successo per il turismo del futuro potrebbe essere: un'offerta ottimale unita a vacanze intelligenti in un ambiente più intatto.

L'eros gastronomico



Tullio Gregory

L'EROS
GASTRONOMICO

Editore Laterza, 2021
pp. 208 - 16 euro

⌚ 2' e 30"

Tullio Gregory, scomparso nel 2019, è stato uno dei maggiori storici italiani della filosofia. Dagli interessi poliedrici, fin dalla prima edizione del Festival di filosofia di Modena, Gregory è stato responsabile scientifico della sezione filosofia/gastronomia. Il suo interesse per la cucina si intreccia con l'antropologia, e la gastronomia è intesa da Gregory soprattutto come una lente per comprendere una civiltà. In questo testo sono raccolte alcune sue *lectio magistralis* sull'argomento e una selezione dei contributi che per oltre vent'anni sono apparsi con una certa regolarità sul *Domenicale del Sole 24 Ore*.

Tra cucina creativa «che mette tutto sul conto e niente sul piatto» e cucina tradizionale, Gregory sceglie la seconda, perché «se voglio creare il bello vado al museo non al ristorante». Già nel sottotitolo c'è tutta la partigianeria dichiarata di Gregory (*Elogio dell'identitaria cucina tradizionale, contro l'anonima cucina creativa*, che l'autore considera «una gastronomia sulla strada della dietetica praticata da una borghesia anoressica e malinconica, che ha perduto il gusto per le grandi salse e le lunghe cotture, rinunciando all'arte del convito e ai piaceri della tavola»). Rifiuta decisamente l'apologia del minimalismo e la «fascinazione del piatto vuoto, del valore simbolico del frammento» che parla ai sensi ma non al gusto, che per Gregory è un prodotto culturale. Come pure Gregory considera uno scempio linguistico quelle carte dei menù, che hanno rinunciato ad un lessico rigoroso, e che non permettono di identificare quello che c'è nel

piatto, un provocazione a non farsi capire. Per non parlare della cucina fusion, che «promuove una globalità del cattivo gusto», misconoscendo che ogni cucina è legata ad un territorio, con «mescolanze astruse, dove non siamo più nella gastronomia, ma nella cialtroneria».

Gregory preferiva i locali dove si mangia bene ma soprattutto fatti da persone con un grande senso dell'accoglienza. E dove non regnano cellulari e social, che con «il loro uso sempre più invasivo, rischiano di annullare ogni tipo di convivialità e gusto per la buona tavola».

In questo testo non c'è solo la difesa della cucina tradizionale. C'è molto altro: dissertazioni e informazioni sulla provenienza e l'affermarsi di diversi prodotti gastronomici (si pensi alla pasta e alla pizza abbinate solo in tempi relativamente recenti alla salsa di pomodoro, per lungo tempo destinata al condimento di carni e pesci). *Excursus approfonditi* sulle figure di cuochi che con i loro ricettari dal '400 in poi hanno codificato e in qualche caso creato la cucina italiana. La cucina francese, che si impone dal '600 eliminando o riducendo i sapori forti, valorizzando le salse, semplificando le cotture. La cucina «alta» fatta per stupire i commensali e dimostrare la ricchezza e la magnificenza del padrone di casa; e la cucina popolare fatta di erbe, poca carne (lessa) e lunghe cotture. L'uso delle spezie e il modificarsi del loro impiego nei secoli. L'importanza del vino e del saper bere bene.

Per Gregory fare cucina è una scienza e un'arte: «come scienza, essa ha regole certe e condivise nella preparazione e nella presentazione, che devono essere bene apprese; è un sapere normativo; come arte, essa ammette margini di creatività», ma vera e non improvvisata. Perché «l'arte della cucina è un momento del più complesso ideale del convito», oggi sempre più in crisi, «mentre trionfa il mangiar velocissimo», che trova nel *fast food* la sua massima espressione.

Abbiamo un metodo. Funziona.

La rana dorata è un piccolo capolavoro della natura. È lunga circa cinque centimetri, ma è estremamente velenosa e non ha paura di dirlo: ecco perché il giallo della sua pelle è così intenso.

Un animale **unico nel suo genere**,
come unici sono i nostri clienti.

Studiamo i tuoi punti di forza e le tue caratteristiche,
misuriamo, pianifichiamo.
Poi troviamo il modo di comunicarlo.

Si chiama **marketing strategico**.

www.ogp.it



OGP
OLTRE LE APPARENZE

Il Trentino destinazione ideale per gli smart workers con le «scrivanie con vista» sulle Strade del Vino e dei Sapori

Un'ampia offerta di servizi ed esperienze per l'holiday working, il «Made by me» negli agriturismi trentini e «Trentino barbecue» arricchiranno un'estate 2021 all'insegna della natura

🕒 3' e 30"

✍️ Rosario Fichera



Il Trentino ormai è diventato il luogo ideale per l'holiday working, con un'offerta davvero originale e diversificata: accanto alle numerose case vacanza in montagna o al lago dotate di collegamenti wi-fi e alle strutture ricettive «attrezzate» con postazioni dedicate, con la possibilità di abbinare allo *smart working* un programma di attività, come escursioni guidate e apertivi all'aperto, l'estate 2021 offrirà anche l'opportunità di coniugare il proprio lavoro da remoto con il piacere della vita all'aria aperta e il gusto del cibo genuino. Il tutto grazie a un'iniziativa che coinvolge diversi hotel, agritur e B&B che si affacciano lungo le Strade del Vino e dei Sapori del Trentino e che mettono a disposizione degli *smart workers* un'ampia proposta di esperienze per il tempo libero, oltre a una serie di servizi utili.

Ma l'estate 2021 sarà caratterizzata anche da altre importanti opportunità, a cominciare dalle coinvolgenti esperienze di vacanza negli agriturismi trentini dove, insieme ai contadini ed esperti, si potrà imparare a raccogliere frutti, ortaggi, erbe spontanee di stagione, per preparare poi con le proprie mani appetitosi piatti della tradizione trentina.

Per conoscere meglio queste e altre iniziative, tra le quali «Trentino barbecue», la rassegna di appuntamenti estivi dedicata agli amanti del barbecue, ci siamo rivolti ad **Eli-sabetta Nardelli**, responsabile Team Produzioni trentine e Progetto sostenibilità di Trentino Marketing.

■ Partiamo dalle strutture *smart workers friendly*: come è nata l'idea?

«Durante questo periodo di crisi abbiamo imparato a lavorare da casa, dalla cucina, dalle camerette dei nostri figli o dallo studio, spesso con vista sul palazzo di fronte. Una pratica lavorativa, quella dello *smart working*, che si ritiene continuerà anche dopo la pandemia, per questo



si è pensato di offrire la possibilità di sperimentare anche uno *smart working* di qualità, che apre alla creatività, al benessere di mente e corpo e che permette di aumentare la propria produttività, con un giusto equilibrio tra lavoro e svago, per ritrovare energia, stimoli e passione».

■ Come avete denominato l'iniziativa?

«“Scrivanie con vista”: lungo le Strade del Vino e dei Sapori del Trentino sono circa una trentina le strutture che offrono agli *smart workers* una “scrivanie” con vista sulla natura e le montagne, con abbinato un ricco programma di esperienze di food&wine, wellness e activity che si possono vivere direttamente all'interno della stessa struttura o nel territorio».

Info: <https://www.tastetrentino.it/scoprire/eventi/dettaglio-eventi/>

■ Che tipo di esperienze sono offerte?

«Dal forest bathing, ai picnic in vigna; dalle degustazioni in cantina, alle visite alle stalle e in malga, per assistere alla mungitura all'alba o al tramonto; e poi visite nei birrifici artigianali e nei tanti luoghi del gusto aderenti alle Strade del Vino e dei Sapori del Trentino».

■ E per chi ha la famiglia al seguito?

«Diverse strutture offrono servizi di baby sitting e programmi di animazione alla scoperta del territorio, dove i bambini possono entrare a contatto con la natura e gli animali, mentre i genitori possono dedicarsi al proprio lavoro in remoto. Per agevolare quest'ultimo sono previsti, inoltre, servizi di stampa di documenti, di consegna e spedizioni. A pranzo si possono ordinare gustosi light lunch a base di prodotti trentini, anche in versione take away o delivery».



Foto T.M. - F. Modica

■ Sarà un'estate ricca di esperienze anche negli agriturismi?

«Sì, grazie all'iniziativa *Made by me*: più di dieci agriturismi trentini offriranno, da giugno a novembre un calendario di esperienze per vivere delle indimenticabili giornate all'insegna della natura e delle tradizioni, durante le quali si potrà preparare con le proprie mani un piatto tipico locale, utilizzando ingredienti genuini e di qualità, raccolti direttamente nell'orto o in montagna con la guida di esperti. Grazie a queste attività gli ospiti potranno riscoprire il contatto con la terra e gli animali, all'insegna del benessere proprio e dell'ambiente, ascoltando gli affascinanti racconti delle contadine, fatti di esperienze, ricordi, fatica e abilità».

Info: <https://www.tastetrentino.it/scoprire/eventi/dettaglio-eventi/>

■ Questa estate torna anche «Trentino barbecue». Qual è l'obiettivo di questo progetto?

«Fare conoscere il settore della carne, i tagli e i segreti della rispettiva cottura, il tutto coniugando il divertimento di una serata in compagnia, con la degustazione della carne alla brace insieme ad un esperto. All'iniziativa parteciperanno dieci macellerie che, da giugno a ottobre, in tredici ristoranti, daranno vita a una serie di serate gastronomiche».

Info: <https://www.visittrentino.info/it/articoli/gusto/trentino-barbecue-grigliate-estate>

■ Dove si svolgeranno queste serate?

«In diverse località del Trentino: tra il lago di Garda e la Val di Sole, la Val Rendena e Val di Cembra, toccando l'Alpe Cimbra, San Martino di Castrozza, la Val di Ledro e la Val di Non. L'evento è frutto della stretta sinergia tra l'Associazione Macellerie di Montagna, l'Associazione Commercianti al dettaglio aderente a Confcommercio Trentino, i ristoranti aderenti all'iniziativa e il supporto di Trentino Marketing».



Foto T.M. - F. Modica

Dubbi Giugno 2021

🕒 2' e 00"

42

Quali sono le ultime novità in tema di pagamento del canone speciale dovuto alla Rai?

«In base agli ultimi decreti approvati dal Parlamento, per l'anno 2021 le strutture ricettive nonché di somministrazione e consumo di bevande in locali pubblici o aperti al pubblico, sono esonerate dal versamento del canone di abbonamento alle radioaudizioni (Rai). Per tutte le imprese che hanno già provveduto ad effettuare il pagamento per l'anno in corso è riconosciuto un credito di imposta pari al 100% dell'eventuale versamento del canone intervenuto precedentemente all'entrata in vigore del decreto. Il credito di imposta non concorre alla formazione del reddito imponibile».

Come devo comportarmi per la notifica alloggiati in caso di day use delle camere del mio hotel?

«A norma del TULPS oggi vigente, i gestori di esercizi alberghieri e di tutte le altre strutture ricettive, entro le 24 ore successive all'arrivo, devono comunicare alle Questure territorialmente competenti (esclusivamente tramite il Servizio alloggiati) le generalità delle persone alloggiate. Con l'approvazione del Decreto sicurezza nel caso di soggiorni non superiori alle 24 ore è necessario inviare i dati al portale alloggiati entro sei ore dall'arrivo. Implicitamente si riconosce la possibilità che l'ospite si fermi in realtà anche meno di una notte; quindi, nei casi di

day use il portale weballoggiati va aggiornato quanto prima. Nei siti che pubblicizzano sistemi gestionali, si possono trovare frasi del tipo: "Nel programma è stata modificata la creazione del file della Questura in modo che se i giorni di soggiorno risultano a zero (day use) il programma attribuisce comunque un giorno di soggiorno alla schedina del cliente in modo da non creare errori in fase di invio file al sito alloggiatiweb". È, perciò, necessario verificare se il gestionale dell'hotel possa essere modificato per comprendere anche questa funzionalità».

In base alla nuova delibera che disciplina i «ristori» della Provincia di Trento per i danni da Covid, quali sono i «contributi già percepiti» che dovranno essere sottratti da quanto si può ottenere?

«L'importo che deve essere sottratto è quello che è stato eventualmente erogato da parte dell'Agenzia delle Entrate per quanto riguarda il contributo a valere sull'art. 1 del D.L. 41/2021 "Decreto sostegni" e da parte della struttura provinciale per quanto riguarda le misure provinciali "Grandi perdite" (solamente per quanto riguarda l'importo di competenza del periodo di osservazione) e "Misure a sostegno dell'ambito dello spettacolo". Nel caso in cui il contributo previsto dal citato "Decreto sostegni" sia stato richiesto sotto forma di credito di imposta, l'importo che si dovrà sottrarre è quello riportato nella comunicazione di riconoscimento del contributo dell'Agenzia delle Entrate. Attenzione: va sottratto solo il contributo relativo all'art. 1 del D.L. 41/2021 (prima mensilità), non la successiva integrazione del Decreto sostegni bis».



TRENTINO

ESPERIA
printevolution

www.esperia.tn.it

info@esperia.tn.it

LA TUA IMPRONTA VERDE
NEL MONDO DELLA STAMPA.



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

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



Opzione
Climaticamente neutrale
ClimatePartner



Forza dalla Natura.

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



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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



cape 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI