

Turismo & Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

06.2022

Anno L


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


FONDAZIONE
DOLOMITI
UNESCO
SOGG. SOSTENTITORE

ESTATE 2022: L'INIZIO PROMETTE BENE

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

LE NUOVE APT: DOLOMITI PAGANELLA

Intervista al presidente
Michele Viola

FORMAZIONE PROFESSIONALE

L'assessore Bisesti
incontra l'Asat

RICETTE RIVISTE PER SCOPRIRE IL TERRITORIO

Vallagarina: il progetto tra
tradizione ed esperienze

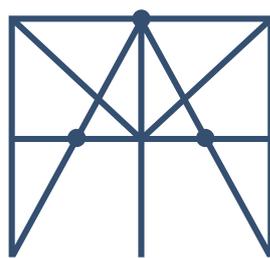
NASCE UN NUOVO QUOTIDIANO IN TRENTO

L'Asat tra i soci fondatori

TORNANO I SUONI DELLE DOLOMITI

Appuntamento dal 22
agosto al 23 settembre

ACADEMY
DE
MY
+
MA
NA
GER



PMI ACADEMY

La formazione manageriale
per le imprese trentine

Nuove idee per il business di oggi

- #1 Formazione dinamica, flessibile e orientata allo sviluppo manageriale di chi si occupa in prima persona della gestione delle PMI
- #2 Networking con altri imprenditori attivi sul territorio trentino
- #3 Quote di iscrizione competitive (con il contributo dell'Accordo di programma tra Provincia Autonoma e Camera di Commercio I.A.A. di Trento)
- #4 Frequenza nei fine settimana
- #5 Formazione continua anche post corso con accesso gratuito ad un'area dedicata agli approfondimenti (articoli dal blog, interventi in streaming, video dei contenuti più rilevanti)



Innovazione
e strategia

+



Customer Experience
e digital marketing

+



Gestione finanziaria
e controllo gestione

+



Open
Management

COME ADERIRE

Accedi all'apposita sezione del sito www.pmi.accademiadimpresa.it
Per saperne di più contattaci all'indirizzo e-mail iscrizioni@accademiadimpresa.it
o chiamaci al numero **0461 382328**



SEGUICI SUI NOSTRI CANALI SOCIAL
[#accademiadimpresa](https://www.instagram.com/accademiadimpresa)

Il turismo, non senza difficoltà, vive un clima estivo di fiducia

👤 Roberto Pallanch

È un quadro positivo quello trasmesso dagli operatori alberghieri e da altri protagonisti del turismo trentino sull'avvio della stagione estiva e sul suo proseguimento nei prossimi mesi. Lo è, in termini di primi arrivi sul territorio e per le prenotazioni che sono già significative. La tendenza è generale: dalla montagna ai laghi e alle città, dai luoghi più noti e tra quelli che ingiustamente sono definiti di turismo minore. Non che in passato qualcuno non si fosse già avviato sul prolungamento della stagione, ma questa stagione estiva è la prima dopo il riorientamento strategico della politica turistica. Uno degli obiettivi principali, quello di diminuire i picchi di arrivi e di stagionalizzare o prolungare i periodi dell'offerta turistica e, di contro, di rafforzare zone del Trentino turisticamente frequentate meno intensamente ma invece di grandi potenzialità, con consapevolezza e anche coraggio alcune destinazioni turistiche lo stanno perseguendo e ce lo dicono alcuni degli intervistati nell'articolo di apertura.

Un avvio della stagione per il turismo nel segno della fiducia di cui si sentiva il bisogno dopo le vicende degli ultimi anni, pandemia e sue conseguenze di cui si è molto data rappresentazione e discusso. Ancora pochi giorni fa nella relazione che annualmente produce la sede provinciale della Banca d'Italia sull'andamento dell'economia, in un quadro complessivo e significativo di crescita, il turismo risultava con un andamento molto negativo. La stagione estiva così come è iniziata e per la prospettiva, è una buona notizia per gli imprenditori del settore e per le molte persone ed attività che dal turismo traggono benefici economici in modo diretto e indiretto. Questo è il messaggio principale di queste righe.

Tuttavia, rimangono sullo sfondo alcune questioni non risolte, come quella delle difficoltà di reperimento del personale di cui il turismo soffre da un po' di tempo, peraltro in compagnia di altri e diversi settori economici. Un tema questo che va ribadito in ogni occasione e che va affrontato da parte degli imprenditori e dei soggetti pubblici preposti a governare il mercato del lavoro.

Prosegue a Pag. 5

TEMA DEL MESE

Estate 2022: buon inizio ed ottime prospettive pag. 4

VITA ASSOCIATIVA

Le ApT post riforma del turismo: Dolomiti Paganella pag. 10

Formazione professionale e cultura pag. 12

Vallagarina, terra di tradizione e di esperienze da vivere con «Cibo, Creatività, Gusto» pag. 16

Parte l'iniziativa dell'estate «Il piatto buono. #alimental-solidarietà» pag. 18

Cordella confermato presidente della Strada dei formaggi delle Dolomiti pag. 24

Il Consorzio vignaiolo del Trentino punta sul rapporto col canale Horeca pag. 24

Nasce un nuovo quotidiano in Trentino pag. 28

Hospitality diventa «fiera internazionale» pag. 29

Stagione estiva e guerra pag. 30

FEDERALBERGHI

Ponte del 2 giugno, il piccolo grande esodo: circa 13 milioni in viaggio pag. 32

Mangiare in hotel, viaggio intorno a un mondo che cambia pag. 34

GIOVANI

Gat all'assemblea annuale dell'Asat pag. 36

LIBRI & TURISMO

Cento anni di Sosat pag. 37

TRENTINO MARKETING

«I suoni delle Dolomiti» prenderanno il via con un concerto-tributo a Franco Battiato pag. 38

Il Trentino protagonista sui social con «Racconta la primavera» pag. 40

NORMATIVE

Dubbi di giugno pag. 42

MAGAZINE

06.2022

Anno L

Chiusura editoriale 30 giugno 2022

In copertina: Suoni delle Dolomiti in Val Rendena, foto Daniele Lira

🕒 tempo di lettura 📄 autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

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

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Fabia Sartori

Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza, Giovanna Tasin

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Estate 2022: buon inizio ed ottime prospettive

🕒 6' e 10"

Montagna, laghi e fondovalle del Trentino attirano l'interesse dei turisti

Un'estate 2022 che promette veramente bene. Dalla montagna ai laghi, passando per le città, la tendenza è univoca: l'interesse dimostrato dagli ospiti e dai potenziali ospiti delle località turistiche trentine è alto. Tantissime, quindi, le dimostrazioni di interesse, e molte anche le prenotazioni. Inoltre, nella maggior parte delle zone vocate al turismo, gli addetti ai lavori riscontrano un deciso trend alla promozione e valorizzazione delle «belle stagioni», con un desiderio da parte di albergatori, ristoratori, commercianti, di mantenere «viva» ed ospitale la propria zona anche durante i mesi «confinanti» con quelli della piena stagione estiva.

■ Nicola Cemin, presidente della sezione Asat di Primiero

«Prenotazioni e richieste da parte dei clienti sono ottimi: le prospettive sono di una buona estate. Per noi è sempre forte la presenza degli italiani (in prospettiva 65-70%), ma lo stop al turismo straniero delle due precedenti stagioni ci porterà comunque arrivi e presenze dall'estero. La nostra montagna, dai 700 ai 2000 metri di altitudine, offre la possibilità agli amanti della stessa di trovare ciò che cercano. Notiamo, poi, che la montagna, soprattutto quella in quota legata ai rifugi, conferma l'appetibilità da parte del turismo straniero, che è in crescita rispetto ad anni scorsi complice anche la libertà post pandemica. In merito alle "belle stagioni", per il nostro ambito si tratta di un'operazione



Uno scorcio della Val di Genova

in corso da qualche anno in collaborazione con la nostra ApT finalizzata al prolungamento della parte autunnale: ad esempio, la collaborazione con gli impianti di risalita, che rimangono operativi fino a metà ottobre, consente ai rifugi di rimanere aperti ed anche a molte strutture ricettive (soprattutto nella zona di Fiera di Primiero, mentre a San Martino di Castrozza tale tendenza è un po' più a "macchia di leopardo"). Come eventi particolari va segnalata la Primiero Dolomiti Marathon del 2 luglio; sempre a inizio luglio il ritiro della squadra di calcio del Verona. Inoltre, a settembre, andrà in scena la grande mountain bike con la Mythos Dolomiti Primiero, in continua crescita con l'obiettivo di avere nei prossimi anni un campionato europeo o mondiale. Da ricordare anche il ritorno alla collaborazione con mondo agricolo grazie alla grande festa della Desmontegada a fine settembre».

■ Stefano Ravelli, direttore dell'ApT Valsugana Lagorai

«Finalmente possiamo dire di essere partiti come in un "anno normale". Da inizio maggio siamo all'incirca agli stessi livelli del 2019, anche in termini di stranieri. Insomma, si preannuncia una bella stagione. Durante il Covid il turismo di prossimità ci ha portato ossigeno, ma con vacanze brevi di un paio di giorni. Attualmente, più il turista viene da lontano e più il suo periodo di permanenza è lungo. Soprattutto i campeggi lavorano molto con i turisti stranieri (Olanda, Germania), mentre la clientela degli alberghi è soprattutto italiana (Emilia, Veneto e Lombardia) con la maggiore difficoltà di gestione dei periodi di permanenza brevi. Speriamo di proseguire altrettanto bene nei prossimi mesi. Eventi ed iniziative non mancano: dai due giorni con il passaggio del Giro d'Italia e la partenza da Borgo Valsugana all'iniziativa Adotta una mucca (con parte del ricavato delle adozioni siamo riusciti a supportare le cinque sezioni Sat valsuganotte che gestiscono 2345 km di sentieri). Fondamentale, per noi, è la certificazione di sostenibilità (ambientale, sociale ed economica) del nostro comparto turistico: dal 2019 siamo destinazione certificata come turismo sostenibile. Non è una motivazione di vacanza, ma piace molto ai turisti. La Valsugana è molto popolosa: con oltre 80.000 residenti, negozi e servizi sono aperti tut-

... Segue dalla prima pagina

Il turismo, non senza difficoltà, vive un clima estivo di fiducia

📍 Roberto Pallanch

Ci sono poi altre incognite: aumento continuo dei costi dei prodotti energetici, spinta inflazionistica che erode il potere di acquisto dei consumatori con intuibili riflessi sulla domanda di beni e servizi, aggravamento delle relazioni internazionali e anche in questo caso con effetti sulle prospettive dell'economia mondiale, e da ultimo l'andamento della mai sconfitta pandemia. Questo il contesto, che in massima parte ha dinamiche sulle quali le imprese e i nostri Governi nazionale e provinciale ben poco possono influire.

È però positivo che nella manovra di assestamento del bilancio provinciale si siano pensate delle misure e destinate risorse finanziarie per fronteggiare eventuali emergenze, e nello stesso tempo si cerchi di sostenere le imprese nelle loro azioni di investimento e di rafforzamento.

Ancora oggi, rilevano osservatori dei fenomeni sociali, le aspettative delle imprese e dei cittadini sono positive e ci piace pensare che con una stagione estiva buona il turismo possa contribuire a rafforzare questo clima di fiducia.

to l'anno. Quindi, siamo già una destinazione che può lavorare nelle "belle stagioni". Il comparto termale va da aprile a dicembre e, attualmente, stiamo lavorando per creare servizi nei mesi di ottobre e novembre sui laghi, dove si lavora ad oggi fino a fine settembre (ad esempio con attività di valorizzazione dei sapori di autunno nei weekend e l'apertura dei rifugi)».

■ Marco Masè, vicepresidente dell'Asat

«Per Campiglio, Pinzolo e Val Rendena sono davvero molte le richieste, e l'estate meteorologicamente calda "spinge" le prenotazioni. Quindi bene, pur con la difficoltà comune a tutto il comparto nel reperimento di personale qualificato. Al momento le prospettive appaiono positive. Principalmente il nostro target è il turista italiano, e molti di loro sono ancora "ospiti di prossimità" nel senso che non vedo una grande propensione a fare vacanze molto distanti da casa. Ma non mancano anche tedeschi, olandesi, svizzeri e polacchi (gli stranieri del bacino Nord europeo che vengono in auto). Sul tema "belle stagioni" c'è una maggiore sensibilità rispetto al passato, dovuta al fatto che in inverno non è sempre garantito il grande afflusso turistico degli anni pre-pandemici e, quindi, gli attori del turismo stanno ragionando su altri momenti di vacanza. Per quanto ci concerne, siamo un territorio un po' estremo, soprattutto Madonna di Campiglio e la destagionalizzazione è un tipo di ragionamento difficile. Attualmente abbiamo circa 100 gg di stagione estiva, circa tre mesi (un tempo erano solo due mesi, massimo due e mezzo). Si prosegue in

tale direzione, anche se ci sono criticità legate al meteo ed all'impreparazione di lavorare in certi periodi (i "campigliani" durante le prime due settimane di giugno vadano in vacanza al mare, e quindi la partenza è un po' lenta). Gli impianti funiviari hanno aperto il weekend del 2 giugno e lo rimarranno fino a fine ottobre (sempre nei weekend): c'è attenzione alle "belle stagioni" anche se ci vuole tempo per far diventare strutturato e strutturale tale processo. Personalmente sono contento dell'adattamento, anche se lento, per evitare il completo abbandono della nostra località durante le mezze stagioni. Gli eventi in zona sono sempre molto, ed apprezzati».

■ Alberto Bertolini, vicepresidente dell'Asat

«Sul Garda le percezioni sono buone: c'è voglia di vacanza. Un aspetto che ci favorisce è che il nostro cliente tradizionale proviene dal Centro Europa ci raggiunge in auto: c'è ancora diffidenza nell'uso dei mezzi di trasporto pubblico. In un clima di mancanza di certezza assoluta per situazione in Ucraina, il turista decide con molto meno pro-



Foto Mauro Morandini

Il Cristo pensante, meta di molti turisti con partenza da passo Rolle



Il lago di Levico

grammazione e sceglie meta più raggiungibili. Gli stranieri sono tanti, come è tipico della zona del Garda, ma non mancano gli italiani che hanno “riscoperto” la nostra località nel 2020 e 2021. La stagione per noi è già lunga: da maggio a ottobre. Ma non ci basta: ad esempio marzo e aprile possono essere dei mesi che, se interessati, da eventi sportivi o congressuali possono dare soddisfazione in termini di occupazione. Lo stesso vale per fine ottobre ed inizio novembre. Per gli eventi, con piacere la fiera della calzatura è tornata alla sua originaria “dimensione”, anche economica, positiva».

■ Michele Viola, presidente dell'ApT Dolomiti Paganella

«I dati che stiamo attualmente monitorando sono positivi, compreso il mese di maggio appena trascorso. In particolare, i nuovi territori acquisiti dal nostro ambito (San Lorenzo Dorsino e Piana Rotaniana) sono particolarmente vocati al turismo durante la stagione primaverile. Per quanto riguarda Andalo, Molveno e Fai riscontriamo ottimi risultati per la parte bike e trekking sia per i passaggi agli impianti di risalita sia per la parte economica d'accoglienza. In termini di “belle stagioni”, quindi, il nostro ambito territoriale è pienamente in linea con gli obiettivi triennali di Trentino Marketing: ci stiamo lavorando già da tempo. Infatti, molte strutture iniziavano ad essere aperte già a fine maggio. Segnale che se gli operatori vengono informati e coinvolti possono contribuire a mantenere

la destinazione “aperta”. Storicamente il nostro territorio accoglie l'80% di clientela italiana, ma grazie all'apertura anticipata e ai nuovi target di bike e trekking, oltre alle ferrate, è più semplice intercettare i flussi stranieri. (Svizzera, Austria, Germania e Nord Europa). Da sottolineare che non mancano nuove aperture di attività commerciali legate al mondo bike ed all'arrampicata. Esiste anche una parte turistica “di nicchia” legata al benessere a Fai, con il parco del respiro. Tra gli eventi che vorrei ricordare c'è il Bike e Music Festival di fine maggio, che ha inaugurato la stagione delle due ruote nella Dolomiti Paganella Bike Area, con la partnership di Pirelli. Ad inizio ottobre a Molveno sbarca XTERRA World Championship 2022, la gara internazionale di triathlon che arriva in Europa per la prima volta, dopo essere stata “di casa” per 25 anni a Maui. Non scordiamo il Giro d'Italia femminile che, a luglio, toccherà la Piana Rotaniana con la partenza della penultima tappa e l'arrivo a San Lorenzo Dorsino»

■ Fabio Sacco, presidente dell'ApT della Val di Sole

«I colori della natura, la rigenerazione alle terme, un percorso silenzioso in e-bike. Oppure una passeggiata a cavallo, un'esperienza di detox digitale e un viaggio alla scoperta delle erbe officinali. Sono alcune delle esperienze



Rafting in Val di Sole

vincenti che proponiamo in questa estate 2022. Le nostre proposte sono accomunate dall'esigenza di rispondere ad una crescente attenzione degli ospiti per le attività che contribuiscono a recuperare il contatto con la natura, gli spazi aperti e la possibilità di porre un freno all'iperconnessione. Sullo sfondo, ovviamente, c'è l'eredità del Covid e la voglia di lasciarsi definitivamente alle spalle le scorie della pandemia. Abbiamo iniziato la stagione primavera/estate con Outdoor Days, tre weekend pensati per presentare il meglio delle nostre attività legate alla bike, all'acqua e al camminare in montagna. Continueremo su questa strada anche l'anno prossimo, rafforzando ancora di più l'offerta sull'inizio della stagione. A settembre e ottobre, invece, proponiamo Cheese Festival di Sole e Sinfonie d'Autunno. L'anno scorso, nel periodo compreso tra maggio e settembre, la Val di Sole ha accolto circa 110mila turisti, il 25% in più rispetto all'anno passato, quello più segnato dall'emergenza pandemica. Il dato 2021 non è troppo distante da quello registrato nel 2019 quando, nell'ultima estate prima del Covid, avevamo superato quota 118mila. La voglia di tornare alla vita normale da parte della popolazione e le potenzialità offerte dalle località montane fa sperare in numeri positivi anche nei prossimi mesi. L'occupazione media a giugno è già superiore a quella dello scorso anno, dunque ci aspettiamo sicuramente un'estate importante in termini di flussi, in linea con il periodo pre-covid. Il mercato domestico rappresenta ancora l'85% degli arrivi e delle presenze nel periodo maggio-settembre. Per noi, il passaparola resta il primo e vero "influencer" della scelta di vacanza. Investire quindi sull'esperienza dell'ospite, per renderla memorabile, significa investire in comunicazione. I programmi di attività, esperienze, eventi della Val di Sole riflettono questa convinzione: la nostra vuole essere una "collezione" in grado di soddisfare sportivi, amanti della

natura, visitatori attenti alla storia e alla cultura del territorio, chi è in cerca di relax e proposte benessere, appassionati di montagna e della buona cucina. Tra gli eventi su tutti spicca il "Grand Finale" della Coppa del Mondo di MTB, dal 2 al 4 settembre a Daolasa, che è il clou della nostra estate e mette in vetrina l'offerta delle due ruote, su cui stiamo investendo molto. La Val di Sole si conferma anche con forza la "valle dei ritiri calcistici". Quest'anno infatti ben 4 club di serie A e B svolgeranno la loro preparazione da noi: il Napoli ovviamente, poi Cremonese, Parma (presente anche con la sua squadra femminile) e Spal. A Passo Tonale, invece si terrà il Water Music Festival, per unire l'attenzione al tema risorse idriche, di straordinaria attualità in queste settimane vista la siccità che sta colpendo molte regioni italiane, con le performance di grandi interpreti della musica italiana. Ci sono poi decine di esperienze di alto livello, le nostre Wow Experience, pensate appositamente per stimolare il benessere psico-fisico. Abbiamo inaugurato da poco il suggestivo Parco Sonoro "Frusciò" in Val di Rabbi, che ospita un percorso costruito attorno a sette postazioni sonore per giocare con i rumori della natura e combattere lo stress digitale, immersi nella foresta di abeti e larici. E poi sono stati confermati molti altri appuntamenti fissi e che contraddistinguono la stagione estiva, come Cronache dall'Amia a Dimaro, e accompagnano fino ai suggestivi colori dell'autunno».

■ Filippo Debertol, presidente della sezione Asat di Alta Fassa

«Le prenotazioni al momento sono buone, e a giugno possiamo stimare un 10% in più rispetto allo scorso anno. Per quanto riguarda i flussi turistici estivi, in Val di Fassa si tratta principalmente di presenze ed arrivi italiani. Riguardo le belle sta-

gioni, credo ci sia ancora molto lavoro da fare: serve creare un prodotto nuovo, che oggi non esiste, ed approntare ed affinare una partnership tra tutti i comparti turistici. Al momento ci risulta complesso portare a termine con occupazione alta le stagioni normali, invernale ed estiva. Riguardo gli eventi, siamo partiti bene a giugno con il Dolomites Bike Day e con la Coppa del mondo Enduro: il mondo bici a giugno ha dato un contributo importante. Vorrei, infine, ringraziare tutti gli operatori turistici per sacrificio di riuscire a coprire ruoli che rimangono vacanti a causa dell'assenza di personale».

■ **Enrica Bettini, titolare del B&B La Betulla e autorevole rappresentante della propria categoria**

«Sono ottimista per la stagione estiva, che ha visto nel territorio della Vallagarina una soddisfacente presenza di turisti italiani e stranieri negli esercizi extralberghieri e nei B&B in particolare in questi giorni di inizio estate. E sono turisti che si fermano per più giorni, oltre ovviamente a chi fa tappa prima di arrivare alla propria destinazione. Molto

buone anche le prenotazioni nei mesi di luglio e agosto». Anche l'Azienda per il turismo di Rovereto e Vallagarina rileva una positiva partenza della stagione estiva nel settore alberghiero e della ricettività, e dello stesso parere è il presidente di sezione dell'Asat Mauro Nardelli. Le prospettive per i prossimi mesi non sono da meno, sia per la Città e il fondovalle che per la montagna.

■ **Franco Bertagnolli, presidente dell'ApT di Trento, Monte Bondone e Valle dei Laghi**

«Stagione partita presto nell'ambito turistico di Trento, grazie anche a due eventi di successo come il concerto di Vasco Rossi e il Festival dell'economia. Atmosfera dunque positiva con molti turisti stranieri che fanno di Trento una tappa della loro discesa verso sud, e meta di una visita ad una città ricca di storia, di musei e di monumenti. Prospettive di una stagione estiva buona, con i mesi di luglio e agosto già ora da quasi tutto esaurito. Bene anche per la montagna di Trento per antonomasia, il Bondone».

Cucina 4.0



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 40% sull'investimento. **Contattateci per avere maggiori informazioni.**

www.grandimpiantinoselli.com



GRANDIMPIANTI

Noselli

Partner of Niederbacher Gastrotec

PROJECT

COOK

COOL

WASH

SERVICE

GASTRO EQUIPMENT

Le ApT post riforma del turismo: Dolomiti Paganella

🕒 3' e 20"

👤 Luca Marsilli

Intervista al presidente Michele Viola

Con la riforma del turismo in Trentino è nata l'ApT Dolomiti Paganella. Nella quale sono confluite le precedenti associazioni che si occupavano di turismo della Paganella e della Piana Rotaliana, oltre all'area di San Lorenzo Dorsino, prima associata a Comano. «Quello di San Lorenzo Dorsino - spiega il presidente di ApT Dolomiti Paganella **Michele Viola** - è l'unico caso in Trentino di un'area che ha chiesto, e ottenuto, una deroga rispetto al piano di ridisegno territoriale elaborato dalla riforma. Una richiesta della comunità che riteneva preferibile l'inserimento nella nostra area rispetto a seguire Comano nell'accorpamento con l'Alto Garda».

■ **Ne è nata una ApT geograficamente molto compatta ma anche assolutamente varia per i territori che rappresenta e promuove. Partendo dalla base turisticamente già molto solida della Paganella**

«È stato strategicamente un passo notevole, perché il turismo della Paganella, estivo e invernale, è quello tipico di una proposta di montagna. Con la Piana Rotaliana si è aggiunta un'area straordinariamente vocata per l'enoturismo e l'escursionismo di fondovalle e culturale e con San Lorenzo Dorsino una proposta ancora diversa: quella dei borghi e del turismo rurale. Sono offerte che si integrano perfettamente: in pochi chilometri abbiamo una proposta che copre tutti i settori del turismo trentino contemporaneo e li mette in relazione tra loro. Credo che sia stata una soluzione particolarmente felice, elaborata ovviamente con i territori e le comunità nella fase di gestazione della riforma».

■ **Dal punto di vista della promozione, molte opportunità ma anche una complessità notevole**

«Partivamo da un'esperienza consolidata nell'analisi del mercato e delle sue nicchie, nella profilazione dei prodotti e nella promozione mirata sui mercati alla ricerca dei diversi tipi di turista che possono essere più interessati alle diverse proposte. Quindi sì, si è aggiunta complessità nell'elaborazione ma eravamo preparati per affrontarla. Penso di poter dire che l'arricchimento della proposta ha avuto esclusivamente effetti positivi: ci aspettiamo molto dai prossimi anni, ora che siamo a regime e usciamo dalla crisi della pandemia. Questa stagione ci dirà molto. Maggio si è già chiuso con numeri superiori a quelli del 2019: i conti si fanno alla fine, ma l'inizio è assolutamente incoraggiante».



Il presidente di ApT Dolomiti Paganella Michele Viola



Foto: archivio

Il lago di Molveno

■ **La riforma ha imposto una evoluzione importante, e pesante, anche dal punto di vista gestionale e organizzativo**

«È stato l'aspetto più impegnativo. Il bilanciamento dei finanziamenti pubblico e privato hanno imposto un ripensamento totale del bilancio e un cambiamento importante nell'impostazione di tutta la parte burocratica della gestione. Tanto che ci siamo dovuti avvalere dell'aiuto di uno studio notarile per fare tutto nel modo corretto e avere la certezza di non commettere errori. Anche il modo di lavorare è cambiato molto. Una rivoluzione interna che però, ora possiamo dirlo, ci ha dato una marcia in più. Dalla riforma siamo usciti più solidi da tutti i punti di vista: quello organizzativo, quello della proposta turistica che possiamo mettere sul mercato e anche quello dalla compattezza: gli operatori turistici sono oggi molto più uniti e partecipi di quanto non fossero prima».

■ **Lo spauracchio principale della riforma per alcune vecchie ApT era il vincolo di un finanziamento privato prevalente rispetto a quello pubblico. Voi da questo punto di vista come l'avete vissuta?**

«In verità la riforma ha formalizzato una situazione che per noi era già sostanzialmente consolidata. Il problema si è posto per zone meno turisticamente struttu-

rate, e quindi con meno operatori sul mercato. Ma per noi il limite del 51% di finanziamento da privati era rispettato già prima. Le quote degli operatori, gli sponsor, il contributo degli impianti di risalita: le risorse per noi venivano già in quota maggioritaria da lì. Quindi il problema è stato quasi esclusivamente contabile, perché serve di fatto una doppia contabilità per rendere conto dell'utilizzo mirato dei fondi pubblici. Ancora una volta, problemi organizzativi e di impostazione del lavoro che abbiamo affrontato e superato. Con fatica ma senza difficoltà insormontabili. A posteriori, sembra quasi che il modello delle nuove ApT sia stato modellato partendo dalla nostra realtà: ci siamo trovati allineati a tutte le nuove richieste senza sforzi, dal punto di vista concreto».

■ **Quindi nessuna criticità?**

«Assolutamente no. Ora che il lavoro di riorganizzazione è alle spalle, penso che la nuova impostazione ci possa dare soltanto effetti positivi. Abbiamo superato due anni complicati, e sono coincisi proprio con la fase di impostazione della nuova ApT. Adesso la strada è in discesa: ci sono le premesse per iniziare a raccogliere i frutti del lavoro fatto. E malgrado le difficoltà che il mondo sta attraversando, sono assolutamente ottimista».



Formazione professionale e cultura

L'Asat incontra l'assessore Mirko Bisesti

🕒 7' e 40"

Confronto sull'alta formazione e sull'attrattività delle scuole alberghiere con l'assessore provinciale all'istruzione, cultura e università **Mirko Bisesti**. A inizio giugno la Giunta esecutiva dell'Asat ha incontrato il rappresentante della Giunta provinciale al fine di discutere e di confrontarsi sul futuro della formazione professionale e con essa della capacità del sistema formativo di attirare studenti e di creare figure professionali qualificate per il comparto ricettivo trentino, nonché sulla cultura come leva per rafforzare la promozione del Trentino.

■ Istruzione e formazione

Il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** ha ricordato che «il sistema turistico e l'economia necessitano di un sistema formativo di qualità per formare persone che esprimano al meglio le

proprie potenzialità e per dotarle di competenze che le mettano in grado di inserirsi nel mercato del lavoro». Il turismo trentino e le sue imprese, per esprimersi al meglio sul mercato nazionale e mondiale, hanno bisogno di collaboratori qualificati, di competenze specialistiche, di formazione anche per gli stessi imprenditori. «Nel corso dell'attuale legislatura - ha detto Battaiola - tra l'Asat e il Dipartimento della Conoscenza ci sono stati confronto e condivisione sulla revisione dei piani di studio e su alcune iniziative sul territorio provinciale. Riteniamo importanti le azioni intraprese per rafforzare il rapporto scuola lavoro: l'avvio del sistema duale, i tirocini formativi, le varie forme di apprendistato, il consolidamento e il nuovo avvio dei percorsi di alta formazione professionale».

L'Asat si è rivolta all'assessore chiedendo l'introduzione in modo esteso nei programmi scolastici di ogni ordine e grado di un approfondimento sull'economia turistica nei suoi aspetti finanziari, culturali e sociali ed un impegno maggiore per quanto concerne l'attività di orientamento alla scelta delle scuole superiori. Tra le richieste dell'Associazione anche un coordinamento permanente tra tutti gli

attori della filiera (scuole, imprese e Provincia), al fine di verificare la rispondenza dei percorsi professionali alla domanda di lavoro delle imprese ed un confronto sulle modalità formative, sui percorsi e sui contenuti dei diversi indirizzi tecnici e professionali al fine di uno scambio proficuo tra esigenze del mondo imprenditoriale e sistema dell'istruzione, oltre all'affinamento e al sostegno degli strumenti messi in campo (sistema duale, apprendistato, tirocini) attraverso un confronto e una collaborazione sistematica a livello centrale e a livello di istituti scolastici. «In particolare - ha concluso - sono opportuni ulteriori e maggiori sforzi per elevare la qualità della didattica e per fare decollare il sistema duale che non ha ancora dato le risposte che il sistema si aspetta. Siamo in attesa infine di conoscere nei dettagli il progetto di riforma dell'alta formazione professionale elaborato dalla Fondazione Demarchi con il supporto di TSM e di come verrà recepita in Trentino la riforma degli ITS. L'Asat caldeggia da tempo la creazione di una scuola di alto profilo dove possano confluire, attraverso un opportuno processo di selezione, le ragazze ed i ragazzi provenienti dai diversi istituti sul territorio trentino e nazionale che abbiano ottenuto i migliori risultati.

L'assessore Bisesti ha voluto sottolineare che «in questi tre anni abbiamo riportato la barra al centro sulla formazione professionale per migliorarne l'attrattività verso i giovani». «Attualmente - ha spiegato - stiamo portando avanti una nuova progettualità sul sistema dell'alta formazione professionale. Alle scuole medie l'Iprase ha organizzato un momento di orientamento destinato al personale docente per far conoscere le opportunità delle scuole professionali trentine. Cercheremo di ripetere tale opportunità anche il prossimo anno, in modo tale che i docenti delle scuole media possano dare indicazioni più approfondite sulle chance della formazione professionale e delle scuole professionali». Bisesti ha commentato anche la tematica della modifica dei piani di studio: è un nostro obiettivo, nell'intento di aumentare la qualità delle competenze dei ragazzi nelle scuole professionali, in modo da far percepire all'esterno il fatto che le scuole professionali sono una scelta di pari livello rispetto ad altri tipi di scuola come i licei ad esempio. «Si tratta - ha precisato - di un primo passo per aumentare l'attrattività della formazione professionale presso le famiglie trentine. Un altro elemento per aumentare la qualità è quello di strutturare sempre più, così come stiamo già facendo, i percorsi su cinque anni per le professionali per permettere ai nostri ragazzi di poter ottenere la maturità e di poter scegliere ulteriori percorsi di formazione come l'alta formazione o l'università. Altro tasto su cui insistiamo è il rafforzamento del sistema duale sul modello mitteleuropeo che viene applicato dal vicino Alto Adige per avvicinare la scuola alle imprese e alle loro esigenze».



Da sinistra a destra l'assessore Mirko Bisesti ed il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola

L'obiettivo è fare del Trentino una terra di alta formazione che unisca le forze per dare un'offerta più attrattiva per la formazione professionale con una proposta che si colleghi alle Its Academy a livello nazionale per accedere ai fondi del PNRR. «Il tema dell'orientamento degli studenti delle medie verso le scuole professionali resta centrale e fondamentale - ha concluso. Per poter dare elementi concreti agli studenti serve la testimonianza di chi come voi albergatori ha una esperienza diretta nel settore e può spiegare cosa significa il lavoro nel turismo. Pensiamo a un Open day della scuola trentina in autunno per illustrare l'offerta formativa, compresa quella professionale, a famiglie e ragazzi in vista delle loro scelte future. Vogliamo mostrare i passi avanti fatti dalle scuole professionali trentine anche nel campo delle competenze che vengono trasferite agli studenti nell'ambito dell'innovazione e della tecnologia. Per quanto concerne la qualità complessiva della didattica e l'aggiornamento dei modelli di insegnamento mi impegno a mettere in campo delle azioni che consentano intervenire nella direzione auspicata».

■ Cultura

«Cultura, arte, spettacolo, ambiente e turismo - ha esordito Battaïola - sono concetti strettamente connessi tra loro. La promozione di iniziative di elevata qualità che esaltino le caratteristiche culturali, artistiche e ambientali del nostro territorio rappresenta una scelta strategica per sviluppare il turismo provinciale in maniera sostenibile». L'Asat ritiene necessario un costante confronto del sistema di coordinamento delle attività museali con le associazioni di categoria del comparto turistico attraverso la costituzione di opportuni tavoli di lavoro. «Una delle proposte che ci piacerebbe realizzare - ha spiegato Battaïola - è un museo diffuso su tutto il territorio provinciale utilizzando gli spazi messi a disposizione da alcune strutture alberghiere selezionate per la loro posizione, valenza storica o qualità dell'offerta dove esporre le opere d'arte che al momento sono conservate nei depositi dei musei e, pertanto, non fruibili da parte del grande pubblico. Andranno valutati attentamente tutti gli aspetti relativi alla sicurezza e alla protezione delle opere, ma riteniamo che possa essere un'idea, una strada, da percorrere assieme agli attori del mondo culturale provinciale».

Bisesti ha affermato che «sul fronte della cultura l'obiettivo è di promuovere all'esterno una immagine turistica che contempli anche gli investimenti importanti fatti in tal senso. Nel mondo della cultura abbiamo introdotto un metodo di dialogo comune. In prospettiva, grazie alla nuova legge che viene discussa in questi mesi, si prevede un coordinamento centrale, il Consiglio museale trentino, per meglio programmare le attività e le mostre sui territori al fine di vendere all'esterno un sistema trentino unico che possa aumentare l'attrattività del Trentino. In tale direzione vanno anche le mostre sul territorio organizzate dal Mart, ad esempio, al fine di portare all'esterno cultura e creando una ricaduta maggiore sul territorio. Anche l'Università si è mossa sul territorio aprendo un corso in val di Fiemme in vista delle Olimpiadi del 2026».

Interventi dei componenti di Giunta

Marco Masè: «Stiamo attraversando un momento delicato, soprattutto per la mancanza di collaboratori. Tuttavia, dopo la pandemia si sono presentate nuove opportunità come l'allungamento della stagionalità. L'aspetto culturale può andare proprio in quest'ottica in quanto è trasversale alle stagioni. La promozione del territorio andrebbe fatta prevalentemente da chi lo vive quotidianamente e non da chi ha scelto l'ambito turistico come ultima spiaggia».

Alberto Bertolini: «È fondamentale l'aspetto dell'istruzione: bisogna andare alla ricerca della qualità. È necessario che venga costruito un percorso chiaro perché gli studenti abbiano la consapevolezza di cosa andranno a fare, senza creare confusione. Ci sono validi collaboratori che scelgono il mondo del turismo anche dopo aver intrapreso altri percorsi di studi, per questo ritiene determinante anche la formazione continua. Inoltre, le aziende non possono agire da sole ma devono essere supportate dalle istituzioni. Per quanto riguarda la cultura sono fondamentali le iniziative di alto livello, ma anche quelle minori legate alla tradizione e al fatto che si possano vivere solo in Trentino determinate esperienze».



Walter Nicolodi: «Al momento risulta difficile garantire i servizi essenziali e completare gli organici. Sono convinto che nel rapporto fra scuole e mondo del lavoro è fondamentale il lavoro dei professori, ma sarebbe importante che gli imprenditori potessero presentarsi agli alunni e trasmettere il loro entusiasmo e la voglia di lavorare. Il problema di reperimento del personale è strutturale da diversi anni. Molti colleghi sono dovuti passare alla formula B&B per mancanza di collaboratori ed è sempre più difficile garantire la qualità dei servizi».

Emanuela Felicetti: «È fondamentale un intervento sui piani di studio inserendo il lavoro durante la stagione in modo che i ragazzi siano incentivati perché è stato riscontrato che, a differenza degli anni passati, gli studenti di oggi non lavorano durante la pausa estiva».

Stefania Angeli: «I ragazzi sono demotivati e il problema inizia dalla scuola media in cui i meno bravi o ancora immaturi vengono indirizzati verso le scuole professionali causando una svalutazione dell'offerta. Sarebbe più opportuno introdurre anni di formazione culturale che permettano ai ragazzi di maturare e solo in un secondo momento orientarli verso le scuole professionali».

Luigi Tavernaro: «Concordo sull'importanza dei professori per il coinvolgimento degli studenti e per trasmettere l'entusiasmo per il lavoro, tuttavia spesso ciò non avviene e, al contrario, vengono incentivati pensieri negativi rispetto al settore».

Natale Rigotti: «Già 40 anni fa l'Asat aveva pensato ad una scuola di formazione creando l'Accademia d'impresa: sono stati formati migliaia di giovani ma anche titolari d'azienda. È importante diffondere la cultura dell'ospitalità ma anche far conoscere le caratteristiche del territorio. C'è bisogno di formatori giovani, formati e preparati. È necessario mantenere l'ottimismo perché, anche se non sono problemi che si risolveranno a breve, l'ospitalità rimane vitale per il nostro territorio».

Walter Arnoldi: «È necessario valutare se sia positivo o negativo aver tolto ore alla formazione nelle scuole: ho recepito opinioni contrastanti in tal senso. Inoltre, il costo del lavoro è molto alto ed impegnativo per le imprese».

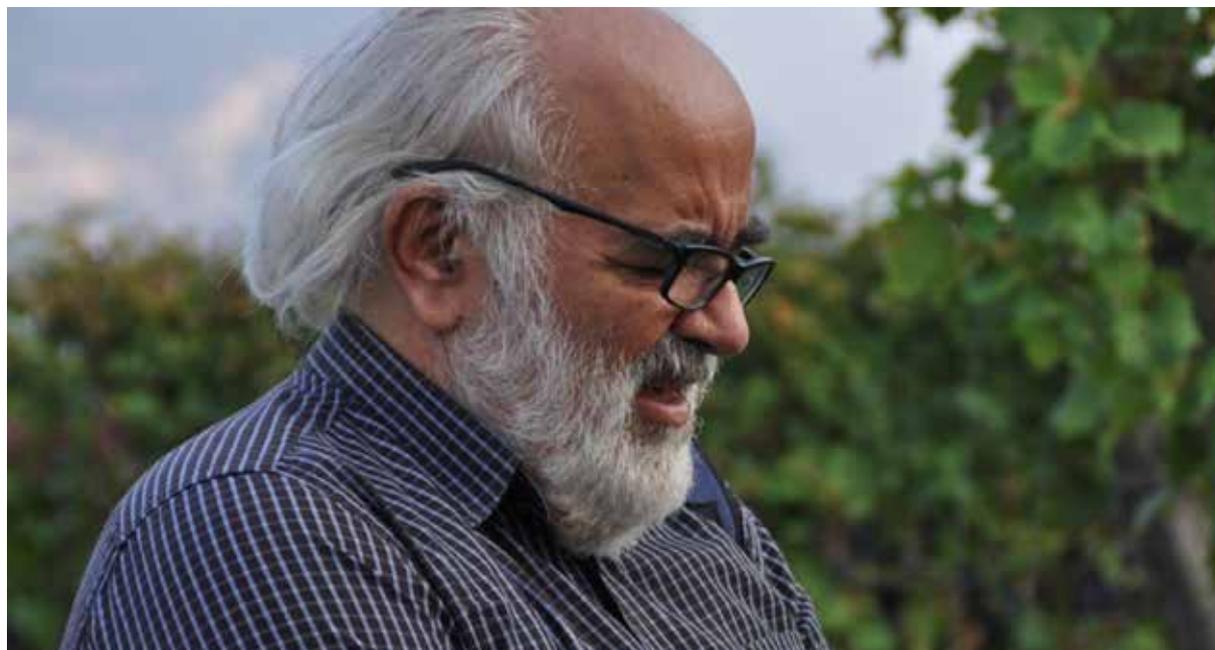
Vallagarina, terra di tradizione e di esperienze da vivere con «Cibo, Creatività, Gusto»

Rivisitazioni di ricette per un viaggio enogastronomico di proposta diversificata integrata con il territorio

🕒 3' e 20"

Valorizzare il territorio e i prodotti locali, favorendo il recupero di alcuni antichi saperi correlati al cibo. E, con ciò, garantire all'ospite un'esperienza inedita di proposta gastronomica locale. Un racconto da sperimentare del nostro territorio per il turista, frutto della sinergia di un insieme di attori che, con un

efficace lavoro di squadra, possa rafforzare il patrimonio di offerta turistica ed innovare nell'autenticità sviluppando progetti di rete (ristoratori, albergatori, produttori e cantine). Nasce così, su idea del presidente della sezione Asat della Vallagarina **Mauro Nardelli**, la proposta progettuale «Cibo, Creatività, Gusto» rivolta all'ApT Rovereto, Vallagarina, Monte Baldo e all'Istituto di formazione professionale alberghiero di Rovereto. Quindi, l'obiettivo è di ricercare e creare alcune proposte identitarie territoriali di cibo e di accoglienza con tema trasversale la sostenibilità, la biodiversità agroalimentare e le esperienze con focus sui prodotti e la possibile tracciabilità dei prodotti agroalimentari dei luoghi della Vallagarina, legandoli a delle proposte di ricette di un tempo rivisitate in tempi attuali in grado di legare univocamente il territorio ed essere protagonista del cambiamento, con possibili soluzioni da immettere sul mercato turistico. Tre le fasi previste per lo sviluppo di tale progetto, che vengono di seguito elencate.



Mauro Nardelli, presidente della sezione Asat della Vallagarina

Prima fase: creazione

«La storia del nostro territorio - esordisce Nardelli - ci ha consegnato un grande patrimonio: una varietà di esperienze e influenze legate alla cultura rurale, alla cucina, all'identità della Vallagarina». «Tale patrimonio di conoscenza - prosegue - contempla nei vari passaggi storici la valorizzazione e la lavorazione delle risorse locali naturali agroalimentari in una cucina semplice con pochissimi ingredienti. La prima fase vede, quindi, coinvolto come attore principale l'Istituto di formazione professionale alberghiero di Rovereto, dove gli allievi imparano a lavorare sulla materia e sulla consistenza del prodotto, i saperi della sua valorizzazione, la ricerca e la tecnica anche con utilizzo delle nuove attrezzature di cucina applicata alla tradizione per valorizzare nuovi sapori ed esprimere emozioni. Proprio partendo da ciò che ci è stato consegnato nel tempo (tradizione, ricette) e grazie all'impegno di professori ed allievi dell'Istituto è stato possibile dare un nuovo impulso e valorizzare i prodotti territoriali che ne stanno alla base, elaborando e consegnandoci nuovi piatti e nuove ricette».

Seconda fase: condivisione e comunicazione

Le ricette così elaborate verranno, a partire dal prossimo autunno, proposte dall'ApT verranno condivise in primis con gli attori territoriali del turismo (albergatori, produttori, ristoratori, artigiani della trasformazione e cantine). Successivamente, sarà sempre l'ApT a condividere tali ricette in maniera esperienziale con un target di soggetti nazionali ed esteri attraverso una comunicazione innovativa. «Al target di soggetti individuati dall'ApT verrà inviato - spiega il presidente dell'ApT Giulio Prosser - un cofanetto/cesto contenente il prodotto o la ricetta territoriale ottenuta al termine della prima fase. Successivamente, l'Istituto alberghiero tornerà di nuovo "in campo" con uno show cooking virtuale: divertente, semplice, con testimonial, produttori, studenti, professori, ristoratori e albergatori in una condivisione di esperienze, tradizioni, ma anche di ospitalità che valorizzi il territorio, i paesaggi e sapori e i suoi patrimoni identitari in un confronto con il target scelto, quindi con l'attrattiva turistica enogastronomica e culturale».

Terza fase: l'evento

«Al fine di condividere le esperienze vissute solamente in modo virtuale dalle persone che hanno partecipato alla seconda fase, in un'ottica di un confronto esperienziale diretto - dichiara Prosser - l'ApT intende organizzare sul territorio un evento della durata di un fine settimana (a primavera o a inizio autunno 2023). Non solo un evento, ma un modo di interagire e relazionarsi con la comunità in una condivisione di esperienze nel reinterpretare anche assieme alla scuola alberghiera le eccellenze del paniere agroalimentare della Vallagarina, valorizzando contemporaneamente la ricchezza territoriale dei suoi patrimoni identitari della cultura e arte.

Mauro Nardelli, presidente Asat Vallagarina.

«Un inizio, un primo passo che viene proposto al fine di "unire gli attori territoriali" in un percorso di costruzione di unicità di progetto. Un progetto strategico che vuole puntare ad un turismo di qualità grazie alla riorganizzazione dell'offerta turistica di qualità integrato in un dialogo continuo di interazioni di esperienze territorio/ospite nell'autenticità sviluppando progetti di rete. I prodotti del nostro territorio diventano in grado di veicolare il nostro patrimonio poiché "raccontati" nel loro contesto territoriale».

Giulio Prosser, presidente ApT Rovereto e Vallagarina.

«La collaborazione con il presidente dell'Asat della Vallagarina Mauro Nardelli è sempre stata molto proficua, anche in relazione alla sua grande esperienza nel settore agroalimentare. Il progetto in questione ci permette di formare, inoltre, ancora più accuratamente cuochi ed operatori alberghieri di domani che verranno a contatto con il nostro turista: ci teniamo a seguire la linea che il turista cerca».

Andrea Schelfi, dirigente dell'Istituto professionale alberghiero di Rovereto.

«Il progetto riguarda l'intero territorio e nasce nel segno della collaborazione reciproca e nella consapevolezza di andare a valorizzare il territorio e tutte le sue peculiarità, anche nel settore enogastronomico. Oggi, se un turista chiede il piatto tipico della zona, siamo quasi in difficoltà a dare risposta: di qui l'idea di valorizzare le ricette storiche, rivederle e fare una selezione per individuare menu tipici della nostra zona che valorizzino i nostri prodotti ed i nostri vini. Sarà, poi, compito di ristoratori ed albergatori farli divenire menu tipici territoriali».

Parte l'iniziativa dell'estate «Il piatto buono. #alimentalasolidarietà»

18



L'Asat collabora con il centro di solidarietà di Trento a sostegno di chi ha bisogno, insieme a Confcommercio e Confesercenti del Trentino

🕒 3' e 40"

È partita l'iniziativa dell'estate: «Il Piatto Buono. #alimentalasolidarietà», che ha come obiettivo quello di raccogliere fondi per rafforzare l'aiuto a persone e famiglie in difficoltà su tutto il territorio provinciale. A lanciarla sono il Centro di Solidarietà di Trento e Confesercenti del Trentino con la partecipazione di Confcommercio, dell'Asat e il sostegno di Pat, Comune di Trento, Palazzo Roccabruna, Round Table Rovereto, Banca di Trento.

Che cos'è «Il piatto buono»? «È una pietanza inserita, per tutta l'estate, in menù di rifugi, ristoranti ed esercizi pubblici aderenti all'iniziativa - spiega **Massimiliano Peterlana**, vicepresidente di Confesercenti del Trentino

- Un piatto, ma anche un aperitivo legato al territorio trentino, che i ristoratori proporranno alla clientela all'interno della propria offerta. Il cliente che vorrà partecipare acquisterà il piatto con una maggiorazione del 50%, che sarà devoluta interamente a favore del Centro di Solidarietà di Trento, una realtà ben radicata nel territorio trentino». Dal 1996 il Centro di Solidarietà opera per aiutare e sostenere persone e famiglie in difficoltà attraverso il semplice gesto della consegna di un pacco alimentare mensile e risponde ad altri eventuali bisogni segnalati.

«In questi ultimi due anni Covid, guerra e rialzo dei prezzi hanno contribuito ad acuitizzare l'emergenza povertà anche in un territorio ricco e virtuoso come il nostro Trentino - sottolinea la direttrice del Centro di Solidarietà di Trento **Eloisa Modena** - Abbiamo riscontrato un aumento di oltre il 50% del disagio anche in famiglie che prima non avevano mai richiesto aiuti esterni. Ad oggi il CdS sostiene circa 920 nuclei familiari e conta su più di 150 volontari. Nel 2021 sono stati distribuiti 2195 pacchi: kg 74.735,09 di alimenti. Da marzo 2021 il CdS propone attraverso uno sportello di accoglienza e ascolto un nuovo ed efficace supporto a chi vive un momento di difficoltà tramite un'attenta analisi dei bisogni. Con questa iniziativa ci siamo attivati per una raccolta fondi per creare una collaborazione tra profit e no profit».

A evidenziare il momento di difficoltà e la necessità di fare rete l'assessora alle politiche sociali del Comune di Trento **Chiara Maule**: «Bene che ci sia questa collaborazione tra profit e no profit, in questi due anni abbiamo

avuto un aumento di persone in difficoltà. Le famiglie trentine fanno fatica a chiedere aiuto, dobbiamo cercare di intervenire prima e far sentire meno sole queste famiglie. Come possiamo fare? Come stiamo facendo, attraverso la rete che abbiamo e attraverso le associazioni che sono vicine a queste persone e che possono intervenire nella difficoltà ancora prima che questa diventi disagio».

«Quando siamo stati contattati dal Cds con questa proposta abbiamo subito accettato - aggiunge il vicepresidente di Confesercenti del Trentino **Massimiliano Peterlana** - coinvolgendo anche Asat e Confcommercio. L'appello a partecipare ha avuto un buon riscontro. La nostra categoria sa quanto sia stato difficile resistere e non cadere. Tanti colleghi sono stati costretti a chiudere le proprie attività e a confrontarsi con situazioni di nuove povertà prima inimmaginabili».

«Abbiamo dato con piacere la nostra adesione al progetto - aggiunge **Marco Fontanari**, presidente Associazione ristoratori del Trentino - perché come associazione e come imprenditori crediamo molto nel ruolo anche sociale dell'impresa. La pandemia e ora la guerra alle porte dell'Europa stanno modificando profondamente la nostra società, portando alla luce quelle fragilità che non siamo riusciti né a prevenire né ad accudire sufficientemente. Ben vengano queste iniziative che sensibilizzano tutta la comunità».

Così **Davide Cardella**, direttore dell'Asat: «In questo contesto di fragilità economica e sociale anche il mondo del turismo è chiamato ad intervenire. L'Asat crede in un turismo "sostenibile" che si declina in "solidale" contribuendo a migliorare la qualità di vita delle persone che abitano il territorio. Siamo certi che anche in questo momento, come già accaduto in altre situazioni emergenziali, dal terremoto in Abruzzo alla recente campagna di aiuti a favore della popolazione Ucraina, il settore del turismo darà risposte concrete di sostegno e aiuto».

Per tutta l'estate «Il piatto buono» verrà proposto ai clienti del circuito aderente, la somma raccolta verrà devoluta al Centro di Solidarietà di Trento. L'elenco degli esercizi aderenti verrà pubblicato su una pagina dedicata del sito cdstrento.org consultabile dai clienti tramite un QR Code appositamente creato. «A ciò si aggiunge - dice ancora Modena - la cena stellata di beneficenza che si è svolta giovedì 16 giugno a Palazzo Roccabruna con gli chef **Alfio Ghezzi** e **Veronica Forchielli**. Una cena sold out che ha visto grande adesione per la disponibilità di "fare del bene" oltretutto "mangiare bene"».

Così, infine, **Roberto Failoni**, assessore provinciale al turismo: «Questo progetto è un segnale importante che arriva dalla ristorazione trentina, operativa non solo a parole ma con i fatti. Ora aspettiamo i nostri trentini e i turisti con l'auspicio che sappiano cogliere l'opportunità che davanti a un buon piatto si possa fare anche solidarietà. Bello vedere le categorie insieme anche per queste iniziative».



Da sinistra a destra: Cardella, Failoni, Modena, Peterlana, Forchielli, Ghezzi e Fontanari



Mattia Gottardi, assessore agli enti locali, trasporti e mobilità

Riforma delle Comunità di valle

Le osservazioni dell'Asat e del Coordinamento provinciale imprenditori

🕒 4' e 10"

👤 Roberto Pallanch

In principio furono i Comprensori pensati e istituiti quali enti intermedi tra Comuni e Provincia, con lo scopo di essere enti di carattere programmatico dello sviluppo economico e sociale su territori più vasti di quello comunale e di minor dimensione rispetto al territorio e all'istituzione provinciale. Una delle tante scelte o meglio intelligenti intuizioni del periodo e del pensiero di **Bruno Kessler**, illuminato presidente della Provincia che volle il Trentino più moderno, aperto al mondo e agli influssi economici e culturali di una società in profonda trasformazione. La volontà era di evitare che il «Trentino fosse piccolo e solo» di fronte ai cambiamenti e alle sfide di quegli anni. Di questo disegno fanno parte la nascita dell'Università di Trento, dell'Istituto Trentino di cultura, la programmazione urbanistica e, appunto, in un illuminato disegno unitario, i comprensori che

in particolare gestirono i servizi sociosanitari e la programmazione urbanistica. I Comprensori nel corso degli anni manifestarono, sia pure con risultati diversi sul territorio provinciale, evidenti limiti derivanti per molta parte dal fatto che ad essi, diversamente da quanto pensato e previsto nel disegno originario, non furono attribuiti poteri e funzioni che garantissero il dispiegamento pieno delle loro potenzialità. La Provincia, anziché trasferire poteri, scelse la strada delle deleghe sia decisionali che di spesa. Nei fatti i Comprensori furono sviliti e depotenziati.

Nel 2006 il tentativo di riforma e di rilancio del disegno originario con l'istituzione delle Comunità di Valle in numero di 15, con Trento con un proprio autonomo. Anche in questo caso ad esse dovevano essere attribuiti precisi poteri e anche rafforzate con l'elezione diretta degli organi di governo da parte dei cittadini. I risultati anche in questo caso non si sono dimostrati all'altezza delle aspettative con opposizione da parte di molti, anche dei Comuni che si sentivano espropriati delle loro prerogative.

Seguirono due riforme, che hanno cercato di semplificare, di dare efficienza e di riequilibrare il rapporto tra Comunità e Comuni. Importanti da questo punto di vista il percorso di accorpamento dei Comuni che da 228 sono arrivati ad essere 164 e all'istituzione delle Gestioni associate di funzioni comunali, ad esempio

uffici tecnici, dei tributi e altre ancora. Gestioni associate prima obbligatorie e già all'inizio di questa legislatura rese volontarie. Sempre l'attuale maggioranza commissariò le Comunità, dichiarando il proprio orientamento di radicale riforma e cancellazione delle Comunità. Il disegno di legge dell'assessore **Mattia Gottardi** ora interviene sul piano della gestione e regolazione urbanistica, con la nuova definizione delle Commissioni per la pianificazione del territorio e il paesaggio delle Comunità e le Commissioni edilizia comunali e dei loro poteri e ancora con una nuova configurazione degli organi di Governo. Il meccanismo istituzionale sottostante al disegno di legge vuole attribuire più poteri ai sindaci e riequilibrare il rapporto tra Comunità e Comuni, soprattutto per venire incontro alle aspettative di quelli più piccoli.

L'Asat e il Coordinamento provinciale imprenditori, chiamati ad esprimere le proprie valutazioni sul disegno di legge, hanno espresso un giudizio sostanzialmente positivo rilevando che «per quanto riguarda il piano della disciplina urbanistica, sono condivisibili l'assegnazione di rafforzate competenze ai Comuni e le semplificazioni che vanno nella direzione della riduzione dei tempi autorizzatori e del numero di

passaggi tra enti diversi». Una preoccupazione emerge invece da parte del mondo economico perché si dice che «nel ridisegnare il ruolo di centralità dei Comuni, non vanno tuttavia sottaciuti, in un'ottica di visione complessiva della complessità e delle interrelazioni socio-economiche e politiche, i rischi di un eccessivo frazionamento degli interessi e dell'incapacità o cattiva volontà di sintesi. Bisogna evitare chiusure localistiche e quel che viene definito "campanilismo", ribadendo l'opportunità e, in taluni casi, la necessità raggiungere obiettivi superiori e condivisi. La dimensione territoriale, coincidente con quella comunale, spesso non è quella ottimale in termini di efficienza e efficacia nell'erogazione dei servizi a rete».

Per il **Coordinamento provinciale imprenditori**, inoltre, l'eliminazione dell'obbligo delle gestione associate introdotto dal Governo provinciale è una «scelta fatta alla luce dell'esperienza di questi anni (spesso problematica) delle Gestioni associate ed appare oggi coerente al disegno complessivo della riforma, a patto che significative misure di incentivo alla



Foto uffici stampa provinciali trentini

Bruno Kessler, presidente della Provincia autonoma di Trento dal 1960 al 1974

collaborazione allontanino da subito il rischio che prevalgano spinte micro-identitarie, inevitabilmente orientate a replicare processi e a moltiplicare passaggi quando invece si impone una gestione economicamente sostenibile dei servizi con ambiti territoriali più ampi di quelli della singola municipalità». Di pari importanza e ritenuto «auspicabile un processo di accorpamento e di aggregazione tra Comuni, che affianchi il consolidamento delle Gestioni associate», così come è stato sottolineato «che i Comuni di più piccole dimensioni e meno strutturati, pur rispettando il ruolo istituzionale di ciascuna amministrazione, dovranno essere orientati verso forme di cooperazione intercomunale o sovra-comunale per garantire la piena attuazione delle nuove competenze».

Nel documento di osservazioni del Coordinamento imprenditori si evidenzia, inoltre, che «la necessaria qualificazione e il potenziamento del ruolo dei Comuni in merito all'attività di programmazione economica e pianificazione



urbanistica deve mantenere una coerenza rispetto agli obiettivi di sviluppo provinciale» ed ancora che «importante è che venga garantito nel contesto del riordino delle Comunità di Valle e del nuovo e più significativo ruolo dei Comuni un ambiente amministrativo e burocratico favorevole all'operatività delle imprese. Norme e regolamenti e procedure amministrative devono risultare omogenee su tutto il territorio provinciale e, a tale scopo, si devono trovare modalità di confronto e condivisione tra i diversi livelli istituzionali dell'Autonomia e il mondo imprenditoriale. Gli operatori economici hanno bisogno di stabilità, omogeneità e quindi prevedibilità nelle decisioni delle istituzioni di ogni livello di governo».





Spaven tosa mente Digitali

Il ragno della corteccia di Darwin è grande solo 3,5 centimetri, ma tesse le ragnatele più grandi del mondo: sette metri di fili di ancoraggio per oltre 1,5 metri di larghezza totale.

La seta che usa è il materiale biologico più resistente mai studiato.

Già, anche chi è piccolo può ottenere grandi risultati con gli strumenti giusti: web design, user experience, contenuti di qualità, ottimizzazione per i motori di ricerca, campagne sponsorizzate, misurazione ed analisi dei dati di navigazione.

Noi lo chiamiamo **sfruttare la rete**.

www.ogp.it

OGP

OLTRE LE APPARENZE



Cordella confermato presidente della Strada dei formaggi delle Dolomiti

🕒 3' e 00"

Il futuro nella riorganizzazione provinciale va disegnato guardando al nuovo, facendo tesoro di quanto fatto sinora

«L'intenzione è di guardare al futuro facendo tesoro di quanto seminato e raccolto sinora». Queste le parole di **Pierantonio Cordella**, albergatore di Primiero nonché membro della giunta provinciale dell'Asat e componente del consiglio nazionale di Federalberghi, che resta al timone della Strada dei formaggi delle Dolomiti grazie alla fiducia unanime del neoeletto Comitato di Gestione, anch'esso espressione di una scelta assembleare che premia la continuità, anche per quanto riguarda i due vicepresidenti, **Alberto Vaia** della Val di Fiemme e **Luigi**

Deluca della Val di Fassa. Una scelta quasi naturale, seppur pensata e voluta, in vista della riorganizzazione della governance turistica provinciale che vede protagoniste anche le Strade del Vino e dei Sapori del Trentino.

«La creazione di un **Hub del Gusto Trentino** sulla quale stiamo ragionando, insieme alla Provincia, alle altre due Strade e ad una serie di interlocutori del settore - spiega il presidente - non deve essere vista come l'obiettivo da raggiungere, ma come uno strumento nuovo in grado di rispondere alle esigenze concrete del mercato e del territorio, senza perdere il forte legame con esso, con i suoi operatori e attori locali, vero motore dell'eno-gastronomia trentina».

La sfida in questo processo di cambiamento normativo, supportato da un percorso di accompagnamento da parte di TSM (Trentino School of Management) in partenza a breve, riguarderà le modalità d'avvento del processo, con un ragionamento sulle modalità operative e tenendo sempre presenti i bisogni reali, affinché il cambiamento porti per tutti un miglioramento oggettivo. «Credo che la sfida si giocherà soprattutto sul ruolo e sulla struttura organizzativa - continua Cordella - evitando centralizzazioni e omologazioni a favore di assetti flessibili e capillari che conservino le preziose relazioni maturate con gli operatori in questi anni di lavoro».

Alle spalle sedici anni da presidente, in cui Cordella è riuscito a ricavare un ruolo importante per la Strada a favore del territorio sia nei confronti degli operatori associati che trovano input e supporto per qualificare e innovare la propria offerta, sia verso enti, ApT e comitati locali ai quali vengono offerti servizi ad hoc. Ruolo che ben si inserisce nella bozza progettuale che si sta disegnando insieme alla Provincia per arrivare ad un modello di governance più efficace. «Ho visto nascere questa associazione nel 2004, con il riconoscimento provinciale, ma ne ho fatto parte sin dal 2002 con primi tavoli di lavoro e sono orgoglioso di quanta strada abbia percorso, della relazione di fiducia e stima reciproca instaurata con i soci e della sinergia nata da subito con le tre ApT di competenza che hanno sempre trovato in noi un braccio operativo importante sull'organizzazione di iniziative ed eventi, ma anche un incubatore di contenuti ed esperienze nuove da comunicare attraverso i loro potenti canali». Un lavoro di squadra che ha portato buoni frutti che si vogliono continuare a coltivare, seppur nella consapevolezza che qualche cambiamento, dopo quasi 20 anni, sia necessario per rispondere meglio alle nuove esigenze di mercato.

Per dare uno spaccato del lavoro svolto dalla Strada dei formaggi delle Dolomiti, sono state oltre 100 esperienze aziendali che si sono susseguite nel corso del 2021, interessando tutte le stagioni a riprova di un turismo legato al food che può abbracciare tutto l'arco dell'anno, coinvolgendo in alcuni momenti anche gli stessi residenti. Tour in carrozza o con e-bike alla

scoperta della filiera casearia, full immersion nella vita dei contadini e degli allevatori di montagna, *cooking class* in location di prestigio, esperienze di fattoria didattica con un elevato coinvolgimento di adulti e bambini, degustazioni narrate e masterclass in contesti caratteristici e di prestigio come Palazzo Scopoli o il Palazzo della Magnifica Comunità di Fiemme, sono alcuni esempi di come le restrizioni anti Covid abbiano spronato le aziende a mettersi in gioco e realizzare contenuti nuovi. Un territorio che sa rinnovarsi, proponendo esperienze che incontrano la soddisfazione dei partecipanti e portano il giusto valore economico, a sostegno di una sostenibilità non solo ambientale.

«Da sempre lavoriamo sulla cultura di prodotto anche grazie a momenti formativi dal taglio pratico - spiega Cordella - Nel 2022 spazieremo dalla gestione in autonomia dei social, attraverso la produzione di immagini e video food da mobile, allo storytelling del vino trentino, che attiveremo in autunno con momenti di aula e un eductour in collaborazione con la Strada del Vino e dei Sapori del Trentino e il Consorzio Vini del Trentino, a riprova di quanto crediamo sia importante lavorare in sinergia, anche oltre i confini territoriali».

Ed è proprio nella parola sinergia che si gioca il futuro, nella speranza tutti i soggetti chiamati in questo processo di cambiamento possano unire le forze per un miglioramento a vantaggio di tutto il Trentino.



Il presidente della Strada dei formaggi Pierantonio Cordella

Il Consorzio vignaiolo del Trentino punta sul rapporto col canale Horeca

🕒 3' e 50"

Nel post Covid le aziende associate sono in ripresa

Consorzio Vignaioli del Trentino: nel post Covid le aziende vitivinicole associate, ad oggi più di 65, sono in ripresa. Ed il futuro punta sulla sinergia con il canale Horeca. L'intervista alla presidente **Clementina Balter**.

Chi è il Vignaiolo?

«Il vignaiolo è colui che produce vino con le uve del proprio vigneto e che segue in prima persona l'intero ciclo produttivo, dalla vigna alla cantina fino alla commercializzazione. Inoltre, il vignaiolo è un artigiano di territorio, in antitesi rispetto alle produzioni industriali ed intensive, che svolge all'interno della propria azienda tutti i passaggi di produzione, trasformazione e commercializzazione e ne garantisce in prima persona il risultato, la sostenibilità e la qualità. Ci piace pensare al vignaiolo come colui che si prende cura del proprio pezzo di territorio e di paesaggio e che attraverso i propri vini ne dà un'interpretazione unica ed autentica».

E il Consorzio Vignaioli del Trentino?

«Siamo un consorzio di piccole cantine vitivinicole, che conta ad oggi più di 65 soci. Il nostro consorzio nasce nel 2015 dalla trasformazione dell'omonima associazione, nata nel 1987, prima nel suo genere in Italia. Rappresentiamo la grande maggioranza delle cantine artigianali del Trentino, produciamo servizi e forniamo consulenza allo scopo di supportare l'attività dei nostri soci, organizziamo la partecipa-

zione collettiva ad eventi locali e non allo scopo di promuovere il lavoro e i prodotti degli associati. Tutti i nostri soci sono al contempo anche soci della Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti (la FIMI a cui da qualche mese è a capo il nostro ex Presidente **Lorenzo Cesconi**), che raccoglie ad oggi circa 1500 soci in tutta Italia e che garantisce la rappresentanza dei vignaioli a livello nazionale e, tramite la Confederation Europeenne des Vignerons Indipendants (CEVI), a cui da qualche mese è a capo l'italiana ed ex presidente della FIMI **Martilde Poggi**».

Quali sono attualmente i principali obiettivi e le tematiche che più stanno a cuore al Consorzio Vignaioli del Trentino?

«I vignaioli in Trentino contano in termini numerici circa il 5% del settore. Siamo piccoli, anche se rappresentiamo le produzioni di maggiore qualità ed eccellenza. Il nostro obiettivo principale è



La presidente dei Vignaioli del Trentino Clementina Balter



Foto: Luca Rivera

quello di rappresentare i nostri soci e le loro esigenze presso le istituzioni pubbliche. L'altro nostro scopo sociale è quello di aiutare le aziende associate, soprattutto le più piccole, a muoversi in un settore ipernormato, iperburocrattizzato e ipercontrollato. Questo rischia di schiacciare l'iniziativa delle aziende più piccole, o di costringere un vignaiolo a passare più tempo in ufficio che non in campagna o in cantina. Negli anni abbiamo sviluppato la capacità di produrre in forma collettiva consulenza e servizi specifici per le esigenze dei nostri associati, anche allo scopo di supportarne percorsi di crescita, innovazione e sviluppo».

■ **Quale è il vostro stato di salute?**

«Nel 2022 il nostro Consorzio ha già raccolto l'adesione di sei nuovi soci, e questo ci fa capire di essere sulla strada giusta. In Trentino c'è una cantina ogni 70 ettari di vigneto, mentre nei territori più blasonati il rapporto è di 1 a 5 o anche meno. Questo fa capire quanto spazio c'è per vedere anche in Trentino nuovi vignaioli: chiediamo da tempo anche alla Provincia politiche adeguate a questo obiettivo. Ne beneficerebbe l'intero settore, e quindi anche la reputazione del nostro marchio territoriale oltre a settori come quello della ricettività e dell'enoturismo».

■ **Come sta andando la produzione?**

«Gli anni del Covid sono stati duri. I vignaioli operano praticamente al 100% nel canale Horeca o direttamente con il consumatore finale. Siamo parte della vostra filiera e quindi il lockdown, a differenza di coloro che operano con la GDO, ha inciso fortemente sul nostro settore. Nell'ultimo anno comunque le nostre aziende hanno visto ottimi risultati, sia in termini di produzione sia di commercializzazione e fatturato. Il nostro lavoro e la nostra

capacità di resistenza nel momento più buio sono stati premiati: la voglia di ripartire ha fatto il resto. Il vino è un prodotto sociale e dopo il Covid i consumi sono cresciuti».

■ **Che tipo di rapporto esiste tra il mondo dei vignaioli consorziati, la loro produzione di qualità ed il canale Horeca, in particolar modo con la categoria degli albergatori e ristoratori?**

«Uno studio recente ci dice che il consumo di vino fuori casa muove più della metà delle bottiglie di vino vendute in Italia, e questo basta per far capire quanto sia forte ed imprescindibile il rapporto che abbiamo con il vostro settore. Per i vignaioli questo rapporto è anche più importante, perché operano in via quasi esclusiva con il settore Horeca. I consumatori richiedono sempre più servizi di qualità, cibo sano e giusto, preparazioni ricercate e produzioni enologiche di eccellenza, sostenibili e di territorio. Per questo crediamo che il rapporto tra il canale Horeca e i vignaioli sia strategico».

■ **Quali sono le potenziali future possibilità di sviluppo del rapporto tra Consorzio e canale Horeca? Avete qualche particolare partnership o progetto con l'Asat?**

«Il rapporto tra vignaioli e l'Asat è forte e consolidato. I nostri prodotti sono ben presenti negli alberghi del Trentino e con l'Asat da anni portiamo avanti collaborazioni sia sul piano della promozione incrociata sia della formazione per gli operatori. L'auspicio è che questo rapporto possa continuare a rafforzarsi e che gli alberghi e le imprese turistiche trentine possano diventare sempre di più una casa per i vignaioli del Trentino e per i loro vini».

Nasce un nuovo quotidiano in Trentino

L'Asat tra i soci fondatori

🕒 1' e 45"

✍️ Arianna Bertagnoli

In Trentino nasce un nuovo quotidiano. Un progetto volto a stimolare il dibattito pubblico e ad ampliare l'offerta di informazione per la comunità trentina, frutto della sinergia delle principali associazioni di categoria, sarà il punto di riferimento del mondo economico e produttivo trentino. «Una voce nuova - afferma il presidente dell'Asat Giovanni Battaola - espressione dei territori e del mondo produttivo locale in nome di un maggior pluralismo dell'informazione».

Un giornale dei trentini, per i trentini che nasce dalle braccia della neocostituita Fondazione Synthesis di cui oltre all'Asat fanno parte altre quattro associazioni di categoria trentine: Confindustria Trento, Cooperazione Trentina, Associazione Artigiani del Trentino ed Ance Trento. La Fondazione avrà l'obiettivo di promuovere progetti sul territorio, occasioni di formazione e di informazione, iniziative e appuntamenti rivolti alla popolazione, con particolare riguardo ai giovani e al mondo delle scuole.

Il Consiglio di amministrazione della Fondazione è espressione delle categorie economiche che la compongono: il presidente è **Fausto Manzana** (presidente Confindustria Trento), mentre i consiglieri sono **Giovanni Battaola** (presidente Asat) **Roberto Simoni** (presidente Cooperazione Trentina), **Italo Monfredini** (Cooperazione Trentina), **Barbara Fedrizzi** (Confindustria Trento), **Marco Segatta** (presidente Associazione Artigiani del Trentino) e **Andrea Basso** (presidente Ance Trento). «La Fondazione Syn-



Il presidente dell'Asat Giovanni Battaola

thesis sarà un luogo di animazione culturale, di confronto e approfondimento, di promozione e conoscenza dei valori dell'autonomia - afferma Manzana - Nasce con un primo, ambizioso, obiettivo: quello di portare in edicola e online un nuovo quotidiano di informazione. Sarà una palestra di dibattito di qualità».

La nuova piattaforma editoriale si rivolgerà ai moderati trentini, sarà un giornale a servizio del territorio e della comunità provinciale, che racconterà in modo costruttivo i temi importanti locali. Il nuovo progetto seguirà un modello organizzativo sostenibile, innovativo, multipiattaforma, orientato alle nuove tecnologie e all'evoluzione dei modi di fruizione dell'informazione, attento ai costi senza rinunciare alla qualità. La volontà dei fondatori non è quella di creare una voce per le associazioni di categoria, bensì uno strumento per favorire la libera discussione sui temi cruciali per il futuro del Trentino, promosso e sostenuto dall'imprenditoria trentina.

L'appuntamento è, quindi, per il mese di novembre per conoscere, sfogliare, cliccare e scrollare il nuovo giornale trentino: restano per ora ancora segreti il nome, la grafica, la redazione ma sappiamo che al timone ci sarà una penna già nota in Trentino, quella del giornalista professionista **Simone Casalini**.

Hospitality diventa «fiera internazionale»

🕒 1' e 50"

Un riconoscimento che conferma la valenza dell'evento e darà impulso allo sviluppo di nuovi progetti

Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza, la più completa fiera italiana dedicata al settore Ho.Re.Ca., ottiene la certificazione di manifestazione internazionale. L'attestazione di manifestazione internazionale, rilasciata dalla Provincia autonoma di Trento, è stata assegnata da ISFCERT (Istituto Certificazione Dati Statistici Fieristici), riconosciuto da ACCREDIA, dopo gli audit e un'attenta analisi dei dati di espositori e visitatori secondo i rigidi criteri nazionali stabiliti nell'ambito dell'intesa Stato/Regioni del 2014. «Siamo molto orgogliosi di questo importante riconoscimento, frutto di un lavoro costante e di investimenti che come Riva del Garda Fierecongressi abbiamo sostenuto negli anni. Oltre a rappresentare una garanzia di qualità e affidabilità, grazie alla certificazione potremmo dare un ulteriore impulso alle attività di incoming, potenziando la presenza di buyer esteri provenienti da più Paesi, oltre a proseguire nello sviluppo di nuovi e ambiziosi progetti» commenta **Alessandra Albarelli**, direttrice generale di Riva del Garda Fierecongressi. «La certificazione - prosegue - non è, infatti, solo un traguardo importante ma un nuovo punto di partenza

strategico che ci consentirà di dare una maggiore visibilità a Hospitality, grazie all'inserimento nel calendario degli appuntamenti fieristici internazionali e all'accesso ai fondi dedicati messi a disposizione dal Ministero degli Affari Esteri e da Agenzia ICE (ITA-Italian Trade Agency), sia a livello promozionale che con programmi speciali a favore degli operatori stranieri». La certificazione rappresenta un'opportunità anche per gli espositori che potranno richiedere contributi per la loro partecipazione a Hospitality, grazie al nuovo status di fiera internazionale in Italia.

Hospitality 2022 si è conclusa con soddisfazione sia da parte degli espositori sia dei visitatori che hanno apprezzato in particolare la qualità dei contenuti, le opportunità formative e di networking. «Nell'ultima edizione abbiamo implementato una serie di attività di internazionalizzazione, concentrandoci in particolare su un progetto di incoming di delegazioni provenienti da selezionati Paesi come Germania, Ungheria, Svizzera, Belgio, Malta, Grecia, Croazia e Uzbekistan. Grazie alla certificazione potremo ampliare ulteriormente la platea di operatori esteri per offrire sempre maggiori opportunità di business e di networking ai nostri espositori. Inoltre, abbiamo avviato una partnership con la Fiera di Valladolid per un progetto dedicato alla mixology e, sempre in un'ottica di crescita, stiamo lavorando per creare nuove sinergie e collaborazioni con altre fiere estere», conclude **Giovanna Voltolini**, Exhibition Manager di Hospitality.

In programma a Riva del Garda dal 6 al 9 febbraio 2023, Hospitality rientra oggi tra le manifestazioni internazionali che vengono pubblicate sul sito di AEFI, l'associazione che raggruppa le fiere italiane, su calendariofiereinternazionali.it e nel calendario delle manifestazioni fieristiche internazionali della Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome.



Alessandra Albarelli, direttrice di Riva del Garda Fierecongressi



Madonna di Campiglio, una delle destinazioni trentine amate dai turisti russi

Stagione estiva e guerra

2' e 50"

Francesca Maffei

L'assenza dei turisti russi avrà un impatto pesante sulla domanda in tutt'Europa

L'invasione dell'Ucraina da parte della Russia sta generando, tra il resto, una mancanza di turisti russi tale da lasciare un vuoto incolmabile nel mercato europeo dei viaggi di questa estate, secondo gli ultimi dati pubblicati dalla società di analisi GlobalData. Con l'Unione Europea che vieta agli aerei russi di operare nel proprio spazio aereo fino a quando il conflitto non giungerà ad una risoluzione, è verosimile che le nazioni europee accoglieranno pochissimi turisti russi quest'estate. Stando a GlobalData, la Russia nel 2021 si era posizionata come quinto Paese al mondo in termini di partenze internazionali, con 13,7 milioni di persone che si erano recate in vacanza all'estero. Inoltre, sempre nel 2021, quasi il 20% di tutti i viaggi da e per la Russia si era verificato nei mesi di giugno e luglio; i viaggiatori russi avevano speso un totale di 22,5 miliardi di dollari, collocandosi tra i primi 10 mercati a livello globale per la spesa turistica totale *outbound*.

Ralph Hollister, analista di viaggi e turismo, commenta: «L'inizio dell'estate tradizionalmente segna un afflusso di viaggiatori russi in cerca di sole, mare e spiagge verso le calde destinazioni europee. La

stagione estiva che sta per iniziare invece ne vedrà una pressoché totale assenza, specialmente in molte delle Nazioni solite ad ospitarli». L'Italia e Cipro erano tra le prime cinque destinazioni più popolari per i russi nel 2021, il che significa che probabilmente saranno quelle che maggiormente risentiranno della crisi economica in corso e del conseguente calo in termini di visite di tale nazionalità. Per quanto riguarda Cipro, l'anno scorso la Russia ha rappresentato il 6% del totale degli arrivi, rientrando tra i primi dieci mercati *inbound*. Sebbene questa percentuale non sia schiacciante, mostra comunque che la Russia è un importante partner turistico per il mercato cipriota. L'indagine sui consumatori del terzo trimestre 2021 di GlobalData mostra come il 61% dei russi abbia dichiarato, in genere, di intraprendere viaggi in località balneari, e quindi quest'anno a sentirne particolarmente la mancanza non saranno solo le famose zone costiere di Cipro, come Limassol, ma anche quelle italiane, come la Sardegna e la Sicilia. Soprattutto perché il loro potere di spesa aveva contribuito ad aiutare la ripresa di molte destinazioni internazionali quando i viaggi avevano iniziato a riaprire la scorsa estate; i turisti russi avevano manifestato prontamente la loro volontà di viaggiare quando la pandemia stava ancora causando incertezze di massa nella popolazione planetaria. Hollister conclude: «Sebbene siano state menzionate solo l'Italia e Cipro, la quasi eliminazione dei turisti russi che si recano nell'UE quest'estate avrà un impatto

sulla domanda turistica in tutta Europa. Di conseguenza, le tempistiche di recupero post-Covid19 per molte mete saranno estese a causa della perdita di un fondamentale mercato di partenze».

Se i russi non viaggiano, viceversa chi sta lasciando il proprio Paese per un motivo purtroppo diverso sono gli ucraini, che per mezzo di Airbnb stanno trovando alloggi temporanei in tutta Europa. Più di 25.000 rifugiati in fuga sono ad oggi ospitati gratuitamente da *host* che hanno aperto le loro case o effettuato donazioni ad Airbnb.org, che ha annunciato l'impegno ad aiutare fino a un massimo di 100.000 sfollati. Recentemente l'organizzazione ha ufficializzato la collaborazione con Ukraine-Friends.org, che fornisce supporto umanitario diretto ai civili ucraini, per evacuare e ospitare i profughi di guerra; in questo modo, più di 10.000 persone hanno ricevuto un alloggio, e l'intenzione è quella di supportarne altre migliaia. Airbnb.org si sta anche coordinando direttamente con i governi di vari Paesi inclusi gli Stati Uniti: si è, infatti, unita alla US Global Leadership Coalition, una tavola rotonda con il segretario di Stato Americano **Anthony Blinken** finalizzata a garantire con una rapida risposta gli aiuti umanitari necessari agli ucraini più vulnerabili.

I TURISTI RUSSI IN TRENTO

Dall'8 marzo al 9 aprile Palazzo Roccabruna ha ospitato la mostra fotografica «L'impresa di mettersi in proprio», ideata dal Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile di cui fa parte anche la vicepresidente dell'Asat **Maria Emanuela Felicetti**. Il progetto espositivo ha preso spunto dall'omonima pubblicazione realizzata lo scorso anno dal Cif per promuovere, attraverso il racconto di esperienze professionali di successo, l'affermazione di una cultura imprenditoriale libera da stereotipi di genere e per incentivare, soprattutto tra le generazioni più giovani, la nascita di nuove imprese guidate da donne.

Tra i pannelli dell'allestimento relativi a ventiquattro imprenditrici e libere professioniste trentine anche due albergatrici trentine intervistate, entrambe associate all'Asat: **Analise Aufderklamm** proprietaria dell'Hotel La Baita di Madonna di Campiglio e **Maria Teresa Lanzinger** proprietaria dell'Hotel America di Trento.



hegematic



WMF

Ponte del 2 giugno, il piccolo grande esodo: circa 13 milioni in viaggio

Festa della Repubblica: giro di affari di oltre 5 miliardi

🕒 4' e 00"

Circa 13 milioni di italiani in viaggio per il ponte del 2 giugno, la maggioranza dei quali (87,4%) ha scelto di restare in Italia. Mare, montagna, parchi, città d'arte e bellezze naturali le destinazioni prescelte, il più vicino possibile alla propria regione di appartenenza. Per coloro che invece sono andati all'estero (12,6%) in pole position sono le grandi capitali europee ma anche il viaggio in crociera. In testa alla classifica, appare in evidenza uno straordinario e sano bisogno di relax, distrazione e divertimento, ovvero l'esigenza di godersi una vacanza in totale spensieratezza.

Sembra di fare un passo indietro nel tempo, o forse in un auspicabile futuro, analizzando la fotografia del movimento turistico degli italiani in occasione della Festa della Repubblica, secondo l'indagine previsionale di Federalberghi realizzata con il supporto di ACS Marketing Solutions.

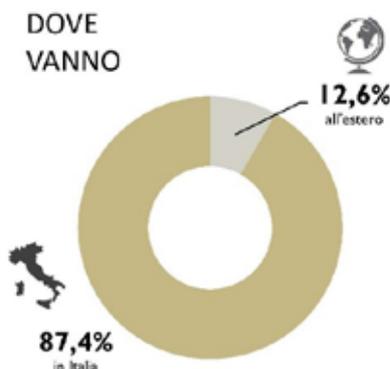
«Dopo il periodo drammatico della pandemia, con l'angoscia del conflitto in Ucraina, la nostra gente ora ha voglia di evadere, di lasciarsi alle spalle la cupezza e il pessimismo che la diffusione del Covid-19 aveva generato negli animi di tutti», afferma il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** analizzando i risultati della ricerca. «L'abbattimento seppure parziale delle restrizioni dettate dal Governo a causa della pandemia, rappresenta metaforicamente la caduta di un muro: quello dell'incertezza, della paura, dell'incognita. Ora si ha davvero la sensazione di

2 giugno 2022



GLI ITALIANI IN VIAGGIO

12,67 milioni



GIRO D'AFFARI

5,67 miliardi di euro

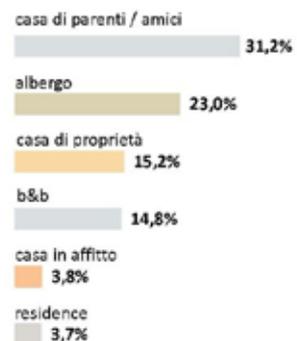
SPESA MEDIA PRO CAPITE

447 €

META PREFERITA



ALLOGGIO PREFERITO



L'indagine è stata effettuata da ACS Marketing Solutions dal 18 al 23 maggio con metodologia C.A.T. intervistando 3.000 italiani maggiorenni. Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.



poter riassaporare una vacanza con spensieratezza, o quanto meno una vacanza che abbia lo scopo terapeutico di riparare i danni causati dai lunghi e gravosi periodi di lockdown e sappia tenere lontana anche per poco la spirale delle preoccupazioni». «I nostri concittadini dimostrano sempre più di avere tanta voglia d'Italia - prosegue Bocca - Nella maggioranza dei casi, a vincere è stato il turismo di prossimità: non solo si resterà nel proprio Paese, ma anche in località vicine alla propria regione di appartenenza. Leggo questo approccio come una nuova tendenza: ciò che è più facilmente accessibile è anche maggiormente godibile. Un concetto semplice di cui si era in parte perso il valore negli anni pre-pandemici. Il progetto di viaggio, inoltre, è stato in questo caso potenziato dal fatto che la festività del 2 giugno è caduta nella giornata di giovedì».

«L'albergo torna ad essere visto come un porto sicuro, questo anche grazie allo scrupolo ed alla meticolosità con cui nelle nostre imprese abbiamo applicato i protocolli sanitari. A sceglierlo come luogo del proprio soggiorno è stato il 23% degli intervistati, ottenendo il secondo posto rispetto alla casa di parenti o amici (31,2%). Sono sempre meno gli italiani che hanno deciso di restare a casa per paura del contagio - rivela Bocca - Questo è il segno che siamo sulla via della guarigione in tutti i sensi, e che il panico causato dalla pandemia anche a livello psicologico probabilmente sta rientrando del tutto». «Resta il dramma di coloro che non partiti per problemi economici (34%) - conclude il presidente di Federalberghi - L'impegno deve essere ecumenico. Noi faremo la nostra parte, ma politica e istituzioni dovranno tenere conto del fatto che la vacanza è un bene primario per tutti».

Il ponte del 2 giugno. Sono 12,67 milioni gli italiani che hanno approfittato del ponte del 2 giugno per concedersi un primo assaggio di vacanze estive, dormendo almeno una notte fuori casa. Di essi la stragrande maggioranza, pari all'87,4% è rimasto in Italia, mentre il 12,6% andrà all'estero.

Dove in vacanza? Nella scelta della tipologia della vacanza di questo ponte le località marine sono state prese letteralmente d'assalto. Il 44,5% ha scelto il mare, il 21,3% ha preferito le città d'arte maggiori e minori, l'8,8% è andato in località di montagna. Un 5,4% ne ha approfittato per una pausa in una località lacuale ed un 2,8% ha prediletto una località termale e del benessere.

Dove soggiornare? L'alloggio ha visto un'affermazione della casa di parenti o amici con il 31,2% della domanda. Seguono la struttura alberghiera con il 23%, la casa di proprietà con il 15,2%, i bed & breakfast con il 14,8% e l'appartamento in affitto con il 3,8%.

Spendendo quanto? La spesa media pro-capite, comprensiva di viaggio, alloggio, ristorazione e divertimenti, si è attestata sui 447 euro di cui € 389 per chi è rimasto in Italia e sugli 856 euro per chi andrà oltre confine.

La permanenza media è stata di 3,9 notti e ciò ha determinato un giro d'affari turistico di circa 5,67 miliardi di euro. La gran parte della spesa dei viaggiatori è stata destinata ai pasti (28,8%). Il viaggio e l'alloggio hanno assorbito rispettivamente il 19,9% e il 16,7% del budget, mentre allo shopping è stato destinato il 17,3%.

I motivi. La motivazione principale per la vacanza è stato il riposo e il relax (70,5%), seguito dal divertimento (40%). Il 23,9% degli italiani ha approfittato di questa occasione per raggiungere la famiglia. Altri motivi che hanno orientato la scelta della vacanza sono stati l'abitudine (22,5%) e la scoperta di posti nuovi (12,4%).

Le attività. Durante questi giorni, le attività principali sono state passeggiate (53,4%), escursioni e gite (37,3%), visita a monumenti (16,2%) e a musei o mostre (16,1%).

I motivi di non vacanza. Tra gli intervistati che non sono andati in vacanza, il 34,1% ha rivelato di non partire per motivi economici; il 24,6% per motivi familiari ed un altro 19,4% perché intende organizzare un viaggio in altro periodo.

L'indagine è stata effettuata dall'Istituto ACS Marketing Solutions nel periodo compreso tra il 18 e il 23 maggio intervistando con il sistema C.A.T.I. (interviste telefoniche) un campione di 3.000 italiani maggiorenni, rappresentativo di 50 milioni di connazionali maggiorenni. Il campione è stato costruito in modo da rispecchiare fedelmente la popolazione di riferimento, tale da includere anche i minorenni, mediante l'assegnazione di precise quote in funzione di sesso, età, Grandi Ripartizioni Geografiche ed Ampiezza Centri.

Mangiare in hotel, viaggio intorno a un mondo che cambia

🕒 4' e 40"

Federalberghi presenta a Parma il «Rapporto sulla ristorazione in albergo»

Viaggio intorno all'universo della ristorazione negli hotel, ovvero un mondo che cambia, si evolve e racconta le sue tendenze all'interno di un'impresa che non si ferma mai: l'albergo. Come il pianeta della ricettività va adeguandosi e rinnovandosi in tema di food & beverage? Quali sono i punti di forza delle imprese in questo ambito rispetto alle nuove esigenze del turista di oggi? È il fil rouge dal quale ha preso corpo la ricerca condotta da Federalberghi e basata su interviste mirate fatte a circa 1.300 imprenditori del settore, rilevando le principali caratteristiche dei servizi enogastronomici offerti dalle strutture turistico ricettive. «Rapporto sulla ristorazione in albergo» è il titolo dell'indagine presentata alla vigilia dell'apertura dei lavori della 72ª assemblea generale della Federalberghi, durante la tavola rotonda «Enogastronomia e turismo testimonial del brand Italia».

«Siamo fieri di aver introdotto questo tema nella patria dell'enogastronomia – afferma il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** - Arriviamo qui a Parma a ridosso di Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione. Siamo nello stesso territorio e come imprenditori della ricettività siamo sempre più coinvolti da un pezzo importante del nostro settore, quello della ristorazione, che pretende grande cura e vive di contaminazioni assorbendo le innovazioni che si scoprono viaggiando in tutto il mondo. È evidente che un'azienda alberghiera oggi si deve evolvere velocemente guardando alle esigenze mutate e mutevoli del turista del terzo millennio. La nostra indagine - prosegui - rivela che

la gran parte degli intervistati intende potenziare e cambiare il servizio offerto tramite ristorante e/o bar. Le formule tecniche per procedere in questo senso sono svariate, l'importante oggi è operare il cambiamento».

Di seguito, le principali evidenze che emergono dalla ricerca di Federalberghi.

Il piacere della buona tavola in albergo - La buona tavola è uno dei tratti distintivi dell'ospitalità italiana: l'89% delle strutture ricettive italiane offre servizi ristorativi ed il 69% li offre sia nella forma di bar che in quella di ristorante. È una caratteristica che attraversa orizzontalmente il sistema ricettivo, dalla piccola struttura al grande albergo, con un'offerta diversificata che comprende i ristoranti stellati e le eccellenze diffuse, il servizio tradizionale e le formule innovative.

Sua maestà il breakfast - Quando si parla di ristorazione in hotel non si può fare a meno di partire dalla prima colazione. L'offerta si è evoluta con il tempo: oggi è possibile fare una colazione



leggera per poi affrontare al meglio la giornata di lavoro o fare una scorpacciata di energie in vista di una lunga giornata da turista. Più della metà degli alberghi offre la colazione continentale, mentre il 40% ha optato per una formula mista che comprenda sia la continentale che la colazione all'inglese o all'americana. Non mancano esempi innovativi, con colazioni focalizzate sul prodotto locale di punta o con l'inserimento di show cooking.

L'impresa che non si ferma mai - In albergo si va anzitutto per dormire. Ma mentre gli ospiti riposano, la macchina organizzativa continua incessantemente il suo servizio, perché ogni cliente ha il suo orario. Anni fa era stato il brunch a insinuarsi prepotentemente nella classica triade colazione-pranzo-cena. Oggi si sviluppano formule che rendono disponibile il servizio dalla mattina sino a sera tarda o addirittura 24 ore su 24. Le opzioni sono svariate: dal classico servizio in camera al kit per il fai da te e alla sempre più frequente offerta di spuntini disponibili per tutto il giorno. Iniziano a diffondersi anche nel nostro Paese le vending machine, già molto presenti all'estero.

Il territorio al primo posto - Il primo criterio per la scelta dei prodotti da mettere in tavola è la tipicità: gli albergatori dichiarano di utilizzare soprattutto prodotti locali. Al secondo posto viene l'attenzione per la sostenibilità, come testimonia la preferenza per l'offerta a chilometro zero e l'attenzione per i prodotti *plastic free*. L'albergo diventa il luogo d'incontro tra il desiderio di esperienze espresso dal turista, che desidera sempre più immergersi nella destinazione, e l'offerta enogastronomica del territorio, per la quale il turismo costituisce uno straordinario volano di sviluppo.

Al servizio della città - L'albergo nasce al servizio dei forestieri, ma sempre più spesso si apre alla cittadinanza locale: il bar e il ristorante dell'albergo sono i luoghi ideali per incontrarsi. Senza dimenticare i centri benessere, le sale riunioni, eccetera. In più del 75% dei casi, la struttura ricettiva si è munita delle autorizzazioni necessarie per somministrare alimenti e bevande anche ai clienti non alloggiati (72% per il bar e 80% per il ristorante). Nel rimanente 25%, il servizio è rivolto solo agli ospiti dell'albergo, ma molti tra questi si aprirebbero volentieri al pubblico esterno, se il comune lo consentisse.

Innovazione continua - Quasi il 60% dei rispondenti intende potenziare o cambiare il servizio offerto tramite il ristorante e/o il bar. Nei commenti è facile vedere che le modifiche vengono sempre fatte nell'ottica di cavalcare (e possibilmente anticipare) le nuove tendenze in voga tra i clienti.

Non solo un servizio, ma un rapporto - Innovazione e flessibilità sì, ma senza mai dimenticare ciò che caratterizza l'offerta alberghiera in generale: il rapporto personale tra ospite e addetto. Ciò è ancora più vero se guardiamo all'offerta F&B. Anima del servizio rimane quindi la persona e gli albergatori italiani ne sono consapevoli: per questo il servizio al tavolo (94%) e al banco (48%) sono di gran lunga i più offerti.

A scuola di food and beverage - La relazione con il cliente non ammette improvvisazioni: c'è bisogno di personale preparato e sempre aggiornato. Per questo il 70% degli albergatori programma l'aggiornamento professionale e lo sviluppo delle competenze del proprio personale addetto al F&B.

Accoglienza sicura - Durante la pandemia, i ristoranti degli alberghi hanno adottato procedure anti-contagio. Le più diffuse sono state: il distanziamento tra i tavoli (93%), l'adozione del buffet servito (70%) e la richiesta di prenotazione (46%). Ma la cosa più interessante è che alcune di queste modifiche sono qui per rimanere: la stragrande maggioranza di chi le ha implementate intende mantenerle anche al termine della pandemia avendone apprezzato alcuni aspetti, come nel caso degli spazi all'aperto (95%) o di nuove modalità di pagamento (98%).

Il testo integrale del *Rapporto sulla ristorazione in albergo* è disponibile sul sito www.federalberghi.it.

L'indagine è stata effettuata dal centro studi di Federalberghi nel periodo compreso tra l'11 e il 25 aprile 2022. Sono state effettuate 1.285 interviste, con metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Le domande poste sono state divise in 7 blocchi, ognuno volto ad indagare uno tra i seguenti aspetti: informazioni generali sui servizi di F&B in albergo, menù e servizi offerti, approvvigionamento delle materie prime, motivi e prospettive future del servizio, risposta alla pandemia, aggiornamento professionale del personale addetto al F&B, anagrafica dei rispondenti.



Il presidente dei Gat Luigi Tavernaro

Gat all'assemblea annuale dell'Asat

🕒 1' e 45" 📝 Francesca Maffei

Il presidente Tavernaro ha fatto il punto della situazione per gli albergatori Under 40

All'interno del fitto ordine del giorno dell'assemblea annuale dell'Asat, tenutasi a Fondo martedì 17 maggio, non è mancata la parte riservata ai Gat con l'intervento del neoeletto presidente **Luigi Tavernaro**. «Sono qui - ha esordito Tavernaro - a rappresentare un gruppo di giovani molti dei quali lavorano già in hotel e sono parte integrante delle aziende di famiglia, quindi forse sarebbe quasi più giusto chiamarli albergatori giovani. Il gruppo dei Gat è sempre stato un luogo d'incontro dove si scambiano idee e riflessioni, proattivo e volto al miglioramento continuo per cercare di crescere e innovare sia a livello di singola azienda sia di destinazione. È esattamente in un'ottica di formazione costante che vi racconto in sintesi ciò che abbiamo intrapreso e portato a termine in questo inizio di anno».

«Sulla base di un questionario somministrato a tutti i Gat, che ci ha offerto una fotografia aggiornata della reale identità giovanile turistica del Trentino - ha spiegato - abbiamo avviato un percorso formativo articolato in sette seminari teorico-pratici in collaborazione con l'Università di Trento e l'Ufficio Marketing dell'Asat. Le tematiche hanno spaziato dall'economia al marketing territoriale, passando per

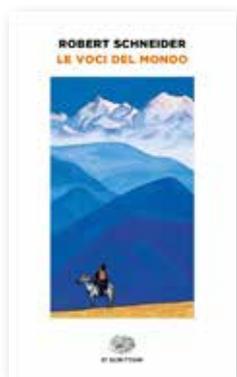
l'accoglienza alla gestione delle risorse umane, fino a toccare la visione futura. Inoltre, tra le 35 persone iscritte per apprendere insieme, sono stati identificati nuovi partecipanti che si sono uniti al gruppo. Un altro fronte è stata la partnership attivata con il Piano d'ambito economico, il tavolo imprenditoriale promosso dalla Provincia autonoma di Trento che raggruppa i giovani delle varie categorie economiche trentine in materia di progetti comuni, scambio di valori, esperienze e competenze. L'inverno si è concluso con l'organizzazione a Canazei, lo scorso marzo, del meeting invernale del Comitato nazionale dei giovani albergatori, rinsaldando una collaborazione di lungo corso».

«Il nostro è un gruppo di giovani - ha sottolineato - che per essere tale deve continuamente rinnovarsi, alimentandosi di ragazze e ragazzi dai 18 ai 39 anni desiderosi di farne parte. Per questo invito tutti gli albergatori che sono anche genitori o nonni a parlare dei Gat ai propri figli e nipoti. Abbiamo bisogno di loro e loro hanno bisogno di noi».

Tavernaro ha terminato il suo intervento augurando a tutti i colleghi una buona stagione estiva, lunga e soddisfacente; la montagna d'estate sembra tornata di moda e noi vogliamo essere pronti a cogliere tutte le opportunità che si presenteranno, con ottimismo e positività».

Cento anni di Sosat

🕒 2' e 20" 📖 Gianfranco Betta



Robert Schneider

LE VOCI DEL MONDO

Giulio Einaudi Editore,
2020

pp.180 - 11 euro

La Sosat è conosciuta, più che per l'essere nata come costola operaia della Sat, per la sua coralità. E al proprio coro il testo per il centenario di cui sopra dedica pagine di approfondimento sia nel primo che nel secondo volume. Questa dimensione musicale della Sosat, spesso eseguita all'aperto, in un ambiente naturale, mi ha dato lo spunto di richiamare qui un romanzo dove la natura si presenta ed è descritta come quintessenza sonora. Una natura che diventa musica, percepibile solo ad un orecchio non ordinario: quello del protagonista **Elias Adler**, il genio incompreso e solitario condannato a morire d'amore, che fin da bambino è in grado di cogliere l'urlo della terra e il battito del cuore dell'amata cugina Elsbeth quando è ancora nel ventre della madre.

Il romanzo di **Robert Schneider**, uscito nel 1992 e ristampato di recente, è ambientato nella prima metà dell'800 in uno sperduto villaggio alpino. L'autore si muove tra due registri: il romanzo di formazione che si misura con il tema amore e morte ed il romanzo paesano della storia di villaggio di impronta austro-svizzera ma trattato con un distacco di sottile divertimento e ironia che lo distanzia decisamente da un presunto idillio agreste e, soprattutto, da quel repertorio di testi di folklore alpino che, mescolando spesso orrido e meraviglioso, raramente giustificano una lettura.



Autori Vari

IL SECOLO DELLA
SOSAT. ALPINISMO
E PASSIONE.
UN PATRIMONIO
PER IL TRENTO

Ed. Saturnia, 2022

Due volumi in
cofanetto - 35 euro

La Sosat è la sezione operaia della Società degli alpinisti tridentini (Sat) fondata nel gennaio 1921. In occasione del centenario sono stati pubblicati questi due volumi che ne ripercorrono le tappe fondamentali. Il sottotitolo dell'opera riporta «un patrimonio per il Trentino» e appare giustificato perché la storia del sodalizio si intreccia strettamente con un secolo di storia del Trentino.

Il primo volume (*Nascita di un'idea*) copre il periodo dalla nascita alla fine della seconda Guerra mondiale e comprende i capitoli che indagano, accanto alla coralità, le motivazioni della sua fondazione e del numeroso proselitismo conseguito non solo tra le classi popolari e gli operai (maschi), ma anche tra la componente femminile, che la curatrice del secondo volume, **Sandra Tafner**, giustifica come «desiderio di evasione dalla disciplina troppo rigida delle famiglie per trovarsi in un ambiente che si apriva». Il secondo volume (*Non solo in cima*) è dedicato ai decenni successivi con racconti e testimonianze dei protagonisti che hanno saputo incarnare quell'idea di alpinismo senza distinzione di classe propria della Sosat fin dalle origini. Un capitolo è dedicato anche al Bondone, la montagna «della città», e di conseguenza della Sosat. Qui già nel 1925, a Candriai, il sodalizio costruisce il suo rifugio. Ed è sul Bondone, sui suoi sentieri e le sue praterie, che le gite e le escursioni domenicali sono più numerose, sia in estate che inverno per sciare in compagnia, grazie anche alla prima slittovia dell'arco alpino che entra in funzione nella stagione invernale del 1935.

Una storia, quella della Sosat, che si dipana lungo un secolo e che ha avuto il merito indubbio di far vivere e diffondere una cultura rispettosa verso la montagna e una sensibilità ambientale. In definitiva, un approccio sostenibile fatto di comportamenti piuttosto che di proclami.

«I suoni delle Dolomiti» prenderanno il via con un concerto-tributo a Franco Battiato

🕒 3' e 40" 📍 Rosario Fichera



Foto Daniele Lira

I Suoni delle Dolomiti in Val di Fassa

Dal 22 agosto al 23 settembre la 27^a edizione del festival con un programma di 17 appuntamenti

Per «I Suoni delle Dolomiti» 2022 è iniziato il conto alla rovescia: il festival al cospetto delle montagne dolomitiche trentine, giunto quest'anno alla ventisettesima edizione, si svolgerà dal 22 agosto al 23 settembre, con un programma di ben 17 appuntamenti.

Per avere un dettaglio della manifestazione, che vede la direzione artistica del maestro **Mario Brunello**, ci siamo rivolti all'amministratore delegato di Trentino Marketing, **Maurizio Rossini**, il quale ha subito manifestato il suo entusiasmo per questa nuova edizione del festival che, anno dopo anno, ha permesso a migliaia di persone di scoprire la montagna come luogo di meraviglia e d'incontro e soprattutto come esperienza da vivere.

«Sì, è vero – ha evidenziato Rossini – la magia di questo festival risiede nel fatto che musicisti e pubblico risalgono a piedi i sentieri fino a conche e prati, radure e vette dove il suono degli strumenti musicali dialoga con il paesaggio circostante e dove è appunto possibile vivere un'esperienza davvero indimenticabile».

■ Una magia, questa, di un festival per il quale c'è un importante gioco di squadra

«Sì, I Suoni delle Dolomiti costituiscono un progetto di comunicazione e di turismo culturale e ambientale ideato e curato da Trentino Marketing insieme a una vera e propria squadra di partner, di cui fanno parte, innanzitutto, le ApT della Val di Fassa, della Val di Fiemme, di San Martino di Castrozza, della Val di Non, di Madonna di Campiglio e di Dolomiti Paganella; collaborano alla manifestazione la Sat, l'Associazione Rifugi, il MUSE, le Guide Alpine, il Soccorso Alpino e la Croce Rossa del Trentino. Del gruppo fanno parte anche gli sponsor, tra cui i main sponsor Montura e Marzadro. E l'intera squadra è

coordinata da **Selene Setti**, responsabile organizzativa per Trentino Marketing del progetto».

■ Cosa proporrete quest'anno al pubblico?

«Avremo tanti celebri artisti che con le loro esibizioni proporranno diversi generi musicali, dalla musica classica al jazz, dalla world music alla canzone d'autore e sarà proprio con quest'ultima che si aprirà e si chiuderà l'edizione 2022. In particolare il 22 agosto a Malga Tassulla, in val Nana, nelle Dolomiti di Brenta, apriremo il festival con un concerto-tributo al grande e indimenticabile Franco Battiato da parte del gruppo **Radiodervish**. Il 24 agosto a Camp Centener, sopra Madonna di Campiglio, avremo, invece, la celebre cantautrice berlinese **Alice Phoebe Lou**, candidata peraltro agli Oscar per la miglior canzone originale del film "Bombshell: The Hedy Lamarr Story". Gli ultimi due concerti del festival saranno affidati ad altri due grandi interpreti della canzone d'autore, rispettivamente, il 21 settembre, a Villa Welsperg - Pale di San Martino, **Elio** per un omaggio a Enzo Jannacci insieme ad altri cinque musicisti con i quali formerà un'insolita e bizzarra carovana sonora e il 23 settembre, in Val San Nicolò - Val di Fassa, **Max Gazzè**».

■ Dalla canzone di autore si passerà poi alla musica classica?

«Sì, il 26 agosto, sul Monte Agnello in val di Fiemme, al cospetto del Gruppo del Latemar, si aprirà il programma della classica con la migliore orchestra d'archi dei Paesi Bassi, l'**Amsterdam Sinfonietta**. Si proseguirà poi il 2 settembre, a Pian del Nardis, nelle Dolomiti di Brenta, con l'**Ensemble Zefiro**, mentre il 5 settembre a Malga Canvere, in val di Fiemme, sarà la volta di **Vittorio Ghielmi** e la formazione **Suonar Parlante Orchestra** che rivisi-

teranno con sonorità gipsy un repertorio barocco. Il 14 settembre, i laghetti di Bombasel, sempre in Val di Fiemme, faranno da cornice al concerto del **Trio Italiano d'Archi**, mentre venerdì 16 i prati di Malga Vallesinella Alta, nelle Dolomiti di Brenta, accoglieranno l'**ArdeTrio**. Nell'ultimo appuntamento dedicato alla musica classica, il 19 settembre, al rifugio Pertini, ai piedi del Sassolungo, si esibiranno la violinista **Alena Baeva** e la violoncellista **Anastasia Kobekina**».

■ E per il jazz?

«Anche in questo caso avremo un programma davvero ricco: il 31 agosto ai Prati Col, sopra San Martino di Castrozza, si esibiranno le voci di **Accent**; il 7 settembre al rifugio Cacciatore, in val d'Ambièz, il duo **Jean Luis Matinier** (fisarmonica) & **Kevin Seddiki** (chitarra), con il progetto "Rivages"; il 9 settembre, a Col Margherita, il gruppo **HalliGalli Quartet**, mentre il 18 settembre a Passo Lavazè, la poliedrica formazione di **Andrea Dulbecco**, **Alessandro Bianchini**, **Marco Micheli**, **Enzo Zirilli**».

■ Chi saranno, invece, i protagonisti dei due eventi speciali?

«Saranno, rispettivamente, il 29 agosto, al Prà Martin nel Gruppo del Catinaccio, **Marco Paolini** che, accompagnato da **Alberto Ziliotto** alla chitarra, saluterà il sorgere del sole con un omaggio a Luigi Meneghello; dal 10 al 12 settembre **Mario Brunello** e **Gevorg Dabaghyan** che, durante un trekking di tre giorni nelle Dolomiti di Brenta, esploreranno insieme ai partecipanti la millenaria tradizione musicale armena. Il trekking si chiuderà sui prati di Malga Brenta Bassa, con un concerto dei due musicisti ai quali si uniranno le voci del **National Chamber Choir of Armenia** e del **Dabaghyan Duku Trio**, veri monumenti della cultura d'Armenia».



Il Trentino protagonista sui social con «Racconta la primavera»

🕒 3' e 20" 📝 Rosario Fichera

Per l'iniziativa sono stati coinvolti cinque celebri influencer e diversi testimonial locali che, con le loro storie di vita, rappresentano il nostro territorio e i suoi valori

In questi ultimi mesi il Trentino ha riscosso un notevole successo di pubblico sui social media, grazie all'iniziativa «Racconta la primavera» che, in poche settimane, è riuscita a coinvolgere già oltre 900.000 persone. Cinque noti influencer italiani hanno infatti raccontato, con i loro post, stories, reels, TikTok, un Trentino diverso dal solito, focalizzando lo storytelling sui valori del nostro territorio. Un vero e proprio racconto valoriale della nostra terra, realizzato prendendo a modello le storie di alcuni personaggi locali e delle loro rispettive realtà.

Per conoscere i vari aspetti di «Racconta la primavera» ci siamo rivolti alla Responsabile del Team Social Media & Influencer Marketing di Trentino Marketing, **Chiara De Pol**, alla quale abbiamo chiesto di spiegarci, innanzitutto, le motivazioni e gli obiettivi dell'iniziativa.

«Il nostro territorio – ha evidenziato De Pol – non è solo fatto di panorami, ma di condivisione e di esperienze, contatto umano e storie. Storie di vita, di territorio, tradizioni e cultura, di ricerca dell'essenza e di ciò che ci rende unici, ovvero i nostri valori. Abbiamo pensato quindi di raccontarli coinvolgendo degli storyteller italiani. Per loro abbiamo organizzato quattro giornate di viaggio (dal 25 al 29 aprile) ognuna delle quali dedicata alla scoperta di un valore e di storie rappresentative del nostro territorio».

Qual è il target a cui si rivolge l'iniziativa?

«Il target è costituito da un'audience giovane e sensibile a temi importanti, come quelli della sostenibilità e dell'attualità».

Un'audience alla quale si comunicano contenuti piuttosto specifici

«Sì, infatti da questo punto di vista la fase di scouting degli influencer è stata determinante: solo attraverso gli occhi di storyteller vicini agli ideali e ai valori raccontati è stato infatti possibile trasmettere, in maniera efficiente, contenuti così specifici».

A giudicare dai primi riscontri l'iniziativa è stata accolta con favore

«Sì, la fase di posting è ancora in corso: i contenuti prodotti, tra post, stories, reels e TikTok, sono stati al momento ben 300 e sono stati visualizzati 15 milioni di volte, raggiungendo 900.000 persone. Un ottimo risultato pensando alla verticalità dei messaggi veicolati».





Il gruppo di influencer in Val dei Mocheni

■ Chi sono gli storyteller coinvolti?

«Sono **Laura Masi**, una “racconta-storie” dell’epoca moderna che condivide le sue avventure con scatti emozionali; **Nicola Lamberti**, ambientalista e futuro ingegnere ambientale; **Camil-la Agazzone**, appassionata di temi legati alla sostenibilità che sui social fornisce consigli green alla community; **Giorgia Pagliuca**, che indirizza i followers alla sostenibilità nelle sue varie forme e, infine, **Sara Melotti**, narratrice, fotografa documentarista, il cui lavoro si concentra su temi sociali e umanitari».

■ E i personaggi rappresentativi dei valori del nostro territorio?

«Nel primo giorno di viaggio, dedicato al valore del “ritorno all’essenza”, abbiamo incontrato, in Val di Non, **Maddalena Zanoni** che, dopo gli studi in Economia alla Bocconi di Milano e 15 anni vissuti in sette Paesi lavorando per una multinazionale, ha deciso di cambiare vita, tornando alle origini, alla sua essenza. Circondati dal pa-

norama unico delle Dolomiti di Brenta, abbiamo poi incontrato Angela che, in un momento di apnea ha cambiato vita, tornando anche lei alle origini, approfondendo tecniche di meditazione e di rilassamento basate sul respiro, sulla gratitudine e sulla forza positiva della mente. Il secondo giorno, a San Lorenzo Dorsino, è stata la volta di **Nicolle Boroni**, con la quale abbiamo conosciuto il valore della determinazione: Nicolle a causa di un incidente domestico in cui ha perso una mano, ha dovuto fare i conti sin da piccola con le difficoltà della vita, scontrandosi con una realtà che non le permetteva di realizzare il suo sogno, quello di arrampicare. Nonostante tutto, però, è riuscita a realizzarlo, dimostrando come ognuno di noi, volendo, può raggiungere obiettivi per molti insperati. Con **Nicolle** e **Simone Elmi**, guida alpina e presidente dell’Associazione Dolomiti Open, abbiamo poi arrampicato alla “Falesia dimenticata”, una straordinaria area naturale ai piedi delle Dolomiti di Brenta, dedicata all’arrampicata inclusiva su roccia e a iniziative culturali, tornata a vivere grazie a un progetto di *crowdfunding*. Il terzo giorno ci siamo poi spostati in Valle dei Mocheni, approfondendo il tema del volontariato e dell’associazionismo insieme a persone che hanno a cuore questi valori della realtà trentina, tra cui **Elena Guella**, vicepresidente della **SAT**, **Efrem Giovannella**, referente dell’alpinismo giovanile trentino, **Andrea Zanotti**, presidente del coro **Sosat**, accompagnato dai suoi colleghi coristi».

■ E nella quarta tappa?

«Abbiamo percorso una via ferrata insieme ad alcuni esponenti del **Soccorso alpino e Speleologico Trentino** che ci hanno parlato di rispetto e consapevolezza in e per la montagna, condividendo con noi le loro bellissime storie».



Tappa in Val di Non

Dubbi di giugno

2' e 15"

42

■ I bonus vacanza sono ancora attivi anche per questa estate? È, quindi, possibile accettarli in pagamento per le ferie godute?

«Il bonus vacanze faceva parte delle iniziative previste dal Decreto Rilancio del maggio 2020 ed offriva un contributo fino 500 euro da utilizzare per il pagamento di servizi e di pacchetti turistici, offerti in ambito nazionale dalle imprese turistico ricettive, dalle agenzie di viaggi e tour operator nonché dagli agriturismi e dai bed & breakfast. Chi aveva richiesto il bonus dal 1° luglio al 31 dicembre 2020 lo avrebbe potuto utilizzare entro il 31 dicembre 2021. Quindi, oggi il bonus vacanze non esiste più: ciò significa che non se ne può fare richiesta, né tantomeno chi non ha avuto modo di spenderlo può utilizzarlo per le vacanze di quest'anno».

■ Chiedo notizie riguardo alle nuove disposizioni relative all'accensione dell'aria condizionata, cioè se dette regole debbano essere applicate anche negli esercizi alberghieri.

«In seguito all'aumento dei costi dell'energia, dal primo maggio 2022 sono scattate le nuove regole sull'uso dei condizionatori, regole che valgono per tutti gli edifici pubblici. Sono previste specifiche sanzioni per chi non dovesse adeguarsi. Questa disposizione non sarà valida solo per l'estate, ma resterà vigente anche per il prossimo inverno e adattata agli impianti di riscaldamento. Quindi, almeno per ora, detta norma non si applica agli edifici privati».

■ Quale è il ruolo del medico competente e quando serve in azienda?

«Il medico competente è quella figura professionale che, in base alle norme sulla sicurezza dei luoghi di lavoro, effettua per conto del datore, la sorveglianza sanitaria dei lavoratori cioè le visite mediche ed i vari accertamenti che egli richiede. La sorveglianza sanitaria è finalizzata alla tutela dello stato

di salute del lavoratore in relazione ai rischi che comporta la mansione specifica che egli svolge, ai rischi determinati dalle caratteristiche dell'ambiente di lavoro e ai rischi correlati a fattori individuali. Dopo aver effettuato la sorveglianza sanitaria, il medico competente può emettere un giudizio di idoneità o di non idoneità del lavoratore alla mansione specifica. La sorveglianza sanitaria è obbligatoria nei casi espressamente previsti dalla normativa; in detti casi il datore di lavoro deve, quindi, nominare il medico competente e metterlo nelle condizioni di svolgere la sorveglianza sanitaria dei lavoratori che, a loro volta, devono obbligatoriamente sottoporsi alle visite mediche e agli accertamenti che il medico ritiene opportuni. Tra gli altri, la legge oggi prevede la nomina obbligatoria in merito a questi rischi: lavoro notturno, movimentazione manuale di carichi, utilizzo apparecchiature munite di videotermini VDT sistematico e abituale (per almeno 20 ore settimanali), rumore, agenti chimici (esposizione non irrilevante), agenti cancerogeni, amianto. Se non esistono le condizioni di rischio previste dalla legge, la sorveglianza sanitaria non deve essere effettuata e gli accertamenti sanitari sul lavoratore sono vietati tranne nel caso in cui la richiesta provenga dal lavoratore stesso. Sono altresì vietate le visite mediche volte all'accertamento dello stato di gravidanza. Le spese per la sorveglianza sanitaria dei lavoratori sono a carico del datore di lavoro».



Foto: pixabay.com

Sceglieresti mai questa fragola in mezzo a decine di frutti maturi, profumati e succulenti?



Certo che no!

Ma se non stai cercando fragole e devi realizzare **uno stampato**, è meglio che sia **il più verde possibile**.

esperia[®]

L'impronta verde nella stampa 



visita il nuovo sito

www.esperia.tn.it



info@esperia.tn.it



Forza dalla Natura.

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



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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



cap

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI