Turismo& Ospitalità
nel Trentino

MAGAZINE

07/08.2020 Anno XLVIII

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

DOLOMITI DOLOMITEN DOLOMITES DOLOMITS
FONDAZIONE UNESCO
SOCIO SOSTENITORE

LA BELLA ESTATE: ECCO LE INIZIATIVE DEL TURISMO

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

LA PSICOLOGIA DEL TURISTA POST COVID
Alla ricerca della normalità perduta

DAL LOCKDOWN ALLA LIBERA CIRCOLAZIONE
La comunicazione su scala internazionale

CIPAT, OBIETTIVO TRASPARENZA
Via all'identificazione degli alloggi turistici

TURISMO, CREARE LE AGENZIE DI PRODOTTO
Asat in audizione: le modifiche alla riforma

NON SOTTOVALUTARE IL RISCHIO LEGIONELLA
Attento monitoraggio dopo la lunga chiusura

IN BANCA DOVE VUOI TU

INBANK web

Inbank web ti consente di vivere la banca in totale libertà. Controlla e gestisci il tuo conto corrente quando, dove e come vuoi, anche dal soggiorno di casa tua.

www.inbank.it

CASSE RURALI TRENTINE

Marketing CCB | 05.2020 | Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Le condizioni contrattuali sono indicate nei "Fogli Informativi" messi a disposizione del pubblico presso gli sportelli della banca e nella sezione "Trasparenza" del sito internet.

Sommario

TEMA DEL MESE

Natura e spazi aperti: l'antidoto trentino al Coronavirus pag. 4

VITA ASSOCIATIVA

Il turista post Covid, alla ricerca della normalità perduta pag. 10
Comunicare ai tempi del Covid-19: le esperienze internazionali pag. 14
Rifugi aperti: 5 regole d'oro per l'estate 2020 pag. 18
Terme di Levico e Vetriolo, la stagione è iniziata pag. 20
Terme di Comano, uno «start» all'insegna del benessere pag. 21
Il Cipat è operativo: d'obbligo identificare gli alloggi ad uso turistico pag. 22
Agenzie di prodotto per la promozione territoriale pag. 24
È in rete il nuovo Atlante popolare dei paesaggi del Trentino. pag. 26
Mara Marchiori va in pensione pag. 28
Sostenibilità ambientale, premiate 26 strutture ricettive trentine pag. 30
Turismo post Covid-19: meno comunicazione ma «mirata» pag. 32

FEDERALBERGHI

Bonus vacanze: il 91,6% già lo conosce e il 52,2% intende utilizzarlo pag. 34

GIOVANI

I giovani albergatori si «formano» online pag. 36
GAT, italiana la meta del viaggio studio pag. 37

SPEAK ENGLISH

A research on the aftermath by the owl website pag. 38

CORSI CAT

Il calendario di autunno dei corsi obbligatori pag. 40

LIBRI & TURISMO

Le vie della seta. Una nuova storia del mondo pag. 44
Tropicario italiano pag. 45
Una coperta di neve pag. 45

TRENTINO MARKETING

La campagna digital intelligente per promuovere l'estate 2020 pag. 46

NORMATIVE

Agenti biologici: il rischio legionella non è da sottovalutare pag. 48
Dubbi pag. 50

MAGAZINE

07/08.2020 Anno XLVIII

Chiusura Editoriale 07/07/2020

Foto Copertina: La bella estate sulle montagne del Trentino - orlerimages.com

tempo di lettura autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:
Via 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

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP srl - Agenzia di Pubblicità
Via dell'Ora del Garda, 61 - Tel. 0461 1823300 - Info: info.ogp@ogp.it - www.ogp.it

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Verso l'approvazione della riforma della promozione turistica

Il percorso legislativo di riforma del sistema della promozione turistica prosegue in maniera decisa e, dopo il confronto sul disegno di legge nella competente Commissione del Consiglio provinciale, passerà alla discussione e alla approvazione in aula nei primi giorni di agosto.

Va riconosciuto che, nel momento in cui si trattava di intervenire formalmente e nei luoghi deputati, in particolare nella Commissione consiliare, il disegno di legge non ha trovato oppositori, anzi si può affermare senza tema di smentita che sono state più le voci a favore, quasi tutte, rispetto a quelle critiche.

Tra queste sicuramente quella del presidente dell'Apt di Rovereto Giulio Prosser, che se il disegno di legge venisse confermato rischia di sparire o meglio di essere incorporata in un'altra Apt. Peraltro siamo convinti che la seconda città del Trentino e il territorio della Vallagarina che ha una lunga e consolidata storia comune, identità, scelte e gestioni di servizi condivisi, non potranno essere mortificati. Certo questo territorio dovrà rapportarsi all'interno del quadro giuridico, organizzativo e economico previsto dalla riforma. Da una parte dovrà collocarsi e allearsi all'interno di una agenzia territoriale d'area, se confermate, e magari il più possibile affine per comunanza di obiettivi turistici (il problema non si porrebbe in caso di costituzione di Agenzie di prodotto). Dall'altra dovrà saper trovare le risorse economiche e finanziarie a partire da quelle provenienti dalle imprese e da parte privata in modo da rispettare il vincolo che la riforma propone di portare le risorse private almeno al 51% rispetto a quelle di provenienza pubblica. Una politica intelligente dovrebbe mediare e trovare soluzioni che tutelino la dignità di un territorio e dei suoi abitanti con il rispetto del quadro definitivo proposto dalla riforma.

Una voce diversa, una sottolineatura forte rispetto ad un aspetto tutt'altro che secondario della riforma è proprio quella dell'Asat. Abbiamo ribadito con forza che il disegno di riforma della promozione turistica sarebbe più forte ed incisivo se anziché le Agenzie territoriali d'area fossero costituite Agenzie di prodotto, queste sì veramente in grado di dare una svolta strategica e unitaria nella costruzione e nella valorizzazione dei prodotto/i del Trentino turistico. Il rischio delle Agenzie territoriali d'area è quello di vedere confermate le spinte localistiche e il permanere di una scarsa visione e azione di insieme. Questo aspetto consente un'ulteriore sottolineatura delle posizioni espresse dall'Asat sulla necessità di una strategia e di strumenti attuativi ed operativi per attuarla, e questo attraverso un articolato sistema di condivisione e compartecipazione delle scelte tra il livello centrale e i territori d'ambito, definito nelle procedure organizzative e negli strumenti di programmazione e gestione operativa.

Rimane, infine, da dire una cosa. Si può costruire la migliore riforma, la miglior legge, pensare alle migliori architetture organizzative, ma la differenza la fanno le persone, le loro competenze, la capacità di relazionarsi con rispetto e anche di mettere in discussione se stessi e il proprio consolidato modo di pensare ed operare. Altrimenti si tratta solo di parole vuote o, al più, di esercizi di stile.

direttore Roberto Pallanch

Natura e spazi aperti: l'antidoto trentino al Coronavirus

È un'estate diversa, inedita. Ma il turismo trentino non si ferma. Anzi. Ciascun ambito turistico si è impegnato a riorganizzare, rimodulare, ripensare l'offerta turistica e le iniziative dedicate agli ospiti. E questo, ovviamente, alla luce delle «restrizioni» imposte dalle norme anti-Covid: distanziamento sociale, niente assembramenti e mascherine da indossare in ambienti chiusi o se non si possono rispettare le distanze interpersonali. Il Trentino è una terra in cui, a dominare, sono la natura e gli spazi aperti: la vivibilità della montagna nell'epoca post Coronavirus non è compromessa, e la vacanza in montagna nemmeno. Largo spazio, quindi, ad iniziative che conducano i turisti nella natura o in montagna, al lago o lungo percorsi sensoriali, in altura ad ascoltare musica o nel bel mezzo di eventi folkloristici in versione «slow».

È doveroso ricordare che il Trentino, come molte altre località turistiche italiane, ha osservato un lungo periodo di lockdown durante cui si è «fermato» invitando turisti e simpatizzanti a mantenere il desiderio di visitare il territorio, rimandandolo ad un futuro non distante. Oggi quel «futuro» è arrivato, ed ogni zona turistica ha posto massima serietà e concentrazione nell'elaborare un'offerta allettante per gli ospiti e «sicura» dal punto di vista sanitario.

Val di Fassa

Musica ad alta quota. Annullati «I Suoni delle Dolomiti», la Val di Fassa propone e mantiene il «Panorama Music Festival» frutto della collaborazione tra ApT locale e le società che gestiscono gli impianti a fune del territorio. «Si tratta di dodici concerti in quota - spiega il direttore dell'ApT **Andrea Weiss** - che si svolgeranno nei mesi di luglio ed agosto, andando ad allietare la vacanza dei nostri ospiti e dando un contributo importante ad un'estate «orfana» di moltissimi eventi sportivi e culturali. Un chiaro invito a salire in quota. «Abbiamo una rete di sentieri, di rifugi, di passeggiate straordinari - prosegue - dove le persone avvertono sicurezza e c'è un naturale distanziamento personale: in queste location porteremo gruppi musicali ed artisti».

In Val di Fassa andranno in scena anche i campioni del ciclismo con il ritiro pre Tour de France della Deceuninck-Quick Step, la nota squadra belga di ciclismo su strada. «Tre settimane di preparazione a Passo San Pellegrino» afferma, ricor-

Foto Nicola Angeli

Le torri del Vajolet nel gruppo del Catinaccio

Ciascun ambito turistico ha predisposto una serie di eventi ed iniziative per allietare le vacanze dei propri ospiti, nel pieno rispetto delle norme anti-Covid

4' e 55" Fabia Sartori

dando che l'ambito turistico ha dovuto rinunciare ad importanti «volani» come il ritiro calcistico della Fiorentina e la tappa del circuito mondiale di mountain bike Enduro World Series.

«Sarà un'estate particolare - conclude - in cui un minor numero di persone affollerà le località, accrescendone la qualità di vita. Auspichiamo che i turisti saranno conquistati dalla bellezza e dalla natura, come mai le hanno vissute prima di oggi». Weiss spiega che sarà mantenuto il servizio di bike express relativo alla ciclabile di Fiemme e Fassa, con limitazioni al numero di persone che possono accedere. Rimane anche la possibilità di fare gite ed escursioni legate alla «Val di Fassa Guest Card» e di fruire del programma settimanale Fassalandia dedicato alle famiglie ed ai bambini (tutto secondo le norme anti-Covid). Sono stati resi agibili tutti i sentieri di fondo valle (dopo la nevicata di novembre molti alberi erano caduti) al fine di accrescere la fruibilità di boschi e dei sentieri. In aggiornamento anche i materiali informativi per i turisti.

Val di Fiemme

L'offerta turistica della Val di Fiemme «ruota» attorno alla «Fiemme Guest Card» che permette: l'utilizzo gratuito della mobilità pubblica in tutta la valle, l'accesso ad oltre 70 attività escursionistiche ludico-didattiche nell'arco della settimana (alcune gratuite ed alcune con sconti), l'ingresso ai principali poli museali della valle e di tutta la Provincia, l'accesso a soli 7 euro agli impianti di risalita della valle (per tutta la durata della card). «A partire dal 20 giugno - dice il direttore dell'ApT **Giancarlo Cescatti** - le strutture convenzionate offrono questo carnet di servizi ai loro ospiti. Il che permette una fruizione degli aspetti floro-faunistici e paesaggistici della valle. Inoltre, per migliorare l'individuazione delle attività e delle esperienze abbiamo deciso di valorizzare sette "meraviglie". Si tratta di un elenco non esaustivo di bellezze della valle, in modo da lasciare libertà all'ospite nell'aggiunta dell'ottava o della nona meraviglia "fiemmese", innescando una sorta di gioco alla scoperta del territorio».

In Val di Fiemme sono stati individuati anche quattro «paradisi» per bambini e famiglie: Cermislandia sull'Alpe Cermis, Giro d'Ali a Bellamonte, Latemar MontagnaAnimata a Predazzo e Respirart a Pampeago. «Il tutto - conclude Cescatti - nel massimo rispetto delle norme anti-Covid e della sicurezza dei nostri turisti».

Madonna di Campiglio, Pinzolo, Val Rendena

«Ci affacciamo all'estate 2020 - afferma il direttore dell'ApT **Matteo Bonapace** - facendo tutto il possibile per garantire una vacanza sicura, non solo applicando a regola d'arte norme e direttive sulla salute, ma costruendo opportunità nuove e cucite su misura per l'ospite, baricentro di una proposta turistica che si rinnova. La vacanza diventa "en plein air" e l'abbraccio con la natura è il modo per tornare a sentirsi liberi e a star bene con se stessi». Molte le esperienze turistiche da vivere nella bellezza della natura più pura, fruibili individualmente, a piccoli gruppi e su prenotazione.

Da luglio a settembre il "Dolomiti Natural Wellness" propone otto percorsi sensoriali che comprendono la pratica dello yoga, la meditazione e l'abbraccio agli alberi, la camminata a piedi nudi a terra (erba, cortecce, ciottoli) e nell'acqua delle sorgenti di montagna. Ampio spazio agli appuntamenti con le «colazioni sull'erba»: piccoli gruppi di commensali si ritroveranno nelle suggestive e solitarie radure vista Brenta per un pic-nic di prodotti a chilometri zero. «Anche il cielo sopra Madonna di Campiglio sarà a disposizione dei turisti - dice - grazie all'organizzazione di escursioni guidate al tramonto, seguite da cena e pernottamento in baita».

In montagna "fare la polenta" è un rito della tradizione gastronomica. Nell'estate 2020 nascono i laboratori "PolenterChef" tra paiolo di rame e segreti della farina migliore, tempo di cottura e l'arte del mescolare con la «trisa». Si rinnova l'appuntamento con "Albe in Malga", con la possibilità di conoscere da vicino la vita quotidiana sugli alpeggi d'alta quota e i ritmi di un lavoro antico. Cui seguirà una colazione con le golosità prodotte presso le malghe.

L'ambito turistico punta molto anche sulla digitalizzazione (gli uffici turistici saranno disponibili con orari prolungati attraverso una postazione outdoor e una video chat, la piattaforma CheMangio permette di prenotare il tavolo oppure i servizi di take away e delivery nei bar, ristoranti, rifugi e negozi alimentari, la Card d'ambito diventa digitale) e sulla mobilità green (potenziamento bus navetta, mtb ed e-bike).

San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

«L'intero comparto turistico è pronto a ripartire per garantire meravigliose esperienze in quota, senza rinunciare alla sicurezza», annuncia il direttore dell'ApT **Manuel Corso**, «Tutti gli operatori si sono prodigati per mettere in campo i necessari accorgimenti nel pieno rispetto delle normative vigenti e per accogliere gli amanti della montagna tutelando la salute e la sicurezza di tutti». «In quest'estate particolare una delle parole d'ordine - spiega - sarà anche pic-nic, o meglio, #CheeseNic: una ventina di operatori offrono la possibilità di acquistare un goloso cestino di formaggi locali e specialità enogastronomiche tipiche, da gustare su un prato di fiori ammirando lo splendido scenario delle Dolomiti». Belle novità riguardano il Parco di Paneveggio: ai piedi delle Pale di San Martino si impara a camminare a piedi nudi con le «passeggiate scalze» che partono da Villa Welsperg, la sede del Parco.

«Da non perdere le escursioni all'alba che partono alle 5.30 dal Centro visitatori di San Martino di Castrozza e che consentono spesso di avvistare la fauna locale e si concludono con una ricca colazione a Malga Ces», aggiunge Corso. Attive anche le Albe in Malga per scoprire tutti i segreti della vita in malga. E chi non ama le alzatacce mattutine può sempre aderire alla versione serale, Tramonti in Alpeggio (dare da bere ai vitellini, raccogliere le uova, imparare a fare il formaggio). Importanti novità in ambito «digitale»: dal 1° luglio i ticket degli impianti e bike pass per la San Martino Bike Arena saranno acquistabili online.

Un'immagine del Lago Nero in alta Val Nambrone

Le Pale di San Martino viste dalla Val Venegia

Garda Trentino

Una vacanza sicura in cui vivere esperienze su misura all'insegna dell'autenticità, lontano da luoghi affollati, alla scoperta di tradizioni genuine e stili di vita semplici. «Molti eventi, sportivi e non - dichiara il direttore dell'ApT **Oskar Schwazer** - sono stati annullati o riprogrammati per il prossimo anno. Tuttavia, nel rispetto delle disposizioni anti-Covid vigenti, cerchiamo di organizzarci al meglio possibile. La Notte di Fiaba, ad esempio, propone un programma remix, recuperando alcune idee delle edizioni passate e rimandando "Il gatto con gli stivali" al 2021. Quest'anno l'appuntamento è fissato dal 27 al 30 agosto: non ci saranno lo spettacolo pirotecnico, il viaggio nella fiaba e la via dello street food. Il programma sarà molto più snello e agile, "in progress" fino all'ultimo momento: questo per garantire sempre tutte le misure di sicurezza necessarie. Inoltre, la scelta di rinunciare allo street food è stata anche dettata dalla volontà di lavorare e coinvolgere maggiormente la ristorazione locale».

Per quanto riguarda gli eventi sportivi, i lavori riprenderanno con il Meeting Optimist di Vela programmato dopo Ferragosto. Gli ospiti del Garda Trentino potranno vivere la loro vacanza, come di consueto, sperimentando le molteplici possibilità outdoor (trekking, barca a vela, windsurf, bike, climbing). «Le guide alpine - spiega - hanno ripreso i loro programmi settimanali con escursioni, vie ferrate, canyoning e corsi di arrampicata. Lo stesso vale per le guide bike e le scuole di vela/windsurf, con un numero ridotto di partecipanti per ciascun gruppo, e per i negozi che si occupano di noleggio attrezzature sportive. Per ciascuna attività vengono naturalmente seguiti i protocolli di sicurezza».

Sul lago di Garda sono numerose le attività outdoor per i turisti

Val di Sole

Itinerari detossificanti, park therapy, cure naturali e iniziative a sostegno dei produttori locali sono i fili conduttori per l'estate 2020. Parola del direttore dell'ApT **Fabio Sacco**. «Abbiamo organizzato una serie di iniziative - racconta - che poggiano sulle caratteristiche intrinseche che da sempre costituiscono il nostro valore aggiunto: ampi spazi, aria pura, corsi d'acqua cristallini. Nell'estate post-Covid l'idea è di enfatizzare queste peculiarità, trasformandole in strumenti per garantire la sicurezza e la salute di cittadini e visitatori».

In Val di Rabbi, lo scorso anno, ha preso il via un programma contro l'iperdigitalizzazione denominato «Digital detox»: un percorso immerso nel bosco per praticare la «park therapy» fisica e mentale. A quello già inaugurato l'anno scorso, se ne aggiunge un secondo quest'anno: un nuovo parco sonoro, dedicato all'ascolto del silenzio e dell'«Io interiore». E uno zaino a sorpresa con dentro merende biologiche e libri a sorpresa. Il cellulare dei partecipanti verrà preso in custodia durante i percorsi relax.

«Attraverso una matrice di analisi, costruita sulla base delle nuove norme di sicurezza previste per la fase 2, abbiamo verificato quante esperienze da vivere in Val di Sole fossero compatibili con essa», spiega Sacco. Tra le voci verificate, l'assenza di contatto fisico e di oggetti da condividere, l'esigenza di dispositivi di protezione, la possibilità di evitare pasti condivisi ed eventuali difficoltà di mobilità per raggiungere il luogo delle esperienze. L'85% delle attività risponde a tali direttive o ha richiesto minimi adeguamenti predisposti per la stagione estiva. Ad esempio, è stato stilato un elenco di itinerari di trekking revisionati proprio per assicurare di essere perfettamente in linea con le prescrizioni anti-Covid. Da non scordare, poi, che la Val di Sole è meta apprezzatissima dai cicloturisti, dalla pista ciclabile agli oltre 300 km di percorsi in mountain bike.

Dolomiti Paganella

L'ambito turistico Dolomiti Paganella non rinuncia ad organizzare attività ed eventi, nel pieno rispetto delle norme anti-Covid. Dagli spettacoli d'acqua, laser e luci sul lago con «Molvius» all'evento dedicato al mondo rosa della mountain bike sempre sulle rive del lago di Molveno, passando per le proposte dei «summer camp» sull'Altopiano. «Per una vacanza - precisa il direttore dell'ApT **Luca D'Angelo** - all'insegna del divertimento e delle attività che i bambini e ragazzi amano praticare, o l'occasione per provare un nuovo sport o coltivare una nuova passione. Come da dieci anni a questa parte non mancherà il Family Festival, il cui filo conduttore sarà il tema dei cambiamenti climatici e delle ripercussioni sull'intera umanità e sull'ambiente che ci circonda. Il tutto verrà affrontato in modo giocoso ed allegro. Anche **Jury Chechi** raggiungerà Fai della Paganella per un camp di ginnastica per i ragazzi e un camp di calisthenics pensato per gli adulti.

Un momento del percorso park therapy in Val di Rabbi

CANTINA FRANTOIO DAL 1926
AGRARIA RIVA DEL GARDA

ORARIO CONTINUATO
LUN-SAB 8.30-20.00

Agraria Riva del Garda, da quasi un secolo presidio del buon mangiare e del buon bere **in Trentino e non solo**, offre ai visitatori la possibilità di effettuare **degustazioni guidate** all'interno del suo Store Rurale: l'occasione perfetta per **assaporare l'eccellenza**. Chiama il numero 342 146 3627 per **prenotare la tua degustazione** in tutta sicurezza.

AGRARIA RIVA DEL GARDA
LOC. SAN NAZZARO, 4 • 38066 RIVA DEL GARDA (TN)
TEL. 0464 552133 • WWW.AGRIRIVA.IT • INFO@AGRIRIVA.IT

Il turista post Covid, alla ricerca della normalità perduta

Foto Pio Geminiani

Vista sul Brenta, a testimonianza di un Trentino a misura d'uomo

Agli hotel serve una comunicazione chiara e semplice, che enfatizzi la bellezza della natura trentina e la sicurezza per la salute degli ospiti. Il Trentino come luogo di «recupero» post *lockdown* e come meta turistica «lenta» e a misura d'uomo per turisti che cercano di lasciarsi alle spalle la paura del Covid-19. Sono questi alcuni punti di forza su cui gli albergatori possono giocare nell'estate 2020, raccontati in un'analisi psicologica del turista a cura della presidente dell'Ordine degli psicologi trentini **Roberta Bommassar**. Senza negare il pericolo del virus ma tenendolo «sotto controllo» con le dovute accortezze.

Dopo il lungo periodo di reclusione tra le mura di casa (*lockdown*), cosa cercheranno i turisti durante le loro ferie estive?

«Il turista cercherà di liberarsi sia della paura accumulata nel corso di questo periodo caratterizzato dal divieto di uscire e successivamente dall'uscire con delle restrizioni, ma anche da una sovraesposizione alle informazioni sul Covid che hanno generato uno stato ansioso persistente. Queste ultime sono state, a mio parere, gestite male: quantitativamente eccessive e molto spesso contraddittorie, hanno creato nei cittadini molto disorientamento. I turisti cercheranno di ritrovare una normalità perduta e di alleggerirsi dell'ansia. Ma non dobbiamo fare l'errore di "negare" l'esperienza accaduta, di fare finta che nulla sia avvenuto e che tutto "sarà come prima". Dobbiamo invece offrire un ambiente in cui le richieste dei turisti in termini di pulizia, di sicurezza e di garanzie di igiene e sterilizzazione siano prese seriamente in considerazione. Il messaggio da trasmettere deve essere "c'è stato un pericolo e contro questo pericolo noi ti garantiamo sicurezza, pulizia e igiene". È da evitare un atteggiamento di banalizzazione e di diniego, che per inciso sono delle difese psicologiche che tendono ad evitare la realtà, per assumere una caratteristica comunicativa di consapevolezza e rassicurazione».

Il Coronavirus ha portato con sé, per molte persone, ansie e paure. In che maniera i turisti riusciranno a gestirle? E come possono intervenire gli albergatori per «rassicurare» gli ospiti che alloggeranno presso le loro strutture ricettive?

3' e 45"
Roberta Bommassar

«Dobbiamo partire dalla considerazione che le persone reagiscono in modo diverso alle diverse esperienze della vita. Con la liberalizzazione degli spostamenti nel rispetto delle norme di sicurezza (mascherine in luoghi chiusi, mantenimento della distanza fisica, igiene), una parte della popolazione si "dimenticherà" del virus e ricompariranno i comportamenti precedenti con il riavvio di relazioni sociali simili a quelle pre-pandemia. È probabile anche che per una parte della popolazione rimarranno le paure riguardo alla possibilità del contagio. Per le altre, invece, sarà importante avere informazioni chiare su queste garanzie, che potranno diventare delle attrattive. Queste persone in quanto turisti cercheranno dei luoghi che possano proteggere da questo rischio: luoghi meno affollati, lontani da assembramenti, rapporto con la natura, pace e rilassamento. Sarà apprezzata una comunicazione che fa riferimento ad un turismo di prossimità, lento, a misura di uomo. Credo che questa fascia sarà sensibile ad una pubblicità che evidenzierà in modo esplicito i luoghi del Trentino con il suo turismo diffuso, caratterizzato da un rapporto con una natura incontaminata, che consente anche la solitudine, la tranquillità, il recupero di una mente che si libera dai pericoli del virus».

Luoghi poco affollati, natura, pace e relax: il Trentino aiuta la mente a liberarsi dal virus

ECO SISTEMI
servizi per l'ambiente
30 anni ANNIVERSARY

SANIFICAZIONE AMBIENTI

AFFIDATI ALLA BIODECONTAMINAZIONE V-PHP.
UN SERVIZIO RAPIDO, EFFICACE, SENZA RIVALI.

Se avete la necessità di effettuare una sanificazione di ambienti e superfici con risultato garantito e **certificato**, vi offriamo un servizio professionale di biodecontaminazione.
ECO SISTEMI sanifica: uffici, ambulatori, locali commerciali, hotel, bar, ristoranti, stabilimenti industriali, appartamenti per vacanze.
La Biodecontaminazione è la giusta soluzione per eliminare in modo rapido ed efficace virus e microrganismi da ambienti e superfici.
LA TECNOLOGIA V-PHP utilizzata da Eco Sistemi si basa sull'impiego di perossido di idrogeno in forma di gas e risulta vincente rispetto ad altre soluzioni perché:

- NON BAGNA
- NON LASCIA RESIDUI
- NON ROVINA
- ARRIVA DAPPERTUTTO
- È SICURA

CONTATTI

TRENTO
Tel. +39 04611636059

ARCO
Tel. +39 0464 519520

ROVERETO
Tel. +39 0464 076838

LAIVES
Tel. +39 0471 951895

SAN VITO DI CADORE
Tel. +39 0436 9660

PONTE NELLE ALPI
Tel. +39 0437 990251

LIMANA
Tel. +39 0437 970048

www.eco-sistemi.eu
info@eco-sistemi.eu

Per prevenire il contagio da Covid-19 sono diventati operativi una serie di protocolli per la sicurezza, basati sull'utilizzo di mascherine e sul distanziamento sociale. Che tipo di reazione può portare nei turisti questo tipo di restrizione? E come può intervenire l'albergatore per fare in maniera che le regole vengano rispettate, nella positiva fruizione di ogni aspetto della vacanza?

«Ritengo che da questo punto di vista il tipo di turismo offerto dal Trentino sia avvantaggiato. Mi spiego meglio: dovrebbe passare il messaggio che queste restrizioni non impediscono la fruizione delle offerte turistiche. Il Trentino offre un turismo che non è di massa. Queste norme non impediscono di godere dei luoghi di montagna, dei piccoli laghi, delle passeggiate, delle baite. Anzi al contrario. Il binomio su cui si dovrebbe puntare è quello della bellezza della natura e della sicurezza per la salute. Il Trentino come luogo compatibile con il Covid. Ritengo anche importante che la parola "Covid" venga nominata. Proprio per quel meccanismo per cui cerchiamo di negare, di escludere le cose che ci fanno paura, pensiamo che non debba venire nominata in un atteggiamento un po' magico (se non ne parlo non esiste). Ma in psicologia le cose non funzionano così. Al contrario dobbiamo riuscire a trasmettere il messaggio che proprio perché teniamo conto di tutto quello che è successo, e quello che è successo è stata una cosa pericolosa, allora lo prendiamo in seria considerazione, ne parliamo, ti diciamo che possiamo controllarlo».

Da alcune indagini pare che gli appartamenti potrebbero essere preferiti dai «vacanzieri" nell'estate post Covid-19. E questo pare legato ad un maggior sentiment in termini di sicurezza e salute. Che accorgimenti possono prendere i titolari di alberghi per comunicare che la soluzione "hotel" è sicura almeno quanto quella "appartamento"?

«La comunicazione dovrà essere chiara, semplice e ripetuta riguardo al rispetto delle norme di sicurezza negli ambienti chiusi. E dovrà essere amplificata ed enfatizzata quella che rimanda alla facilità di disporre e godere degli spazi esterni. Gli hotel di montagna possono offrire con maggior generosità e ampiezza di proposte gli spazi esterni all'aria aperta, a contatto con la natura. Credo che gli operatori turistici dovranno possedere delle informazioni accurate sul virus, che escludano il doppio rischio della banalizzazione e dell'allarmismo per offrire al turista l'immagine di un albergatore competente e coerente. Il nemico lo combatti se lo conosci. Le norme di sicurezza dovranno essere rigorose, accettate con naturalezza senza il senso di insofferenza. È da trasmettere l'idea della convivenza, del riconoscimento del pericolo con la possibilità di vivere un turismo rasserenante e rilassante. Uno dei concetti che si stanno accreditando in questo periodo è quello che la pericolosità del virus sia associata alla sua "carica virale": cercherei di identificare il Trentino e i suoi luoghi naturali come protezione contro una carica virale elevata e pericolosa. L'hotel dovrà curare delle proposte di eco-turismo offrendo agli ospiti idee in merito a passeggiate, giri in bicicletta, easywalking in montagna, meditazione».

La dottoressa Roberta Bommassar

C'è qualche aspetto che possa far pensare ad un diverso atteggiamento alla vacanza post Covid-19 da parte dei turisti stranieri rispetto ai turisti italiani?

«Nella rappresentazione mentale trasmessa dai media a livello europeo l'Italia appare una regione gravemente toccata dall'epidemia. Le immagini degli ospedali sovraccarichi di pazienti sono certamente ancora attive nella mente dei turisti stranieri. Andrebbe quindi curato molto questo aspetto nella comunicazione pubblicitaria a livello generale. Mentre nel rapporto in presenza, quindi gli operatori turistici del luogo di accoglienza, sarà ancora più importante rimandare un'immagine di serietà ed accuratezza nel rispetto delle norme di sicurezza. Tutto questo nell'ottica di non negare e banalizzare questo pericolo. Non si deve fare l'errore di pensare che di fronte alle difficoltà sia preferibile non parlare "facendo finta" che esse non ci siano più e che siamo magicamente tornati ad un passato felice e idealizzato. Il realismo e l'efficienza appaiono qualità tranquillizzanti».

ENTE BILATERALE
TURISMO DEL TRENTINO

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

NEL TURISMO
Crescita professionale

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

NEL TURISMO
Sostegno al reddito

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

NEL TURISMO
Vantaggi e benefici

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

STUDIO 84 QUATTRO

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

Per la prima volta da quando esiste il turismo globalizzato, a causa della pandemia da Covid-19, tutti i Paesi del mondo hanno imposto restrizioni ai viaggi e agli spostamenti per circa due mesi. Dopo il *lockdown*, da metà giugno, gradualmente sta riprendendo la libera circolazione dei turisti.

Già in passato le grandi catene alberghiere internazionali hanno dovuto gestire crisi di grandi dimensioni. Tra queste ricordiamo l'11 settembre 2001, in cui il mercato americano si è fermato in relazione all'attentato alle Torri Gemelle, e la Sars nel 2003. La grande differenza rispetto all'attualità è che, in entrambi i casi citati, la crisi era confinata ad un unico mercato. In quel caso, per reagire, le industrie alberghiere che possedevano hotel in altri continenti hanno creato piani di rilancio al fine di sopperire ad un mercato temporaneamente fermo. Nel caso del Covid-19 tutto il mondo sta vivendo il blocco, pur in tempi sfalsati.

L'industria alberghiera internazionale ha adottato strategie di comunicazione specifiche per ognuna delle quattro fasi finora vissute: (1) lo scoppio della crisi e, nello specifico, la chiusura degli alberghi; (2) il perdurare della chiusura degli hotel; (3) le procedure di pulizia e sanificazione; (4) la riapertura.

Nella *prima fase* le catene alberghiere a livello mondiale hanno chiuso la maggioranza dei propri hotel. I proprietari hanno comunicato tramite comunicati ufficiali e video messaggi la decisione di chiudere per proteggere la salute degli ospiti e dei lavoratori. Durante questo periodo molti albergatori hanno cercato di implementare operazioni di immagine, per dimostrare vicinanza alla popolazione. Alcuni hotel, soprattutto francesi e olandesi, hanno effettuato azioni di volontariato cucinando pasti gratuiti per i senzatetto ed accogliendoli nelle proprie strutture. Altri hanno cucinato per gli infermieri e i medici. Altri ancora hanno composto il simbolo di un cuore accendendo le luci alle finestre degli alberghi chiusi.

Nella *seconda fase* gli hotel hanno comunicato che «stavano investendo il tempo della chiusura per prepararsi alla ripartenza, effettuando lavori di manutenzione straordinaria, introducendo nuovi servizi per gli ospiti». Molte catene alberghiere e destinazioni, al fine di contenere la paura di contrarre il virus in vacanza, hanno iniziato a comunicare alcune azioni adottate dall'hotel per fare vivere una vacanza in tranquillità al cliente. La comunicazione delle misure

Dispositivi di protezione personale, con cui tutti abbiamo imparato a convivere

di igiene e sicurezza è iniziata fin dai primi giorni della crisi. Il Governo di Singapore è stato uno dei primi ad introdurre un certificato di igienizzazione degli hotel: le strutture che soddisfano alcuni precisi criteri ricevono il marchio «SG Clean», veicolato tramite newsletter, sito internet, video, con l'obiettivo di abbassare paure ed incertezze dei viaggiatori dell'era post-Coronavirus. Un'altra azione introdotta nelle catene alberghiere è quella del servizio in camera (pranzo e cena) per gli ospiti, o di delivery di pasti a casa per residenti della città.

Durante la *terza fase* gli hotel hanno investito per creare protocolli di sicurezza e di sanificazione per contrastare il virus. Ogni catena ha sviluppato i propri standard, successivamente condivisi con le associazioni di categoria. Quasi in contemporanea è stata creata una comunicazione empatica per trasmettere un senso di sicurezza agli ospiti. Tutte le catene hanno creato (e diffuso sui social e online) video che mostrano le strategie introdotte. Gli analisti internazionali affermano che la pulizia eseguita dagli alberghi e la strategia con cui la comunicano sono il vero vantaggio competitivo in questa fase post-Covid. Quindi, a livello internazionale, le nuove misure adottate dall'hotel per contrastare il Coronavirus vengono utilizzate come vero e proprio strumento di marketing. L'analisi di queste strategie comunicative rileva alcune similitudini nei messaggi diffusi. Eccone alcuni esempi: «Accogliere, salvaguardare e prendersi cura degli altri è al centro di ciò che facciamo e di ciò che

Foto pixabay.com

Comunicare ai tempi del Covid-19: le esperienze internazionali

Quattro «fasi» diverse con quattro modi differenti di rimanere in contatto con gli ospiti passati e futuri

3' e 10"
Monica Basile

siamo. La salute, la sicurezza e il benessere del nostro personale, degli ospiti, dei proprietari e dei partner rimane la nostra massima priorità mentre il mondo attraversa questa crisi senza precedenti». O ancora: «La nostra compagnia da decenni ha dato la priorità alla sicurezza dei suoi ospiti su base giornaliera, grazie ai nostri elevati standard di igiene e pulizia applicati da tutti i nostri marchi. A causa della pandemia di Covid-19 e, per garantire la sicurezza dei nostri clienti e dipendenti alla riapertura degli hotel, abbiamo ulteriormente elevato queste norme».

Durante la *quarta fase*, quella attuale, gli hotel mirano a comunicare la «gioia» della riapertura. La comunicazione è incentrata sulla ripartenza e sulla felicità di rivedere nuovamente gli ospiti.

Al fine di comunicare al meglio le varie fasi, l'Asat ha voluto fortemente l'introduzione di un'azione di sistema con Trentino Marketing, le ApT e l'Unat. In **Trentino Suite** sono presenti modelli di comunicazione utilizzabili dagli albergatori. Per informazioni contattare l'Ufficio marketing e ricerche (dottoressa Monica Basile, m.basile@asat.it).

Foto pixabay.com

Comunicare attraverso i social è fondamentale per gli hotel anche ai tempi del Covid

design for living

IL BRAND CHE CONQUISTA GLI OSPITI

CREAZIONE O RESTYLING: L'EFFICACIA È FRUTTO DI UN'UNICA REGIA PROGETTUALE

Il «brand» di un hotel è fondamentale: rappresenta il biglietto da visita da proporre all'ospite. È indispensabile, perciò, al fine di intercettare nuovi target di clienti, ma anche per fidelizzare la clientela già esistente. Proprio per questo, la creazione di un nuovo brand per una struttura ricettiva, oppure la rivisitazione ed il restyling del «vecchio» brand di un'impresa turistica, sono dei momenti estremamente delicati nella storia di un albergo. «In tal senso - spiega **Alessandro Cestele**, titolare dello studio D4L - è essenziale curare e proporre il progetto architettonico e il progetto di design, in maniera da avere "un'unica mano" che concepisca l'idea e la realizzi nel dettaglio, al fine di garantire l'autenticità della proposta e del "concetto ideativo"». Da oltre dieci anni lo studio D4L - Cestele Architetti si occupa a tutto tondo del settore dell'hotellerie e, con la sua esperienza in tale campo, è in grado di gestire in maniera impeccabile tutto l'iter che va dalla progettazione fino alla realizzazione completa dell'opera architettonica, fino all'arredo e complementi di design custom.

Individuare in maniera corretta ed efficace per i potenziali ospiti il nuovo brand, oppure avere i giusti strumenti per riproporre il vecchio brand con un «taglio» corretto e contemporaneo, costituiscono i requisiti fondamentali per creare un forte legame tra ospite e location. «E questo - prosegue Cestele - diviene, poi, un volano in termini di comunicazione e marketing attuati dall'ospite stesso attraverso i social media. Un ospite che vive l'esperienza di soggiornare in un posto unico, "respirando" la sua forte identità e apprezzando l'autenticità della proposta, non vede l'ora di comunicare al mondo intero che lui è stato lì, rafforzando così la Guest experience della struttura».

Ecco, quindi, che per ottenere il miglior risultato possibile è necessario affidarsi ad uno studio d'architettura professionale, con capacità specifiche, che offra anche le competenze a livello di general contractor. Lo studio D4L garantisce interventi mirati e di qualità assoluta, con soluzioni studiate «chiavi in mano», assicurando tempi e costi certi e offrendo grande esperienza e soluzioni innovative nel settore dell'ospitalità.

STAI PENSANDO A COME FAR RIPARTIRE LA TUA STRUTTURA?

www.d4l.it

Pianifica con noi il futuro della tua attività: **interventi di massima qualità, con la garanzia di tempi e costi certi.**

- Ampliamenti e nuove strutture
- ristrutturazioni e restyling
- interior design e arredo
- efficientamento energetico sostenibile
- Spa, wellness e outdoor design

Con la **soluzione chiavi in mano**, avrai un unico interlocutore sempre al tuo fianco per tutte le fasi di progetto e di realizzazione.

Dall'idea, al progetto, alle autorizzazioni, alle richieste di contributo, fino ai lavori edili di costruzione e alla posa dell'arredo.

CON NOI TI FARAI TROVARE PRONTO PER LA RIAPERTURA, CON UN DESIGN UNICO E DISTINTIVO

Contattaci per saperne di più
D4L - CESTELE ARCHITETTI
Vicolo Rocche, 1 - 38056 Levico Terme (TN)
0461 706190 347 4467630 335 8489925
info@d4l.it

Scan me

design for living

Foto Daniele Lira

2' e 55"

Il Rifugio Boè nel Gruppo del Sella

Rifugi aperti: 5 regole d'oro per l'estate 2020

Prenotazione obbligatoria per i pernottamenti e consigliata per i pasti, utilizzo di gel e mascherina nelle aree comuni, osservanza delle norme sul distanziamento sociale, portare con sé asciugamano e ciabatte e chiedere al rifugista quali siano le modalità previste nelle diverse strutture per il pernottamento. Cinque semplici regole, ma fondamentali per vivere in sicurezza i rifugi durante quest'estate post-Covid. Regole che ricordano a tutti i fruitori della montagna, più o meno abituali, l'importanza di adottare un comportamento responsabile e che mettono in evidenza i tratti comuni tra le disposizioni per i rifugi dolomitici adottate dalle Regioni e dalle Province Autonome che condividono il Patrimonio Mondiale Dolomiti Unesco.

Nel mese di giugno si è svolta la «presentazione» delle «regole d'oro», che saranno adottate dai rifugi presenti sull'intero territorio dolomitico, andando perciò a coinvolgere - grazie all'attività della Fondazione Dolomiti Unesco - diverse Regioni italiane. Le regole sono state raccolte in una locandina che sarà diffusa sui canali social ed affissa nei 66 rifugi dell'area dolomitica, che coinvolge Alto Adige, Trentino, Veneto e Friuli Venezia Giulia.

«Uniti nella diversità è il motto che da sempre caratterizza il nostro impegno», spiega il presidente della Fondazione Dolomiti Unesco e vicepresidente della Provincia autonoma di Trento **Mario Tonina**. «Quest'azione comune ai rifugi - prosegue - vuole essere un messaggio di speranza e di ottimismo, proprio in occasione dell'apertura della stagione dei rifugi. Per fare in modo che gli amanti della montagna possano tornare a popolarla in sicurezza, abbiamo lavorato a queste regole, che sono state condivise da tutte le associazioni che operano sui diversi territori, che voglio ringraziare per l'impegno e la volontà di collaborare. Sappiamo quanto importante sia per i territori dolomitici il turismo estivo e pensiamo che ci potrà essere una risposta positiva ed importante da parte dei turisti, anche grazie al lavoro, unitario, svolto dalla Fondazione». «Sarà un'estate diversa - conclude Tonina - non vi sono dubbi e starà a tutti noi renderla speciale».

Foto ufficio stampa pat

Il vicepresidente della Provincia Mario Tonina

«Rete per la sicurezza anti-Covid» tra i territori dolomitici che condividono il patrimonio Unesco

«La locandina - spiega **Marcella Morandini**, direttrice della Fondazione - mette al centro la figura del rifugista e rappresenta un importante lavoro di rete che mette in connessione persone, istituzioni e territori. È stata redatta in italiano, tedesco e inglese, rivolgendosi, quindi, anche al vasto pubblico internazionale che frequenta le Dolomiti». Tale campagna informativa per l'estate 2020 è frutto di un eccellente lavoro di squadra coordinato dalla Fondazione Dolomiti Unesco, a cui hanno partecipato le associazioni alpinistiche della regione dolomitica e le associazioni locali di rifugisti, a seguito di un ampio confronto avvenuto con i tecnici delle amministrazioni che condividono il Patrimonio Mondiale, che ha permesso una fotografia dei diversi contesti territoriali».

Le «regole d'oro» sono diverse, ma non troppo. I principi ispiratori dei protocolli adottati da Regioni e Province Autonome sono molto simili e il rispetto delle regole per l'estate 2020 richiede disponibilità di pianificazione e adattamento da parte dell'escursionista e uno sforzo in più da parte del rifugista. Per quanto riguarda la ristorazione, ci sono delle differenze non solo fra i diversi territori, ma anche di rifugio in rifugio, perché tutto dipende dallo spazio a disposizione. Per non compromettere la sicurezza, varia anche la riduzione dei posti letto, ma ovunque sono richieste le dotazioni personali ed è d'obbligo la prenotazione. La Fondazione Dolomiti Unesco, insieme a AVS (Alpenverein Südtirol), CAI Alto Adige, CAI Friuli Venezia Giulia, CAI Veneto, SAT (Società Alpinisti Tridentini), Schutzhütten/Rifugi Alpini Südtirol, Associazione Rifugi del Trentino e AGRAV (Associazione Gestori Rifugi Alpini Veneto), ha messo a punto una comunicazione per l'escursionista, valida in ogni circostanza, che parte proprio dal rispetto delle disposizioni vigenti.

IL TURISMO PIANGE CLARA NICOLODI

Il mondo del turismo porge l'ultimo saluto a **Clara Nicolodi**, stimata e pionieristica albergatrice di Canazei. Con il marito Aldo ha dedicato, tra sacrifici e dedizione, grazie ad intuizioni innovative e ad un'immensa passione, l'intera vita all'azienda alberghiera di famiglia. Dopo il matrimonio nel 1959, i coniugi Nicolodi si sono impegnati nell'ambito imprenditoriale alberghiero, fino ad arrivare a «costruire» una delle più grandi ed importanti aziende della Val di Fassa, la Union Hotel Canazei e Campitello di Fassa, oggi gestita da figli e nipoti.

Da parte della famiglia Nicolodi non è mai mancato nemmeno un solido contributo alla vita sociale di Canazei, grazie a valori radicati riguardo all'importanza di fare rete con gli altri imprenditori della zona per progettualità condivise e all'associazionismo. Non a caso Clara Nicolodi, insieme al marito Aldo, era stata insignita nel maggio 2014 della Stella dell'Albergatore. Tale riconoscimento è conferito dall'Asat agli associati che, per almeno trent'anni, si sono particolarmente distinti sia nel lavoro all'interno della propria azienda sia per un impegno più ampio a favore dello sviluppo del turismo sul proprio territorio e in tutto il Trentino.

L'Asat desidera porgere le sue sentite condoglianze alla famiglia Nicolodi per la scomparsa di Clara.

Foto Bonisegna

Clara e Aldo Nicolodi alla consegna della Stella dell'albergatore, nel maggio 2014

Terme di Levico e Vetriolo, la stagione è iniziata

Salute delle persone e sicurezza degli ospiti sono al primo posto nella ripartenza post Covid-19

1' e 55'

L'attesa è finita: finalmente la stagione delle Terme di Levico e Vetriolo è cominciata. Inizialmente prevista per il 20 aprile, l'apertura ha subìto una sospensione durata fino a fine giugno. «La nostra intenzione - dice **Donatella Bommassar**, presidente delle Terme di Levico e Vetriolo - è quella di proporre tutti i trattamenti che ci contraddistinguono, termali e non: cure inalatorie, fanghi e bagni terapeutici, massaggi e fisioterapia».

La tutela della salute delle persone è un obiettivo che da oltre cent'anni accompagna le Terme di Levico e Vetriolo. Il senso di responsabilità per qualcosa di così delicato come la salute non giunge nuovo per le Terme e per i suoi collaboratori, per quanto la sfida che oggi si presenta sia assolutamente inedita. «Fa parte della nostra storia - afferma Bommassar - mettere al primo posto la salute delle persone, anche se la situazione straordinaria che stiamo vivendo introduce nuovi vincoli che potrebbero modificare l'esperienza che le persone si troveranno a vivere».

Per la stagione 2020 sarà obbligatoria la prenotazione via mail o telefono, si richiederà qualche informazione in più in fase di prenotazione e il numero di persone che potranno accedere ai centri termali sarà di molto ridotto. «Abbiamo individuato nuovi percorsi di accesso, predisposto colonnine per l'igienizzazione delle mani e all'entrata dello stabilimento termale sarà misurata la temperatura corporea. Per il resto, ai nostri ospiti richiederemo di rispettare le tre regole che hanno imparato a conoscere bene in questo periodo: uso della mascherina, rispetto della distanza e pulizia frequente delle mani», dichiara **Patrizia Manica**, direttrice sanitaria del compendio termale. Si tratta di cambiamenti necessari e responsabili, volti a consentire la sicurezza e la salute di tutti. Saranno, quindi, messi in atto con la massima attenzione, ma cercando di ridurre al minimo l'impatto che potrebbero avere sulla fruizione dei servizi. «Abbiamo previsto - prosegue - la presenza di collaboratori che avranno il compito di rassicurare e guidare, conservando la dovuta distanza, le persone all'interno dello stabilimento. Inoltre, stiamo lavorando su una comunicazione interna che sappia sottolineare l'importanza di adottare una serie di comportamenti responsabili».

In questo periodo, come nei mesi passati, è continuo il confronto con Comune, Apt e associazioni di categoria per riuscire a valorizzare in maniera coerente l'esperienza di benessere a contatto con la natura che è possibile vivere a Levico e in Valsugana. «Stiamo lavorando - termina Bommassar - ad una proposta che integri maggiormente Terme e territorio, così che l'esperienza di benessere sia completa e significativa. Le limitazioni di quest'ultimo periodo hanno evidenziato con forza come lo stare bene sia il risultato di un'interazione fragile e complessa tra varie dimensioni: fisica, mentale, sociale, ambientale. Da qui siamo partiti nel creare dei percorsi che combinino le proprietà uniche della nostra acqua termale alle qualità "strutturali" di Levico e della Valsugana con la loro sicurezza, naturalità e sostenibilità». Le terme rimarranno aperte fino al 7 novembre.

Le terme di Levico e Vetriolo

Terme di Comano, uno «start» all'insegna del benessere

Foto Ronny Kaulehn- Fototeca TrentinoSpa

Trattamenti per la cura della pelle

Serenità ed equilibrio interiori accanto alle cure termali: ecco le priorità dell'estate 2020

1' e 45'

Ritrovare serenità ed equilibrio. Curare il proprio benessere fisico e psichico. Sono obiettivi decisamente appropriati per l'estate 2020, che arriva dopo il lungo *lockdown* a causa dell'emergenza sanitaria per il contagio da Coronavirus. E proprio con questa finalità le Terme di Comano hanno riaperto a fine giugno, precisamente nella giornata di giovedì 25 giugno. È questa la filosofia adottata dall'Azienda Consorziale Terme di Comano, di proprietà dei Comuni di Bleggio Superiore, Comano Terme, Fiavè, Dorsino San Lorenzo e Stenico. La quale opera in tre settori: sanitario con le strutturate proposte di terapie termali curative delle Terme di Comano, ricettivo con i servizi di ospitalità, cura e benessere del Grand Hotel Terme di Comano e cosmetico con la linea di prodotti a base di acqua termale utilizzati per la cura della pelle.

Tante le novità pensate per la riapertura post Covid-19, tutte all'insegna del rispetto dei protocolli di sicurezza sanitaria. «Fortunatamente - commenta **Paolo Brunelli**, membro della Giunta dell'Asat e titolare dell'Hotel Angelo di Comano Terme - già in passato il comparto termale aveva adottato la metodologia delle "prenotazioni" per scaglionare i clienti. E questo, in epoca post Covid, diventa decisamente fondamentale per regolamentare gli accessi e osservare le disposizioni sul distanziamento sociale. Anche se, va detto, ad oggi (22 giugno) le prenotazioni vanno notevolmente a rilento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno».

Per l'estate 2020, le Terme di Comano hanno pensato ad ideare una serie di percorsi termali nuovi, in grado di sfruttare e valorizzare il grande parco esterno. «Inoltre - precisa Brunelli - una ricerca congiunta tra Università di Trento e Cibio ha permesso di identificare un "batterio buono" nella nostra acqua termale, in grado di svolgere un'importante attività antinfiammatoria fondamentale per il trattamento delle malattie allergiche della pelle come psoriasi e dermatite. Questa scoperta potrebbe fare, anche in un'estate particolare come quella appena iniziata, da "volano" per la promozione delle Terme di Comano». Anche per le Terme di Comano, infine, si parla di un «allungamento» della stagione fino alla fine del mese di ottobre.

Il Cipat è operativo: d'obbligo identificare gli alloggi ad uso turistico

Un appartamento di Airbnb

«Stesso mercato, stesse regole». Da anni l'Asat chiede maggior equità nel trattamento delle attività di accoglienza turistica di natura alberghiera ed extralberghiera. Frutto della costanza e dell'impegno dell'Associazione, dal 30 giugno è operativo su tutto il territorio trentino il codice Cipat, identificativo degli alloggi ad uso turistico. Che è diventato obbligatorio per ogni appartamento dato in affitto ad uso turistico.

Il codice Cipat deve, quindi, essere utilizzato dai proprietari degli alloggi e anche da chi si occupa di intermediazione, compresi i grandi portali come Booking e Airbnb. In sostanza, questo codice serve ad identificare le attività che non vengono esercitate in forma imprenditoriale: non riguarda affittacamere, B&B, ostelli e quant'altro appartiene al mondo extralberghiero ma esercita la sua attività in forma di impresa. «L'obiettivo - come ha ricordato l'assessore al turismo **Roberto Failoni** - è quello di regolarizzare le attività di accoglienza turistica extralberghiera esercitate in maniera non imprenditoriale, che sono molte, anche al fine di riuscire a pianificare al meglio l'offerta dei servizi pubblici sul territorio.

Decisamente soddisfatto il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**. «Si tratta di un intervento molto importante, messo in atto dalla Provincia dopo un lungo iter di confronto e discussione con la nostra Associazione», spiega, «Trasparenza, d'ora in poi, sarà la parola d'ordine per chiunque voglia "aprire" le porte di casa propria ed accogliere turisti. Grazie al Cipat sarà possibile far emergere il sommerso nel settore degli alloggi ad uso turistico». «Mai come in questo momento - aggiunge - è fondamentale porre particolare attenzione al controllo ed alla sicurezza

Obiettivo trasparenza, nell'ottica di far emergere il sommerso nel settore d'accoglienza extralberghiero

3' e 35" Fabia Sartori

Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola

del territorio. Non si tratta più solamente di "normare" gli aspetti legali e fiscali, ma anche di riuscire a tenere maggiormente monitorati i flussi turistici sul nostro territorio nell'era post Covid-19».

I controlli non mancheranno. E nemmeno le sanzioni. La multa prevista per chi, dopo il 30 giugno, affitta un appartamento ad uso turistico essendo sprovvisto del Cipat andrà dai 500 ai 3.000 euro. La materia riguarda i Comuni, sia per quanto concerne i controlli sia in merito alla parte sanzionatoria. Il Comune è, infatti, il soggetto che conosce meglio di ogni altro la situazione presente sul proprio territorio, come si è visto anche quando è esplosa l'emergenza Covid-19, che inizialmente ha coinvolto alcuni proprietari di seconde case provenienti da altre Regioni. Il Comune è anche l'ente deputato a ricevere la comunicazione di chi intende mettere a disposizione un alloggio ad uso turistico. Ed ancora: il Comune incassa una parte della tassa di soggiorno, pari al 50%. Infine, le stesse somme relative alle sanzioni verranno incassate dagli uffici comunali.

I sindaci, intervenuti alla videoconferenza sul tema «Cipat» organizzata dall'assessorato al turismo, hanno espresso fiducia nei confronti di questo nuovo strumento. Nessun altro sistema - è stato detto in videoconferenza - funziona, compresi quelli legati alla promozione online degli appartamenti, come la geolocalizzazione (che i proprietari spesso lasciano volutamente nel vago), né le foto con cui gli appartamenti vengono pubblicizzati sui portali (spesso solo di interni). Gli interessati, pare, sanno molto bene come far sì che l'alloggio affittato non sia identificabile. Al tempo stesso i sindaci non nascondono le difficoltà poste dall'esercizio di un controllo efficace sulle tante seconde case presenti sul territorio.

Come funziona il Cipat.

La Provincia autonoma di Trento attribuisce agli alloggi per uso turistico un codice identificativo turistico provinciale, il Cipat, univoco per ogni singolo alloggio. Questo per semplificare l'attività di vigilanza e i controlli da parte delle autorità competenti, la pubblicità, la promozione e la commercializzazione dell'offerta di case o appartamenti per uso turistico, anche considerando lo sviluppo esponenziale di questo tipo di offerta negli ultimi anni.

Il codice verrà generato automaticamente dal sistema informativo DTU-Alloggi, al momento dell'inserimento di un nuovo alloggio per uso turistico. Per chi ha già registrato l'alloggio nel sistema informativo DTU-Alloggi, il codice Cipat verrà comunicato dagli uffici del Servizio turismo e sport attraverso l'indirizzo e-mail indicato nel sistema oppure, se questo manca, attraverso una comunicazione su carta.

Dal 30 giugno scorso chi offre in locazione alloggi per uso turistico deve pubblicare il Cipat nelle iniziative di pubblicità, promozione e commercializzazione dell'offerta, effettuate direttamente o indirettamente attraverso qualsiasi forma di intermediazione con scritti, stampati, supporti e piattaforme digitali (come Airbnb o Booking) o con qualsiasi altro mezzo utilizzato. Anche i soggetti che esercitano attività di intermediazione immobiliare e i soggetti che gestiscono portali telematici e che pubblicizzano, promuovono o commercializzano gli alloggi per uso turistico devono pubblicare il codice su tutti gli strumenti utilizzati, in maniera ben visibile. Per chi non rispetta questo obbligo è prevista una sanzione amministrativa.

Agenzie di prodotto per la promozione territoriale

3' e 40"

L'Asat ha portato le sue istanze in audizione presso la seconda Commissione permanente del Consiglio provinciale

Creare le **Agenzie di prodotto** al posto delle Agenzie territoriali previste nel disegno di legge della riforma della promozione territoriale. È questa la proposta forte che l'Asat ha presentato a fine giugno, in occasione dell'audizione presso la seconda Commissione permanente del Consiglio provinciale. «Le Agenzie di prodotto - ha spiegato il presidente **Giovanni Battaiola** - interpretano meglio l'idea di un turismo che guarda al mercato dove il turista non percepisce confini, che rafforza i rapporti di sinergia tra i territori, che valorizza i prodotti turistici, che consente un'organizzazione delle risorse intelligente ed efficace».

Per come le vede l'Asat, le Agenzie di prodotto sono articolazioni organizzative interne di Trentino Marketing con la funzione di ideare e costruire il prodotto turistico provinciale, anche in collaborazione con le ApT. Tra le loro attività è prevista l'analisi delle potenzialità dei prodotti di riferimento e delle esigenze della domanda turistica, il benchmarking in coordinamento con le singole ApT, lo sviluppo dei prodotti turistici provinciali in coerenza con il piano strategico di Trentino Marketing, il coinvolgimento delle ApT per la proposta ai turisti dei prodotti turistici, il monitoraggio dei prodotti turistici offerti.

«Le Agenzie di prodotto sono affiancate da un nucleo tecnico - ha detto Battaiola - formato da un rappresentante per ciascun ambito coinvolto, nominato dalle ApT sulla base di specifici requisiti professionali, e da un manager di prodotto indicato da Trentino Marketing (è un esperto con funzioni di coordinamento e di crescita dei prodotti dei territori)». Il finanziamento delle stesse avviene attraverso **il 10% del gettito dell'imposta provinciale di soggiorno** raccolta in tutti gli ambiti territoriali interessati da quel prodotto e un'**eventuale quota aggiuntiva**, derivante dall'extragettito eccedente il 49% assegnato al singolo ambito, che deve essere però destinata allo sviluppo di specifiche attività dedicate all'ambito territoriale ove l'imposta è stata raccolta.

Centralità del turista e delle imprese

«La legge mette in evidenza la centralità del turista. Se ciò significa che l'attenzione del sistema turistico trentino interpreta l'esigenza del turista è sicuramente un dato positivo, senza però dimenticare che questa attenzione va accompagnata da scelte che riguardano la qualificazione e la valorizzazione del turismo trentino secondo criteri di qualità e di sostenibilità. Accanto alla centralità del turista deve esserci la centralità dell'impresa, che va messa nelle condizioni di poter crescere, di migliorare i propri risultati in termini di produzione di valore aggiunto, di ricavi, di redditività e di investimenti».

Palazzo Stella, la sede dell'Asat

ALLEANZA ANTI-COVID TRA ASAT E TAMA SERVICE SPA

AL VIA UNA CONVENZIONE CHE HA COME OBIETTIVO LA SANIFICAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

L'Asat e Tama Service Spa si alleano in funzione anti-Covid per garantire ai turisti che soggiorneranno in Trentino la massima sicurezza in termini di salubrità delle strutture ricettive. E lo fanno tramite una convenzione che permette agli alberghi e alle altre imprese turistiche aderenti ad Asat di sanificare i propri ambienti per tenere lontani tutti i rischi sanitari dovuti a virus come il Sars-Cov-2 (il nuovo Coronavirus che causa il Covid-19), ma anche Listeria, Escherichia Coli e tanti altri agenti patogeni.

Maggiori informazioni al link https://www.asat.it/nuova-convenzione-con-tama-service---green-technology-system/53-6173/.

Una foto della promozione estiva di Trentino Marketing per la stagione 2017

Piano strategico di sviluppo e di piani operativi

«Il ddl cerca di rafforzare gli elementi di collaborazione sistemica tra le funzioni di indirizzo politico e quelle di carattere strategico operativo, ovvero Trentino Marketing e le ApT. Questi rapporti hanno bisogno di una visione complessiva che dia il senso degli obiettivi da raggiungere. È importante che il turismo trentino, nelle sue articolazioni organizzative e decisionali, sia dotato di un piano strategico di sviluppo e di piani operativi strettamente connessi e, per certi versi, gerarchicamente subordinati al piano strategico generale».

Trentino Marketing

«Il ruolo della Società viene rafforzato attraverso la capacità di gestire con intelligenza le risorse, la capacità di interpretare ed interagire col mercato e di rapportarsi in modo costruttivo e collaborativo con le ApT, che si confermano come soggetto significativo dell'organizzazione territoriale della promozione. Esiste la tendenza a livello di ambito territoriale a pensarsi come soggetti autonomi: dobbiamo avere la consapevolezza che, proprio perché il turista non riconosce confini amministrativi, l'idea di una propria autosufficienza è sbagliata. Il processo di collaborazione con Trentino Marketing e tra territori deve valorizzare gli ambiti locali. Il fatto che il turismo trentino possa presentarsi sui mercati nazionali e internazionali forte di un'idea unitaria di se stesso è un elemento di forza. È stata ribadita l'importanza del coinvolgimento e di una stretta collaborazione con le amministrazioni pubbliche locali. Accolta la richiesta dell'Asat di dotare Trentino Marketing di un Consiglio di amministrazione dove vengano rappresentate le associazioni di categoria del settore turistico».

ApT

«Il ddl stabilisce alcuni criteri per individuare il numero e l'articolazione territoriale delle ApT. Alcuni territori potrebbero vedere mortificata la loro storia, la loro identità e il loro ruolo turistico. Riteniamo che vadano ascoltate le istanze di questi territori per confermare la presenza dell'ApT, magari condizionando queste richieste alla sostenibilità economico finanziaria di questi soggetti secondo i criteri individuati a definirne la prevalenza privata rispetto a quella pubblica. Preferiremmo, infine, che l'individuazione degli ambiti fosse fatta con regolamento e non inserita in legge: una loro eventuale modifica potrà avvenire agevolmente con una delibera di Giunta. Riguardo il meccanismo di raccolta e di gestione delle risorse economico finanziarie da parte delle ApT, la procedura di ridistribuzione è stata oggetto di considerazioni giuridiche inerenti al ruolo pubblico delle ApT in presenza di risorse finanziarie provenienti in maniera maggioritaria dal bilancio pubblico. Quanto disposto dal ddl è dunque un atto dovuto e, quello che può apparire come una riduzione delle risorse a disposizione delle ApT, potrebbe rafforzare gli aspetti privatistici delle stesse. È un aspetto positivo a patto che vengano comunque mantenute le risorse pubbliche destinate al settore turistico che devono tornare ai territori attraverso altri canali di spesa».

È in rete il nuovo Atlante popolare dei paesaggi del Trentino

L'Osservatorio del paesaggio è un organismo di carattere partecipativo costituito da un Forum in cui sono rappresentanti enti territoriali e di ricerca, Università, associazioni, categorie professionali ed economiche e da una Segreteria tecnico scientifica. L'Osservatorio svolge numerose funzioni nel campo della documentazione e del monitoraggio delle trasformazioni del territorio, della diffusione della cultura paesaggistica e della promozione della qualità architettonica, anche attraverso il Comitato provinciale per la cultura architettonica e il paesaggio del quale abbiamo già parlato in un precedente numero della rivista. L'attività dell'Osservatorio è documentata nel sito http://www.paesaggiotrentino.it/

Il nuovo Atlante popolare è uno strumento rivolto ai cittadini, enti o associazioni, allo scopo di realizzare un censimento collettivo degli elementi paesaggistici di valore. Tutti i cittadini residenti in Trentino, ma anche i turisti che conoscono e amano il nostro territorio, possono inserire nuove segnalazioni e consultare quelle esistenti, entrando nel sito web dell'Osservatorio del paesaggio, nella sezione dedicata all'Atlante POP all'indirizzo https://atlantepop.paesaggiotrentino.it/

All'apertura del sito l'Atlante si presenta come una mappa del Trentino in cui sono indicate con bandierine di colore diverso, differenti categorie di elementi paesaggistici. Attualmente sono attive tre sezioni dell'Atlante, denominate: «Camminando nel sacro», «Storie d'acqua» e «Segni di vetta».

La «fontana delle angurie» a Villa Lagarina

Camminando nel sacro

Lungo i percorsi è frequente rilevare la presenza di manufatti sparsi di carattere religioso. Costituiscono una sorta di rete di protezione e di preghiera, offerta a chi si trova a dover attraversare il territorio aperto. Sono elementi di forte caratterizzazione paesaggistica, in quanto testimonianze culturali, artistiche e storiche importanti. Tra essi i più frequenti, ai quali si rivolge l'Atlante, sono i capitelli, le croci di campagna e le cappelle.

Storie d'acqua

Il nostro territorio è costellato di elementi realizzati, nel tempo, per garantire l'uso dell'acqua: fontanelle che ci consentono di bere mentre ci spostiamo nel territorio, abbeveratoi per gli animali, lavatoi, fontane decorative e monumentali che abbelliscono le nostre strade, piazze e parchi. Questi luoghi dell'acqua caratterizzano i punti di sosta e i percorsi, creando paesaggi da vedere e da ascoltare. Sono presidi funzionali che ci approvvigionano di una risorsa fondamentale ma sono anche elementi in grado di generare spazi speciali di socialità, spesso teatro dei nostri ricordi. In questa sezione dell'Atlante sono documentati: le fontane decorative e monumentali, le fontanelle per bere, i lavatoi e gli abbeveratoi per gli animali.

3' e 15"

Giorgio Tecilla,
direttore dell'Osservatorio del paesaggio
della Provincia autonoma di Trento

Segni di vetta

Il paesaggio trentino è l'esito di un'orografia complessa. Ogni vallata è delimitata da catene montuose che caratterizzano fortemente lo spazio che circoscrivono. In questo contesto paesaggistico così ricco e articolato, alcune cime assumono un valore particolare, motivato da ragioni storiche o funzionali o, più semplicemente, dal loro essere luoghi dai quali si può godere un bel panorama. Le vette delle nostre montagne sono luoghi speciali che rappresentano valori di carattere simbolico, religioso o funzionale spesso di grande rilevanza sociale. Le vette sono le destinazioni delle nostre escursioni, sono riferimenti importanti per le reti di rilevazione topografica, punti di confine tra ambiti amministrativi diversi. La specialità di questi luoghi si traduce spesso nella presenza di segni fisici, a volte anche imponenti e paesaggisticamente problematici, realizzati nel tempo dall'uomo. In questa sezione dell'Atlante, realizzata in collaborazione con la SAT, sono documentati: i rifugi alpini e i bivacchi, le installazioni militari, le croci di vetta, i cippi, le lapidi commemorative o le iscrizioni che testimoniano la nostra presenza e la nostra attenzione per le cime delle montagne.

Una croce di vetta

In un prossimo futuro, l'Atlante POP è previsto in estensione anche ad altre tipologie di elementi paesaggistici, sulla base delle indicazioni che verranno espresse dal Forum dell'Osservatorio e direttamente dai cittadini. Nelle zone del Trentino in cui le segnalazioni dei cittadini iniziano già ad essere numerose è possibile iniziare a scorgere il disegno di una rete di percorsi tematici che suggerisce una lettura inedita e affascinate del nostro territorio, utile per orientare escursioni e passeggiate di carattere culturale, di sicuro interesse anche per i nostri ospiti.

Ma accanto alla funzione di consultazione l'Atlante offre, come detto, anche la possibilità di diventare i protagonisti della sua realizzazione, segnalando gli elementi paesaggisti ai quale ognuno di noi attribuisce un particolare valore.

Una scheda di segnalazione

Da casa con il proprio PC o direttamente sul territorio, utilizzando la versione del sito per smartphone, i cittadini possono segnalare e documentare gli elementi paesaggistici che rientrano nelle categorie in cui si struttura l'Atlante.

La scheda di segnalazione è di semplice compilazione e prevede di indicare la localizzazione dell'elemento paesaggistico, di documentarlo fotograficamente e di inserire alcune informazioni descrittive, accompagnate da valutazioni personali. L'Atlante POP si propone pertanto come un nuovo modo di conoscere il nostro paesaggio e di essere coinvolti nella sua gestione e valorizzazione. Speriamo saprà appassionare in nostri concittadini e i nostri ospiti.

STUDIO BRANDOLESE
STUDIO DI BIOLOGIA APPLICATA
Riconoscimento Ministero della Sanità
n. 700.7/59.459/1785 - Accreditato ACCREDIA n. 0893
dott. BRANDOLESE LIA - dott. FELLER EMILIANO

LA NOSTRA PROFESSIONALITÀ
AL VOSTRO SERVIZIO:
Per la predisposizione del protocollo
Per la formazione a distanza dei lavoratori
Per un sopralluogo, per il controllo della conformità
Il nostro gruppo di lavoro è al Vostro servizio:

Ada 335.6948632
Michel 333.4579847
Edoardo 348.9688787
Laura 339.6307041

TRENTO - Via Gramsci, 6 - Cell. 335.6948632 - 333.4579847 - Fax 0461.917588 - www.fellernet.it • emiliano.feller@tin.it

Mara Marchiori va in pensione

Festa di commiato a sorpresa con la partecipazione di tutta la sezione Asat locale, di oggi e di ieri

2' e 20"

Dopo quarant'anni di lavoro **Mara Marchiori** va in pensione. La responsabile degli uffici della sezione Asat della Valle di Fiemme chiude la sua «vita lavorativa» all'insegna della manifestazione di affetto e di stima da parte dei «suoi» albergatori. «È sempre stata a nostro fianco - afferma **Rita Dallabona**, ex presidente della sezione Asat locale - con professionalità, serietà ed impegno. Il suo lavoro è stato apprezzato anche dai colleghi delle valli vicine. Per noi albergatori fiemmesi recarsi in Associazione non era andare all'Asat ma andare "da Mara"». Insomma Mara Marchiori, in tanti anni di presenza, ha davvero lasciato il segno. «Qualsiasi problema potesse essere risolto da lei "in loco" - precisa Dallabona - veniva affrontato. In alternativa, era sempre lei a dare le giuste indicazioni sulle persone a cui rivolgersi presso la sede centrale dell'Asat a Trento, piuttosto che riguardo ad altri collaboratori o persone in grado di risolvere la questione».

Il saluto conviviale è stato una sorta di festa a sorpresa, proprio nel suo ultimo giorno di lavoro. «Abbiamo voluto - dice Dallabona - creare una situazione speciale, un appuntamento amichevole per poter esprimere a Mara la nostra sincera gratitudine per la preziosa opera svolta presso la sezione Asat di Fiemme. In quarant'anni Mara si è spesa a beneficio e nell'interesse della comunità della Valle di Fiemme». L'appuntamento di «commiato» per il pensionamento di Mara si è svolto presso il ristorante del Campeggio Valleverde di Predazzo. Ad attenderla c'era l'attuale direttivo dell'Asat di Fiemme con il presidente **Diego Zorzi** e gli ex presidenti di sezione: **Italo Craffonara** e **Elio Polo**, **Dino Degaudenz** e **Rolando Delugan**, **Albino Bazzana** e la stessa **Rita Dallabona**. Presenti anche le due colleghe e collaboratrici di Mara, **Nicole Brigadoi** e **Veronica Nones**. Nonché la vicepresidente dell'Asat **Emanuela Felicetti**. Non è mancato un forte e sentito applauso, in mezzo a ringraziamenti e saluti da parte di tutti i presenti. «Vorrei aggiungere che - prosegue - per la generazione attuale di albergatori Mara è stata un punto di riferimento naturale, come una "mamma" che sapeva tutto. Sempre molto attenta all'aspetto turistico, a trovare la giusta sinergia con tutto il comparto turistico (ApT, impianti di risalita, amministrazioni comunali della Valle e comunità di Valle), in grado di creare sempre buoni rapporti di collaborazione e di trovare i giusti "escamotage" nell'interesse di tutti noi associati».

Foto di gruppo con tutti i presenti

Ora la gestione dell'ufficio della sezione Asat di Fiemme è affidata al collega **Andrea Rudari**. «Conosciamo il "valore" di Andrea - conclude - ed è una persona molto stimata dalla stessa Mara. Gli auguriamo una serena collaborazione e anche molte soddisfazioni personali e professionali sul territorio. Come è stato per Mara, che non lascerà definitivamente Predazzo ma rimarrà "a casa sua". Siamo certi che l'amicizia intrecciata da Mara con tanti di noi potrà proseguire serenamente nel tempo».

www.ogp.it

Il Bonus Pubblicità 2020 spiegato chiaramente.

(Tradotto dal burocratese)

1. Cos'è il Bonus Pubblicità?

È un'agevolazione fiscale per chi fa una campagna pubblicitaria su stampa quotidiana e periodica.

2. Quanto ci guadagno?

Con il Decreto Rilancio 2020 il credito d'imposta sarà pari al 50% dell'intero valore degli investimenti pianificati.

3. Cosa finanzia?

Sono ammesse le spese relative all'acquisto di spazi pubblicitari su

- magazine stampati
- magazine digitali

4. Si, ma dove?

Ad esempio, su questa rivista

5. Chi può richiederlo?

- Imprese
- lavoratori autonomi
- enti non commerciali

6. Entro quando?

Puoi presentare la domanda tra il 1° ed il 30 settembre 2020

7. Come richiederlo?

Ti aiutiamo noi: scrivici o telefonaci!

info.ogp@ogp.it
0461.1823300

8. Perché noi di OGP?

Perché facciamo comunicazione di sostanza.

Hai altre domande?
Siamo sempre a tua disposizione!

OGP

OLTRE LE APPARENZE

Sostenibilità ambientale, premiate 26 strutture ricettive trentine

Foto ufficiostampa.provincia.tn.it

Gli operatori che hanno ottenuto il marchio

Sono ventisei le strutture ricettive premiate per l'impegno a favore della sostenibilità ambientale: è stato consegnato il marchio «CETS - Qualità Parco» del Parco naturale Adamello Brenta. Il quale è andato a riconoscere l'impegno di ben ventisei titolari di hotel e alberghi, agritur e garnì, camping e B&B del Trentino, che hanno deciso di «investire» su se stessi e portare a termine un percorso in cui hanno dovuto rispondere a requisiti strutturali e gestionali volti alla sostenibilità.

Va ricordato che il Club di prodotto «Qualità Parco» è nato nel 2005 sulla spinta di albergatori associati all'Asat e certificati dal Parco Adamello Brenta con il marchio «Qualità Parco», i quali s'impegnavano a perseguire la produttività aziendale coniugando rispetto, tutela e valorizzazione dell'ambiente con la responsabilità sociale verso il territorio circostante, i collaboratori e gli ospiti. Per questa sua caratterizzazione il Club era stato, unico progetto in Italia, insignito dall'Unione Europea del riconoscimento di «buone pratiche di responsabilità sociale in azienda».

La cerimonia ufficiale di premiazione si è svolta presso le Cantine Ferrari di Trento alla presenza dei vertici di Federparchi, degli assessori provinciali all'ambiente **Mario Tonina** e al turismo **Roberto Failoni**, del presidente e del direttore del Parco naturale Adamello Brenta **Joseph Masè**. «L'adesione a questo progetto di marketing territoriale ideato dal Parco nel 2003 - ha detto Masè - è volontaria, ma richiede molta convinzione nel voler ridurre i propri impatti ambientali». Oltre a dover osservare le più classiche accortezze, come la raccolta differenziata, l'utilizzo di detersivi naturali e l'acquisto di prodotti a km zero, alcune strutture hanno apportato interventi importanti per adeguarsi al disciplinare del marchio. «Qualcuno - ha spiegato - ha deciso di convertire gli impianti per l'approvvigionamento da energie rinnovabili, altri si sono dotati di cisterne per il recupero dell'acqua piovana per l'irrigazione, altri hanno installato le colonnine per la ricarica delle auto elettriche». Fondamentale per ottenere la certificazione è anche il rapporto con il territorio. E, quindi, tra i requisiti sono considerati anche la promozione degli eventi organizzati sul territorio, la possibilità di ospitare eventi presso la propria struttura e la collaborazione con le Aziende per il turismo o con le associazioni locali.

«Siete la dimostrazione - si è complimentato Masè - che ciascuno può dare il proprio contributo a favore dell'ambiente. La vera sfida delle aree protette, oggi, è contribuire alla diffusione di una coscienza ambientale, ovvero trasmettere a più persone possibili una cultura del rispetto per l'ambiente e in quest'ottica il coinvolgimento delle imprese ha un valore fondamentale».

Anche i due assessori provinciali presenti sono intervenuti. «Questo riconoscimento - ha spiegato Tonina - è un modo per attestare l'impegno che da tanti anni garantite all'interno del territorio del Parco». Failoni ha evidenziato l'importanza del connubio fra turismo e ambiente: «Se entrambi i mondi sapranno confrontarsi costantemente potremo raggiungere una sintesi che farà arrivare al

In totale sono 41 le realtà turistiche in possesso del marchio CETS Qualità Parco

3' e 15"

top il nostro territorio». Prima della cerimonia Tonina ha incontrato i rappresentanti di Federparchi: il presidente **Giampiero Sammuri**, il direttore **Francesco Carlucci** e l'albergatore trentino, associato all'Asat e membro del consiglio direttivo della stessa federazione, **Marco Katzemberger**. Va ricordato che il marchio CETS - Qualità Parco offre alle strutture ricettive che ne sono in possesso la possibilità di fregiarsi, oltre che del logo del Parco, anche della certificazione *Carta europea del turismo sostenibile di Europarc/Federparchi*. Le strutture ricettive certificate possono, inoltre, mettere a disposizione dei propri ospiti la *Parco key*, una carta elettronica che permette di accedere gratuitamente a tutte le attività e ai servizi di mobilità del Parco. Delle ventisei strutture che sono state premiate, undici sono alla prima attestazione mentre quindici hanno rinnovato il marchio alla scadenza dei tre anni di validità. La famiglia sempre più numerosa delle strutture CETS Qualità Parco si allarga quindi a quarantuno strutture (25 alberghi, 5 garnì, 2 campeggi, 3 agriturismi, 2 case per ferie, 4 B&B), tutte con sede nei comuni del Parco. Le strutture che sono state premiate sono le seguenti.

Rinnovi (in ordine di verifica): Garnì Lago Nembia (Nembia - San Lorenzo Dorsino), Hotel Europeo (Pinzolo), Garnì Villanova (Molveno), Camping Spiaggia (Molveno), Comano Cattoni Holiday (Comano Terme), Hotel Bellavista (Giustino), Camping Faè (S. Antonio di Mavignola), Hotel Spinale (Madonna di Campiglio), Alpen Suite Hotel (Madonna di Campiglio), Hotel Caminetto (Dimaro Folgarida), Alp Hotel Taller (Dimaro Folgarida), Hotel Rio (Caderzone Terme), Hotel Gianna (Madonna di Campiglio), Hotel Alpina (Madonna di Campiglio) e Villa Santi (Passo Daone - Tre Ville).

Nuove attestazioni (in ordine di ingresso): Hotel Vallesinella (Madonna di Campiglio), Garnì La Soldanella (S. Antonio di Mavignola), Agriturismo Dalla Natura La Salute (Giustino), Agriturismo Baite di Prà (Val di Borzago), B&B Maso Azzurro (Premione - Stenico), Albergo Tuenno (Tuenno), Albergo Lodron Bertelli (Caderzone Terme), B&B la Cri (Giustino), B&B Sotto al Bosco (Spiazzo), B&B La Lanterna (Stenico) e Agritur Leita (Tuenno).

Turismo post Covid-19: meno comunicazione ma «mirata»

Continuano le puntate del format di formazione ed intrattenimento ideato dal già presidente dei Giovani albergatori del Trentino **Guglielmo Lasagna**. Nella puntata più recente, in sostituzione all'incontro online con un albergatore di successo (un cosiddetto top dell'ospitalità made in Italy), Guglielmo ha scelto di confrontarsi con un consulente del mondo turistico, **Sergio Cagol**, ingegnere esperto di comunicazione e strategia digitale, già progettista del precedente portale www.visittrentino.it. Ecco alcuni suoi consigli in tempo di Coronavirus.

Foto di pixabay.com

Un momento di progettazione della comunicazione

Fare meno per fare meglio, con pochi strumenti ma ben sfruttati: questo il mantra di Cagol, soprattutto in vista di quella che si prospetta come una stagione estiva estremamente ostica. Diverse le prevedibili reazioni della clientela all'emergenza sanitaria. A subire i danni più contenuti saranno le aziende alberghiere che nel corso degli anni hanno saputo lavorare sulla fidelizzazione, costruendosi un database solido e variegato. «Chi invece è da sempre meta di un turismo "mordi e fuggi" faticherà indubbiamente molto di più», avvisa Cagol . Il plus, ora, sarà la garanzia di fiducia e sicurezza, da conquistare nel tempo, costruendo rapporti di qualità in grado di durare ben oltre la contingenza da Covid-19. Strategie di ricerca e mantenimento con focus sui viaggiatori, che tuttavia devono necessariamente includere anche il fronte dei collaboratori. Passando all'atto pratico, il consulente in questo periodo suggerisce di evitare comunicazioni in «stile ospedale», troppo tecniche e approfondite. Occorre partire dall'obiettivo, ovvero da che cosa si vuole raggiungere con quella particolare azione comunicativa, per poi individuarne i due elementi fondamentali: gli interlocutori ai quali è rivolta - le *user personas* - e il messaggio che si vuole trasmettere. Qui entrano in gioco le utili mappe concettuali, che permettono di identificare gli argomenti centrali in grado di interessare il destinatario. Diversamente, senza capire cosa dire, a chi, quando e come, l'iniziativa si rivelerà inefficace, specialmente vista la drammatica caduta dell'attenzione, riservata a tutto ciò che appare online, a causa del continuo bombardamento di stimoli che ciascuno di noi in ogni istante riceve.

Inutile farsi prendere dalla foga del *post* azzeccato, che si tratti di Facebook o similari seguendo schemi e tempistiche di pubblicazione ormai obsolete, se poi le condivisioni rasentano lo zero e la coerenza con il sito ufficiale e, ancor più importante, con ciò che si troverà in hotel stride. Se-

3' e 15"
Francesca Maffei

condo Cagol, inoltre, per ottenere una visibilità congrua è oggi necessario optare per pagine sponsorizzate, ovvero, a pagamento. E nemmeno in questo caso c'è garanzia che la comunicazione funzioni se non è fatta con i giusti criteri, che sono quelli peculiari di ciascun canale utilizzato - Google Adwords, Instagram, TikTok, Twitter - poiché i bisogni ai quali rispondono sono diversi, latenti oppure espliciti. I risultati vanno poi misurati scrupolosamente, per valutare se l'investimento ha generato il ritorno atteso.

Un altro suggerimento carpito dall'intervento di Cagol è una netta preferenza, al di là delle perplessità etiche, per Facebook: «l'unico che permette una personalizzazione del messaggio ad oggi non ancora eguagliata da nessun altro *social network*, e in modo più economico rispetto ai concorrenti». Comprando spazi di comunicazione sui *device* delle persone si innesca, infatti, un meccanismo di asta che è tanto meno al rialzo quanto più si riesce a profilare in maniera dettagliata il proprio mercato. Al tempo stesso, Instagram è formidabile per quanto concerne le operazioni di *branding*, poiché il turismo si presta perfettamente alla creazione di *stories* basate su esperienze di viaggio.

Sergio Cagol: «Dobbiamo avere il coraggio di scegliere il nostro cliente, o sarà lui a non scegliere noi»

Uno dei meccanismi più efficaci menzionati da Cagol è infine il *retargeting*, che agisce a due vie: si individua un gruppo di *personas* interessate a determinate tematiche (ossia il pubblico di riferimento), alle quali poi solo in un secondo momento si propone l'offerta commerciale dedicata, consapevoli che se si tenta di accontentare tutti non si accontenta nessuno. Bisogna avere il coraggio di scegliere il proprio cliente, altrimenti sarà lui a non scegliere noi.

Bonus vacanze: il 91,6% già lo conosce e il 52,2% intende utilizzarlo

Bocca: «Al Parlamento chiediamo di migliorare la norma. Ma, allo stesso tempo, lavoriamo per sfruttare tutte le opportunità»

2' e 35"

L'Agenzia delle Entrate ha fornito le indicazioni per richiedere e utilizzare il bonus vacanze, il contributo previsto dal Decreto Rilancio per le famiglie che intendono trascorrere le vacanze in Italia. Federalberghi, con il supporto dell'Istituto ACS Marketing Solutions, ha realizzato un'indagine su un campione rappresentativo della popolazione italiana*, per sondare gli umori del mercato, che sembra aver apprezzato la novità. L'80% degli italiani conosce o almeno ha sentito parlare del «bonus vacanze». La percentuale sale al 91,6% se si considerano coloro che intendono fare una vacanza quest'estate.

Il 52,2% degli italiani che andranno in vacanza nel 2020 ha intenzione di richiedere il bonus vacanze. Di questi, il 57% intende utilizzare il bonus entro settembre, mentre il 16,7% guarda ai mesi successivi. Infine, il 26,2% è ancora indeciso. Sul fronte di coloro che andranno in vacanza senza richiedere il bonus, la motivazione principale (38,3%) è costituita dalla mancanza dei requisiti di reddito (il contributo spetta solo a chi ha un Isee inferiore a 40.000 euro), ma ben più ampia è la quota di coloro che, pur avendo diritto a beneficiarne, è esitante per vari motivi.

Il sistema Federalberghi sta attivando due filoni di iniziative volte a colmare questo gap, per promuovere l'utilizzo del bonus. Sul portale di Federalberghi (www.italyhotels.it) sarà disponibile a breve l'elenco delle strutture turistico ricettive italiane disponibili ad accettare i bonus. Proprio oggi è stata lanciata una grande indagine online, per intervistare oltre 28.000 soci. Sono, inoltre, allo studio accordi con il sistema bancario, per agevolare la conoscenza del nuovo istituto e delle procedure che gli albergatori dovranno seguire per ottenere il rimborso dei buoni da parte del sistema bancario.

«Non è un mistero che avremmo preferito un approccio diverso, che privilegiasse gli aiuti diretti alle imprese», dice **Bernabò Bocca**, presidente di Federalberghi. E speriamo ancora che il Parlamento migliori le caratteristiche del tax credit vacanze, ad esempio elevando la soglia Isee e facilitando la possibilità di incasso da parte degli albergatori. Ma in questo momento, con l'estate alle porte e un mercato a dir poco asfittico, è imperativo spingere sull'acceleratore per sfruttare al massimo le potenzialità offerte da questa misura, per la quale sono stati stanziati oltre 2,4 miliardi di euro».

«Nell'ambito degli Stati Generali dell'Economia - conclude Bocca - abbiamo ricordato al Governo la necessità di

irrobustire le misure di sostegno previste dal Decreto Rilancio, anche recependo con urgenza alcune misure previste dal Piano redatto dal Comitato degli esperti. Le nostre priorità spaziano dalla proroga della cassa integrazione alla riduzione del costo del lavoro per le imprese che ripartono, passando per le peculiarità delle imprese in affitto e per la riduzione della pressione fiscale sugli immobili strumentali, senza dimenticare le problematiche connesse alla riqualificazione delle strutture ricettive, alla concorrenza sleale esercitata delle centinaia di migliaia di appartamenti abusivi che inquinano il mercato ed all'abuso di potere dominante dei portali di prenotazione che vessano sistematicamente gli hotel».

* *L'indagine è stata effettuata dall'Istituto ACS Marketing Solutions nel periodo compreso tra il 10 e il 15 giugno 2020 intervistando con il sistema C.A.T.I. (interviste telefoniche) un campione di 3.000 italiani maggiorenni, rappresentativo di oltre 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.*

COME FUNZIONA IL «BONUS VACANZE»

Il «bonus vacanze» è un contributo destinato alle famiglie che effettuano un soggiorno presso una struttura ricettiva italiana, prenotando direttamente. L'importo è modulato secondo la numerosità del nucleo familiare: 500 euro per nucleo composto da tre o più persone; 300 euro da due persone; 150 euro da una persona. Possono ottenerlo i nuclei familiari con Isee fino a 40.000 euro.

Il bonus potrà essere richiesto e sarà erogato esclusivamente in forma digitale, mediante una App e potrà essere speso presso le strutture ricettive italiane dal 1° luglio al 31 dicembre 2020. Per poter utilizzare l'agevolazione è necessario verificare preventivamente che il fornitore del servizio turistico aderisca all'iniziativa e accetti il bonus.

Inoltre, il bonus può essere utilizzato da un solo componente del nucleo familiare, anche diverso dalla persona che lo ha richiesto; può essere speso in un'unica soluzione, presso un'unica struttura turistica ricettiva in Italia; è fruibile nella misura dell'80%, sotto forma di sconto immediato, per il pagamento dei servizi prestati dall'albergatore; il restante 20% potrà essere scaricato come detrazione di imposta, in sede di dichiarazione dei redditi, da parte del componente del nucleo familiare a cui viene fatturato il soggiorno (con fattura elettronica o documento commerciale).

Lo sconto applicato come «bonus vacanze» sarà rimborsato all'albergatore sotto forma di credito d'imposta utilizzabile, senza limiti di importo in compensazione, o cedibile anche a istituti di credito.

I giovani albergatori si «formano» online

I contenuti consentono approfondimenti su economia e finanza, marketing ed ospitalità

2' e 10" Francesca Maffei

Tempo di webinar per tutti, e così anche il Comitato nazionale dei giovani albergatori di Federalberghi si adopera per fare la propria parte. In collaborazione con il Centro di formazione per il management del terziario, il Cnga organizza tre incontri formativi sottoforma di webinar, ciascuno della durata di circa due ore e disponibili online (cnga.federalberghi.it).

Il primo appuntamento, intitolato «Nuove competenze empatiche per nuove esigenze del cliente» è a cura di **Giacomo Pini** di GP-Studios, mentre il secondo e il terzo appuntamento, rispettivamente dal titolo «Il bilancio e l'emergenza Covid-19», e «Forecast e l'emergenza Covid-19. Analisi predittiva economico-finanziaria», sono tenuti della commercialista **Laura Coggiola**.

I due trainer si sono concentrati in una prima parte sul creare emozioni ed empatia con l'ospite, e in particolare su temi quali: reazione dei viaggiatori al nuovo modello di ospitalità; focus sui dettagli; elementi di neuromarketing; comunicazione oggi; scelta e posizione dei materiali; formazione dei collaboratori e parole che generano emozioni; modelli di accoglienza inediti; idee per l'albergo che ospita ma non ospedalizza. Nella seconda parte, i *topic* affrontati sono: creazione di nuove opportunità; riorganizzazione della struttura in modo convincente rispettando le normative; analisi del contesto per riadattare il format; segmentazione dell'offerta per capire come intercettare la domanda; diversificazione dell'offerta sviluppando i punti di forza senza snaturare il concept dell'hotel; individuazione delle opportunità che il mercato offre e valutazione della fattibilità economica e operativa.

Segue l'approfondimento sulla gestione economico/finanziaria della crisi: il bilancio nel settore turistico-alberghiero e gli impatti economico-finanziari dell'emergenza Covid-19; le fasi post-pandemia: tempistiche, caratteristiche e analisi dei prevedibili scenari; interpretazione dei principali indici economico-finanziari e KPI (*Key Performance Indicators*) di settore; le conseguenze sul *break even point* e il codice della crisi d'impresa; la consapevolezza degli scenari post Covid-19 per future scelte e proiezioni di business; previsioni economico-finanziarie e forecasting in tempo di volatilità e incertezza; simulazioni economico-finanziarie *best/worst* e gli *stress-test* nell'analisi predittiva.

Parentesi formative utili per la gestione delle aziende alberghiere in questa fase di crisi.

Formazione e giovani albergatori

Foto pixabay.com

Italiana la meta del viaggio studio: l'Etna e la Sicilia

GAT, italiana la meta del viaggio studio

Al via una partnership interregionale con il rinnovato gruppo giovani di Garda

1' e 55"

Francesca Maffei

Anche i Giovani albergatori del Trentino (Gat) in tempo di Covid si riuniscono online. Annullato il Meeting invernale Cnga previsto a Canazei per fine marzo 2020, nel corso del più recente direttivo in videoconferenza i Gat hanno definito alcuni importanti punti per il prossimo futuro. Cominciando dal viaggio studio. Nelle scorse settimane era stato predisposto e inviato a tutti i membri del gruppo un questionario per decidere la destinazione della prossima esperienza internazionale, edizione autunno 2020. La scelta era tra Lisbona, in Portogallo, oppure Budapest, in Ungheria, poi risultata vincitrice, entrambe con un ricco programma di attività a corredo della parte formativa. Tuttavia, in coerenza con quanto propugnato a livello nazionale, i consiglieri hanno abbandonato l'idea estera a favore di una meta italiana, convergendo in particolare sulla Sicilia con il triangolo di Catania, Etna e Taormina. Ciò anche in vista delle difficoltà logistiche che verosimilmente potrebbero sorgere nel raggiungimento di una città straniera, soprattutto in un Paese che ha categoricamente chiuso i propri confini come quello ungherese.

Nel frattempo è stato ricostituito il gruppo Giovani albergatori di Garda, contestualmente alla presentazione di un progetto di formazione in partnership con i Gat. Si tratterà, quindi, di un'iniziativa interregionale che coinvolgerà i giovani albergatori del Garda trentino e quelli della sponda veneta. Nel 2020 cade anche il ventesimo anniversario della creazione del Pae, il Piano d'ambito economico provinciale, tavolo professionale che raggruppa le sei categorie imprenditoriali giovanili quali industriali, commercianti, agricoltori, imprenditori del terziario, artigiani e appunto albergatori. L'intenzione è di organizzare degli eventi ad hoc in occasione di tale ricorrenza.

Per il resto, come stanno trascorrendo queste settimane di clausura i giovani albergatori, sia sul nostro territorio sia su scala nazionale? C'è chi ne approfitta per studiare e approfondire temi sempre accantonati, chi segue corsi online e chi invece tiene webinar personalmente, chi si prodiga a livello associativo e chi stila vademecum per contrastare lo strapotere delle Ota. Molti sono, inoltre, coloro che hanno rilasciato interviste a testimonianza della situazione in cui versano le loro località turistiche o le loro mete di viaggi business, quali le destinazioni fieristiche e congressuali, da tutte le Regioni italiane.

A study regarding the path to recovery for the tourism industry has been recently presented by **TripAdvisor**. Among the major points, a brief summary can be found hereunder. Skeptically speaking, this world-famous review site is not precisely the most reliable source of information a hotelier would look for but, to be honest, it is one of the top players in the global travel sector, with a super broad spectrum of cases and data to analyze, especially based on consumers' behavior, able to offer a complete perspective.

Five are the phases highlighted as the unavoidable steps to normality, with details on how long each one of them will last and which strategies will be the most effective in tackling it, according to the different type of business:

After Covid-19 emergency, holiday will be different

hotels, bars and restaurants, residences, destination management organizations, attractions, guided tours and all what can be usually reviewed online.

Everything starts with a question - actually more than one: when and how will the world start to travel again. And the answer needs to consider a medium-long term, because on the short one we are all aware that if you want to go on holiday you'd better to choose a destination within your home country, even if you are not so lucky to live in an amazing nation like Italy. Will new habits arise or will old patterns still be valid? Instead of making other predictions based on sensations, opinions or hopes, this piece of research aims at using mere data, both quantitative and qualitative. What emerges at the end, and what probably interests the reader most, is a positive message, with the certainty that in people's minds, people like us who work in hotellerie, lies an insuppressible desire and a strong motivation to discover, experience and live all the infinite wonders of our planet.

Decline is, needless to say, the first phase considered by the TripAdvisor report. There's no point in remembering also here how quick and drastic booking cancellations have occurred. What's more noteworthy, is that a considerable amount of travelers forced to change their plans (61%) have opted to reschedule them for a later period instead of simple abandoning the idea. This means that not even a pandemic such as the Covid-19 emergency has made us stop fantasizing on our next exotic goal. A truth testified also by the numerous cases when a person leaves for a trip on order to cope with a grief, the end of a love story, a relocation, a health problem or a work burnout. Traveling can heal a lot of diseases. The second phase followed the plummeting of reservations with a new status that has been defined «plateau» (a flat situation indeed) in

which everyone started to adapt to a new stay-at-home reality. Nevertheless, in April a deep analysis conducted on the search data of Google, online travel agencies - OTAs -, review sites and other engines, has shown that even during quarantine people kept thinking at what they could and would do in the near future, and besides visiting friends and relatives there were tourism activities. This has been true for more than 2/3 of the interviewees, precisely 68%, whereas at least 32% spent time enjoying online videos regarding their preferred itineraries and another 18% focused on documentaries on specialized TV channels. They stated this practice also helped them to cope with the stress and the anxiety caused by the tragedy.

A plane, symbol for international travels

A research on the aftermath by the owl website

4' e 15" Francesca Maffei

Then it came the time to emerge, a verb which gives the name to the third phase. The lifting of some restrictive measures in a limited number of countries as well as the possibility to start dining out and meet friends and relatives, even though at a distance, has also brought up the interest in moving to a different place. In the meantime, costumers' attention has changed, captured by aspects such as sanitization, safety and cleanliness, degree of crowding, space, means of transport available to reach the spot. And this mindset will probably last also once the crisis will come to an end, since 86% of potential guests rate as paramount the disinfection procedures put in place in hotels, the frequency with which rooms and especially high-contact surfaces (82%) are cleaned and the evidence that everything is sealed and controlled. Numbers show that the emerge phase will last quite long, mainly because of the temporary reduction in everyone's spending power. All this will lead to the following and fourth phase, the domestic one. According to search patterns, a road trip would be chosen by 44% of costumers, and 61% would be trips lasting from 3 to 5 days. This can be partly due because such a way of travelling involves less human contacts, but also for the reason that it is usually cheaper than other forms of tourism. As far as the domestic dimension is concerned, 59% of online users declare that in the next twelve months they will possibly travel less than their average, but a good 41% is so positive-minded to believe that they will increase or at least keep the same number of tours compared to 2019.

International is the last, and most long-awaited, phase. There seems to be a deep awareness that your next international travel will take place in a year or more from now (41%), but its preparation has already started for many of us (53%). That's why is a good strategy, for the hospitality industry, to be steady and ready for a new, huge, wave of bookings in the next few months.

LA FORMAZIONE DI CAT TURISMO
Il calendario di autunno dei corsi obbligatori

CAT TURISMO
FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGIA

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

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

CORSO BASE PER PERSONALE DI CUCINA (8 ORE)

Il corso, creato appositamente a settori per migliorare l'efficacia della formazione nelle strutture alberghiere, è rivolto ai titolari/responsabili ed al personale di cucina (Chef, cuochi, aiuto cuochi, pasticceri, gelatai, o altri che trattano i generi alimentari).

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
01/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
28/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
12/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	MEZZANA
20/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
26/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FIEMME
17/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	LEVICO TERME
25/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FASSA
30/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 100,00 + IVA - Quota associati: € 86,00 + IVA

CORSO BASE PER PERSONALE DI SALA, E BAR (4 ORE)

Il corso, creato appositamente a settori per migliorare l'efficacia della formazione nelle strutture alberghiere, è rivolto esclusivamente al personale di sala e bar (baristi, camerieri o altri che manipolano generi alimentari).

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
01/09/2020	09.00-13.00	RIVA DEL GARDA
28/09/2020	09.00-13.00	TRENTO
12/10/2020	09.00-13.00	MEZZANA
20/10/2020	09.00-13.00	FIERA DI PRIMIERO
26/10/2020	09.00-13.00	VAL DI FIEMME
17/11/2020	09.00-13.00	LEVICO TERME
25/11/2020	09.00-13.00	VAL DI FASSA
30/11/2020	09.00-13.00	TRENTO

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

CORSO AGGIORNAMENTO (4 ORE)

I corsi di aggiornamento non hanno un rinnovo fisso in termini di tempo (è importante dimostrare la formazione costante) ma si ritiene necessario vengano frequentati almeno ogni 5 anni.

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
01/09/2020	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
28/09/2020	14.00-18.00	TRENTO
12/10/2020	14.00-18.00	MEZZANA
20/10/2020	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
26/10/2020	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
17/11/2020	14.00-18.00	LEVICO TERME
25/11/2020	14.00-18.00	VAL DI FASSA
30/11/2020	14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 90,00 + IVA - Quota associati € 75,00 + IVA

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

Corso obbligatorio per tutti i tipi di aziende, anche con un solo dipendente, per garantire la massima sicurezza del personale interno. Colui che frequenta il corso può essere un responsabile interno, ossia obbligatoriamente il datore di lavoro o un delegato con potere di spesa.

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

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale. L' R.S.P.P. che ha svolto il corso base fino all'anno 2013 è consigliabile che effettui il corso di aggiornamento il prima possibile.

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
05/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO
10/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	LEVICO TERME
02/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	MEZZANA
13/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	VAL DI FIEMME
18/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	VAL DI FASSA
23/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 85,00 + IVA - Quota associati: € 70,00 + IVA

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
05/10/2020 06/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
10/11/2020 11/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	LEVICO TERME
02/11/2020 03/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	MEZZANA
13/10/2020 14/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FIEMME
18/11/2020 19/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FASSA
23/11/2020 24/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 125,00 + IVA

ANTINCENDIO

DESTINATARI: Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze.
Corso OBBLIGATORIO per tutti i tipi di aziende. La durata varia a seconda del grado di rischio presente nella struttura ed è riconducibile a tre fasce dettate nell'allegato I del Decreto Ministeriale del 10 marzo 1998. Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, secondo il livello di rischio le aziende in:

- rischio d'incendio basso - GRUPPO A - 4 ore;
- rischio d'incendio medio - GRUPPO B - 8 ore;
- rischio d'incendio elevato - GRUPPO C - 16 ore;

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO BASSO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
12/10/2020	09.00-13.00	TRENTO
05/11/2020	09.00-13.00	FIERA DI PRIMIERO
24/09/2020	09.00-13.00	RIVA DEL GARDA
28/10/2020	09.00-13.00	MEZZANA
22/10/2020	09.00-13.00	VAL DI FIEMME
02/11/2020	09.00-13.00	LEVICO TERME
11/11/2020	09.00-13.00	VAL DI FASSA
16/11/2020	09.00-13.00	TRENTO

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

Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro qualora lo stesso non abbia più di 5 dipendenti o dai lavoratori incaricati.

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO MEDIO (8 ORE)

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a medio rischio le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture da 101 a 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio.

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
12/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
05/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
24/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
28/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	MEZZANA
22/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FIEMME
02/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	LEVICO TERME
11/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FASSA
16/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

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

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO ELEVATO (16 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
12/10/2020 13/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
16/11/2020 17/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

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

DIRIGENTI

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

CORSO PER DIRIGENTI (16 ore)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
15/10/2020 16/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

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

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

Aggiornamento quinquennale.

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER DIRIGENTI (6 ore)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
16/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO

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

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

- Lavoratori che hanno già svolto la formazione base e specifica, ma riassegnati ad altra mansione o provenienti da settore produttivo diverso:
  - formazione specifica secondo la nuova mansione (4, 8 o 12 ore);
- Lavoratori che non hanno mai ricevuto la formazione di cui sopra:
  - formazione base
  - formazione specifica secondo il settore produttivo dell'azienda e la mansione svolta (8, 12 o 16 ore);

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

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

PRIMO SOCCORSO

DESTINATARI: Datore di lavoro o lavoratori addetti alla squadra aziendale di primo soccorso.

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze, gli interventi di pronto soccorso che permettano sia la corretta gestione di un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato.

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

I corsi di aggiornamento per addetti al pronto soccorso sono obbligatori ogni 3 anni, altrimenti se questo limite di tempo viene superato bisogna ripetere il corso base.

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
14/09/2020	14.00-18.00	TRENTO
09/11/2020	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
27/10/2020	14.00-18.00	LEVICO TERME
26/11/2020	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
30/09/2020	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
19/10/2020	14.00-18.00	VAL DI FASSA
07/10/2020	14.00-18.00	MEZZANA
09/12/2020	14.00-18.00	TRENTO

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

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
14/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
15/09/2020	09.00-13.00	
09/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
10/11/2020	09.00-13.00	
27/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	LEVICO TERME
28/10/2020	09.00-13.00	
26/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FIEMME
27/11/2020	09.00-13.00	
30/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
01/10/2020	09.00-13.00	
19/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	VAL DI FASSA
20/10/2020	09.00-13.00	
07/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	MEZZANA
08/10/2020	09.00-13.00	
09/12/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
10/12/2020	09.00-13.00	

Quota di partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 130,00 + IVA

RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA: R.L.S.

"Gli Artt. 47 e 50 del D.Lgs n°81/2008 stabiliscono che in tutte le aziende i lavoratori hanno il diritto di eleggere un proprio "Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza" il quale acquisisce principalmente 4 diritti: diritto all'informazione; diritto alla formazione; diritto alla partecipazione; diritto al controllo al fine di salvaguardare la sicurezza e la salute dei lavoratori all'interno dell'azienda o del proprio settore lavorativo." Formazione iniziale obbligatoria di 32 ore.

Aggiornamento ANNUALE: 4 ore per aziende che occupano dai 15 ai 50 lavoratori;

8 ore per aziende con più di 50 lavoratori.

RICORDIAMO CHE TALE OBBLIGO, NELLE AZIENDE CON MENO DI 15 LAVORATORI, NON VIGE, MA È A DISCREZIONE DEI LAVORATORI E DI QUANTO RIPORTATO NEL CCNL DI RIFERIMENTO.

CORSO AGGIORNAMENTO RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (4-8 ORE)

L' obbligo di aggiornamento per RLS è periodico, quindi deve essere effettuato da ciascun RLS una volta l'anno dalla data di ultima formazione. Naturalmente l'obbligo di aggiornamento RLS deve essere seguito solo dai RLS che già hanno effettuato il corso base di 32 ore e sono in possesso del regolare attestato di formazione.

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
PRIMA EDIZIONE		
13/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
SECONDA EDIZIONE		
09/12/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
PRIMA EDIZIONE		
22/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
29/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
06/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
13/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
SECONDA EDIZIONE		
18/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
25/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
02/12/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
09/12/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 410,00 + IVA - Quota associati: € 320,00 + IVA

LAVORATORI/LAVORATRICI

Il percorso formativo OBBLIGATORIO per tutti i lavoratori, ad esclusione degli stagionali del settore agricolo, si suddivide in due parti:

- FORMAZIONE BASE: concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro: 4 ore - CREDITO PERMANENTE;
- FORMAZIONE SPECIFICA: in funzione dei rischi riferiti alle mansioni e ai possibili danni e alle conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda (rif. codici ATECO) - DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE. BASSO: Formazione base 4 ore + specifica 4 ore: Commercio - Bar, ristoranti, alberghi - Servizi - Terziario

Aggiornamento quinquennale

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
07/09/2020 08/09/2020	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
21/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
19/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
09/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
01/12/2020 02/12/2020	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
03/12/2020 04/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FASSA
09/12/2020 10/12/2020	14.00-18.00	MEZZANA
10/12/2020 11/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
14/12/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO
15/12/2020 16/12/2020	14.00-18.00	LEVICO TERME
17/12/2020 18/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
07/09/2020 08/09/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
21/09/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO
19/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO
09/11/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO
01/12/2020 02/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	FIERA DI PRIMIERO
03/12/2020 04/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
09/12/2020 10/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	MEZZANA
10/12/2020 11/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FIEMME
14/12/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO
15/12/2020 16/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	LEVICO TERME
17/12/2020 18/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA

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

PREPOSTI

"Il Preposto secondo quanto riportato nell'art. 2 co. 1 lett. e) è persona che, in ragione delle competenze professionali e nei limiti di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell'incarico conferitogli, sovrintende alla attività lavorativa e garantisce l'attuazione delle direttive ricevute, controllandone la corretta esecuzione da parte dei lavoratori ed esercitando un funzionale potere di iniziativa".

La formazione del preposto deve comprendere quella dei lavoratori (generale e specifica), e deve essere integrata da una formazione particolare, in relazione ai compiti da lui esercitati in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

La formazione particolare verte, oltre che su aspetti tecnici, sugli aspetti legati alle tecniche di comunicazione e sensibilizzazione dei lavoratori, in particolare neoassunti, somministrati, stranieri. Aggiornamento quinquennale.

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER PREPOSTI (6 ore)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
29/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-16.00	TRENTO

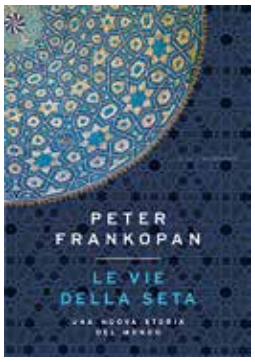
Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA

FORMAZIONE PARTICOLARE PER PREPOSTI (8 ore)

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
29/10/2020	09.00-13.00 I 14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 160,00 + IVA - Quota associati: € 120,00 + IVA

Le vie della seta. Una nuova storia del mondo



Peter Frankopan

LE VIE DELLA SETA. UNA NUOVA STORIA DEL MONDO

Ed. Mondadori, 2019

pp. 725 – 35 euro

1' e 40'

Gianfranco Betta

Un testo controcorrente che ribalta la concezione consolidata eurocentrica e romanocentrica, che privilegia il lascito della classicità greco romana come fulcro della civiltà europea. Per capire la tesi di Frankopan, docente di storia bizantina ad Oxford, che nel suo saggio ponderoso racchiude una storia mondiale lunga più di 2.000 anni, si potrebbe partire da un'affermazione contenuta nel capitolo finale. L'autore considera la fine del XX secolo e l'inizio del XXI disastrosi per Usa ed Europa: l'Occidente è senza prospettive, «il centro di gravità del mondo si sta spostando, per ritornare nel punto dove è stato per millenni», cioè a Oriente, dove è sempre stata la civiltà.

Fior di studi storiografici tentano di tratteggiare un quadro complessivo dove tutto si tiene. Per Frankopan i destini del mondo dall'antica Roma in avanti si sono sempre giocati in Oriente, inteso come il territorio che dal Mediterraneo orientale arriva fino alla Cina. Non si stenta a crederlo, pensando a quanto espresso già qualche migliaio di anni prima dell'era cristiana (e quindi ben prima della nascita di Roma e dell'affermarsi della classicità greca) da società come quella egizia, dalle diverse società della Mezzaluna fertile, la Persia, dalle tante città che formavano una catena che abbracciava tutta l'Asia fino alla Cina («le Vie della Seta»).

La tesi di Frankopan è rafforzata pagina dopo pagina, secolo dopo secolo, ridisegnando una realtà che smonta pregiudizi e convinzioni consolidate. Dal mondo musulmano che all'alba del secondo millennio con centri come l'Andalusia, l'Alto Nilo, la Mesopotamia, si diletta con invenzioni e progresso, mentre l'Europa langue nell'oscurità tardo medievale con la scienza sconfitta dalla fede. Così chi è impegnato nelle prime crociate può «aprire gli occhi», «portarsi più vicino al cuore del mondo». O lo stereotipo dei Mongoli come barbari devastatori, mentre in realtà fa un uso selettivo e deliberato della violenza, dotati di un'organizzazione efficiente e di obiettivi strategici che sono la chiave per fondare il più grande impero di terra della storia.

O il Rinascimento, che non è tale; semmai «una nascita, un venire alla luce: per la prima volta l'Europa è al centro del mondo». Ma non è che altrove si sta con le mani in mano: da Solimano il Magnifico e le 80 moschee del suo architetto Sinan; ai persiani safavidi che ricostruiscono una sontuosa Isfahan; all'impero Moghul con il suo Taj Mahal. Ma si sa quanto è durata la centralità di Spagna e Portogallo, presto rimpiazzate da Inghilterra e Paesi Bassi, che proprio a oriente costruiscono le loro fortune commerciali e coloniali.

Non mancano dei cambi di prospettiva «contemporanei». Dallo scatenarsi della Grande Guerra che, più che da Sarajevo, viene determinata «dall'ambizione crescente della Russia e di suoi progressi in Persia, nell'Asia orientale e nell'Estremo Oriente, che mettono sotto pressione i possedimenti britannici d'oltremare». Agli anni della Guerra fredda che si gioca «nel ventre molle dell'Unione Sovietica, nei paesi lungo il suo fianco meridionale», in cui «si è sempre imperniata la storia del mondo». Fino al presente e all'affacciarsi prepotente della Cina e alla comparsa della nuova Via della Seta, attorno a cui tutto riprende a ruotare dopo l'invasione del Kuwait nel 1990.

Tropicario italiano

1' e 10'
Gianfranco Betta

Fabrizio Patriarca

TROPICARIO ITALIANO

Edizioni 66THA2ND, 2020

pp. 160 - 15 euro

Dopo il Coronavirus probabilmente i viaggi riprenderanno come e più di prima. E allora sarà utile portarsi in viaggio questo *Tropicario italiano* di **Fabrizio Patriarca**, guardarsi allo specchio e chiedersi se anche noi facciamo parte di questa tribù composta dal turista italiano medio che colleziona tutti i luoghi pubblicizzati come mete imperdibili dalle agenzie di viaggio. Patriarca, figlio di un pilota Alitalia, ha viaggiato in ogni angolo del mondo fin da piccolo e può ora permettersi di ironizzare sul turismo di massa, autentica «distopia contemporanea», storia di grandi scenari e piccoli traumi, in cui l'autore misura lo scarto tra un catalogo e i luoghi reali, tra le esigenze di marketing e la realtà effettiva. Tratteggiando con arguzia e disincanto un «turismo egosostenibile». Quello che potrebbe essere un romanzo o una tragicommedia è in realtà una guida per turisti disillusi, dove le situazioni impietose si susseguono nei paradisi esotici del turismo globalizzato di massa (Bora Bora, Maldive, Dubai, Mauritius, Zanzibar) tratteggiate da una penna felice che non ignora la migliore tradizione letteraria nazionale in materia di viaggi, da Moravia a Pasolini, da Soldati a Manganelli. Sempre evidenziando il lato oscuro della vacanza: quello di essere felici, godere dell'esperienza, farsi piacere tutte le proposte, occultando ai propri stessi occhi gli aspetti più noiosi e deludenti.

Una coperta di neve

1' e 15'
Gianfranco Betta

Enrico Camanni

UNA COPERTA DI NEVE

Edizioni Mondadori, 2020

pp. 296 – 16 euro

Una valanga sul Bianco, una sopravvissuta che riemerge dal coma priva di memoria, una corda senza nodi (ci sarà una seconda persona travolta dalla valanga?), due protagonisti che vogliono dare un'identità a questa sopravvissuta e al mistero di questa corda. Un (quasi) giallo che la guida alpina di mezza età, **Nanni Settembrini**, nutrita di eccessive domande e insufficienti risposte, e una psichiatra che cura tossicodipendenze, sfuggita per puro caso alla stessa valanga, si impegnano a dipanare. L'intesa tra i due è immediata e se non prevalesse in entrambi l'approccio professionale, potrebbe nascerne una storia d'amore. O quanto meno un rapporto terapeutico, dal momento che Settembrini si descrive come un intossicato dal mal di montagna, variante del mal d'amore, ma peggiore, come «una zecca», «una febbre che mangia l'anima». Fin da quando adolescente se ne scappava di casa zaino in spalla mentre il padre operaio rientrava esausto dal lavoro. «Adolescente negli anni '70 nella città della Fiat, al tempo delle ideologie feroci e degli ideali assoluti [...] ogni domenica mi facevo una dose, perché senza roccia non si vive», sperando di riempire un vuoto esistenziale, tratto comune a molti giovani coetanei. Camanni racconta la montagna che conosce, le Alpi occidentali e il Bianco, i profili delle cime, la diversità delle rocce. Tratteggia gli impatti dei cambi climatici che rimodellano i ghiacciai trasformandoli in pietrame, sciolgono il permafrost, ridisegnano gli attacchi delle vie. Attraverso gli occhi di Settembrini (alter ego dell'autore?) descrive per flash anche le differenti tipologie di clienti (chi paga le guide per fare conquiste; chi per starsene in santa pace). Accenna alla depressione («la mala ombra») che coglie molti residenti a fine stagione, quando la montagna si spopola dei chiassosi turisti. Si concede qualche stereotipo, come il Südtirol che è Austria e non Italia.

La campagna digital intelligente per promuovere l'estate 2020

3' e 35"
Rosario Fichera

Nel momento in cui scriviamo oltre 7 milioni di persone, hanno visualizzato su Youtube e Facebook, lo spot della campagna di promozione estate 2020, «Respira sei in Trentino», lanciata recentemente da Trentino Marketing. Un risultato, questo, che indica il gradimento della campagna, nata per supportare la ripartenza del settore turistico dopo il lockdown dovuto alla pandemia. L'investimento complessivo dell'iniziativa (on e off line) è notevole (oltre 3 milioni di euro) così come sono ambiziosi gli obiettivi (300 milioni di contatti e più di 1 miliardo di *impression*).

In tutta questa attività un ruolo fondamentale, oltre alle iniziative offline, come la pubblicità su tv e stampa, è giocato dalla campagna digital. Una campagna definita «intelligente», con obiettivi importanti.

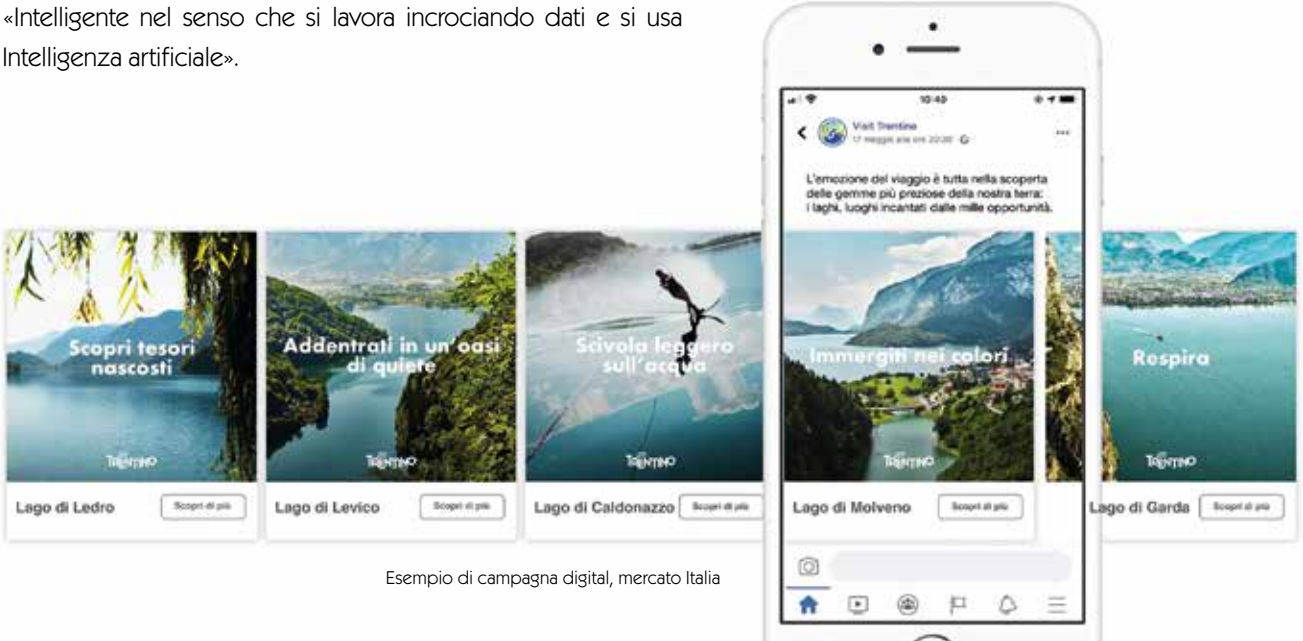
Per scoprire le particolarità dell'iniziativa ci siamo rivolti a **Sabrina Pesarini**, responsabile del Digital Marketing di Trentino Marketing.

Perché possiamo definire la campagna digital «intelligente»?

«Intelligente nel senso che si lavora incrociando dati e si usa Intelligenza artificiale».

Ovvero?

«Per realizzare le nostre campagne lavoriamo molto sui dati, incrociando, in particolare, quelli relativi all'interesse dei turisti (per esempio il relax nella natura, le passeggiate, lo sport della mountain bike, il rafting, le attività per i bambini, la cultura) con quelli riguardanti la tipologia di vacanza (lunga, di quattro giorni, per il weekend) e la tipologia di alloggio (hotel, appartamento, agritur). La novità importante della campagna di quest'anno è che siamo riusciti, per così dire, a chiudere la filiera, incrociando i dati con il cosiddetto "catalogo dinamico intelligente" delle strutture ricettive».



Esempio di campagna digital, mercato Italia

Grazie al quale, alla fine del processo, riuscite ad indirizzare il turista fino alla struttura ricettiva per lui più adatta?

«L'obiettivo primario è fare conoscere il Trentino raccontando le molte proposte che offre e ingaggiare i potenziali turisti».

Qual è il target su cui state lavorando, i potenziali, i turisti che già frequentano il Trentino?

«Diciamo che lavoriamo su più fronti: da un lato cerchiamo di attirare nuovi turisti, consigliando il Trentino a chi normalmente non lo frequenta, proponendo, in alterativa al mare, una vacanza al lago e in montagna all'insegna della natura; dall'altro rassicuriamo chi già frequenta il Trentino sul fatto che da noi la vacanza è sicura, nel senso che sono state adottate tutte le precauzioni per la pandemia. Ovviamente, in entrambi i casi, occorre fare venire voglia di venire in Trentino».

E come fate?

«Lo facciamo attraverso il racconto dei temi della campagna di promozione e poi, come accennato prima, incrociando i dati relativi agli interessi, al tipo di vacanza e di alloggio, individuando target, "audience", molto verticali che ci permettono, per così dire, di lavorare sulle persone interessate a una determinata tipologia di vacanza».

Su quali canali è veicolata in rete la campagna digital?

«Su Google, Facebook, Instagram, Youtube, Pinterest; abbiamo fatto un accordo anche con Amazon e network di magazine verticali».

Una campagna, tra offline e digital, con una «potenza di fuoco» notevole.

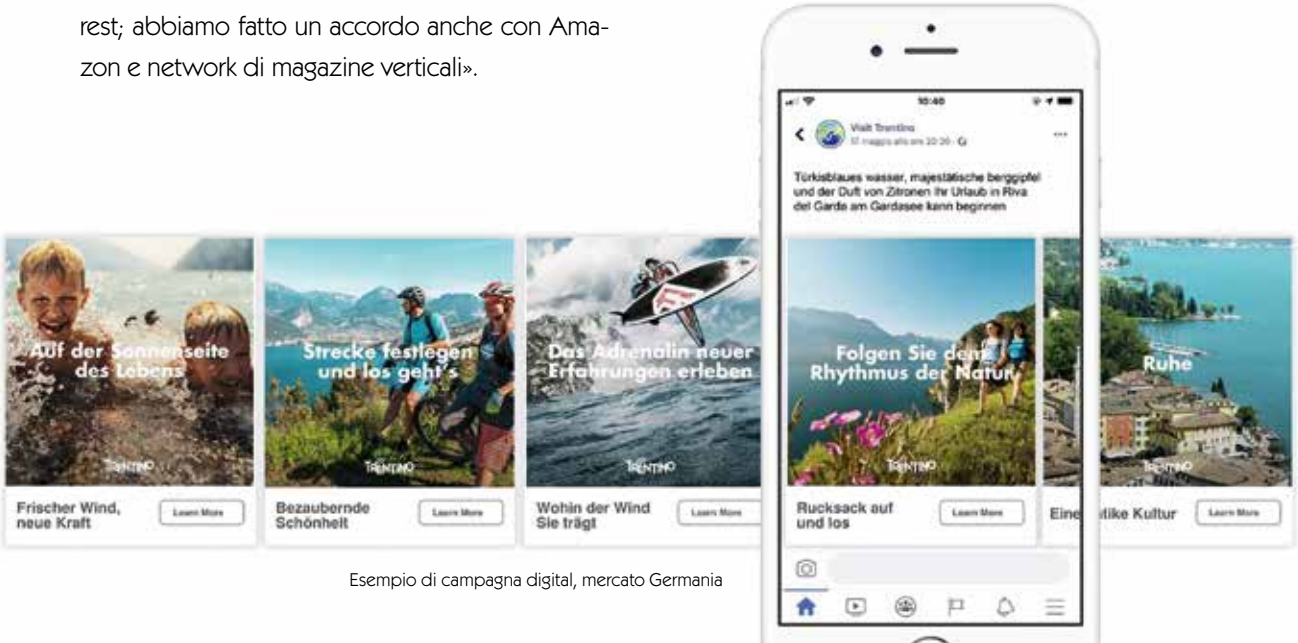
«Sì: grazie a un'azione coordinata e integrata tra media digital, Tv, stampa e radio si riesce ad ottenere quella densità che permette di avere una pressione importante, senza rischiare di essere dispersivi. Anche nel periodo di lockdown abbiamo continuato a lavorare di organico, producendo contenuti per acquisire potenziali clienti e appena abbiamo capito che si poteva ripartire, dal 25 maggio ci siamo inseriti in rete con la nostra campagna e da questo punto di vista, soprattutto sul mercato Italia, i risultati ci stanno dando ragione sulla scelta dei tempi. Sul mercato Europa abbiamo adottato, peraltro, una strategia cosiddetta a "geografia variabile"».

In che senso?

«Nel senso che abbiamo seguito i diversi approcci alla pandemia dei Paesi europei e via via che riaprivano siamo partiti anche noi. Per quei Paesi, come la Polonia, che hanno aperto per ultimi abbiamo mantenuto comunque una relazione, non si può infatti abbandonare completamente un mercato, perché altrimenti si lascerebbe spazio ad altri competitor».

Una campagna con obiettivi molti ambiziosi: siete fiduciosi?

«Credo che il Trentino risulterà una meta molto interessante per il mercato interno, sul quale raccoglieremo quanto seminato in questi anni. Più difficile permane la situazione sui mercati internazionali».



Esempio di campagna digital, mercato Germania

Foto pixabay.com

2' e 55"

Stefano Hueller

La trasmissione della legionellosi può avvenire anche facendo la doccia, in casi di scarsa manutenzione

Agenti biologici: il rischio legionella non è da sottovalutare

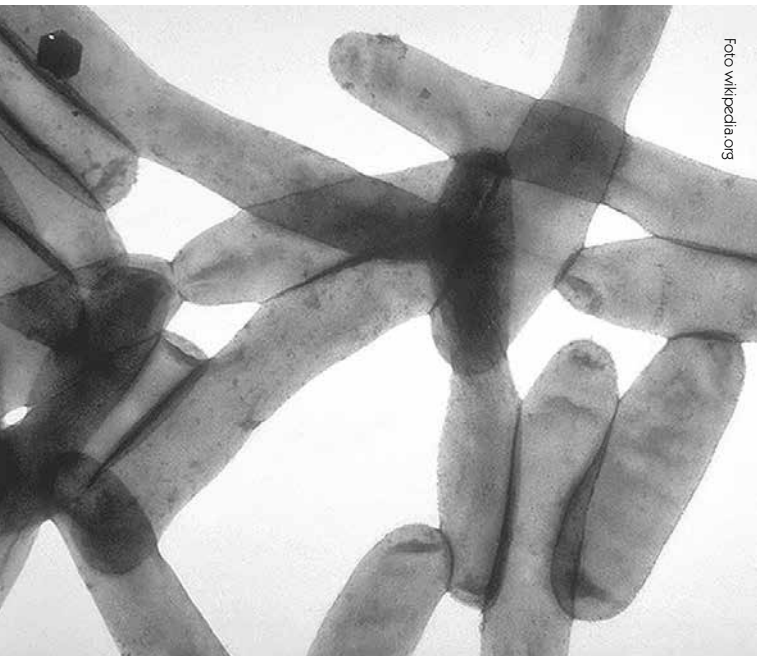
Il Coronavirus ha certamente fatto crescere l'attenzione nei luoghi di lavoro verso i rischi biologici, ma non è l'unico agente biologico a cui bisogna porre attenzione. Un altro agente biologico in grado di causare malattie delle vie respiratorie è la legionella. Analizzando i dati relativi agli ultimi anni, si nota che vi è stato un significativo aumento dei casi segnalati. A questo si aggiunge, tenendo fede al rapporto Iss (Istituto superiore della sanità) Covid-19 numero 21 del 3 maggio 2020, un ulteriore problema legato ai diversi **provvedimenti normativi per il contenimento e la gestione dell'emergenza Covid-19 che ha portato ad una chiusura o ad un'importante riduzione di frequenza delle attività, tra cui quelle ricettive, che aumenta le possibilità di crescita del batterio.**

Il batterio viene trasmesso all'uomo attraverso l'inalazione di goccioline di aerosol, di piccole dimensioni, che penetrano all'interno delle vie respiratorie, dove può diffondersi l'infezione. La malattia non è trasmissibile da persona a persona. La diffusione avviene per via aerea, ad esempio, attraverso filtri vecchi e non puliti dell'aria condizionata (la prima occasione in cui venne isolato il virus nel 1976, si verificò in un hotel a Philadelfia, dove diverse persone contrassero l'infezione dai sistemi di aria condizionata dell'albergo). Dove vi è il contagio, il periodo di incubazione va dai 2 a 10 giorni e i sintomi, respiratori e polmonari, possono manifestarsi in due forme: una più lieve, attraverso la febbre che si risolve in pochi giorni; una più grave sottoforma di polmonite, che può risultare mortale. Il rischio è, ovviamente, maggiore nelle persone soggette ad altre patologie respiratorie (soggetti fumatori, soggetti immunodepressi o soggetti anziani). **La trasmissione della malattia all'uomo all'interno delle strutture turistico ricettive**

può avvenire soprattutto da docce e rubinetti di impianti idrici, vasche idromassaggio, fontane decorative, nel caso in cui non ci sia adeguata manutenzione, o se si verificano condizioni di temperatura e/o presenza di biofilm e calcare in grado di favorire la sopravvivenza e la crescita del batterio.

Nel rapporto Iss viene fatta una distinzione tra impianti che sono stati fermi per meno di un mese, a cui va applicato un normale regime di controllo, e strutture rimaste chiuse per più di un mese per le quali deve essere attuato un regime straordinario di controllo. In particolare, alcune indicazioni per la riapertura elencate nel rapporto sono: controllo delle temperature con una temperatura degli accumuli o dei boiler non inferiore ai 60°C, mentre quella misurata in corrispondenza del ritorno dagli anelli di ricircolo non inferiore ai 50°C, erogazione acqua calda sempre non inferiore ai 50°C entro 1 minuto dall'apertura del terminale e non superiore ai 20°C per l'acqua fredda. Nel caso di valvole miscelatrici, queste temperature devono essere raggiunte dalle tubazioni che le alimentano. Altro aspetto sono pulizia, disincrostazione e se necessario la sostituzione dei terminali (docce e rubinetti), flussaggio e disinfezione periodica delle cassette di scarico wc, orinatoi, serbatoi di accumulo dell'acqua. E, infine, campionamenti dell'acqua per la ricerca della legionella.

Ricordiamo come il decreto legislativo del 9 aprile 2008, numero 81 in materia di salute e sicurezza sul lavoro, prevede l'obbligo per i datori di lavoro di



Legionella pneumophila al microscopio

Dopo la «chiusura per Covid-19» è fondamentale il regime di controllo, normale (attività ferme per meno di un mese) o straordinario (per stop superiori ai 30 giorni)

effettuare una **valutazione di tutti i rischi presenti**, tra cui il rischio biologico a cui si afferisce l'analisi del rischio per la legionella. Nello specifico, per questa valutazione è necessario fare riferimento alle linee guida per la prevenzione ed il controllo della legionellosi, valide a livello nazionale e anche approvate sul nostro territorio con specifica delibera della Giunta provinciale numero 536 dell'8 aprile 2016. In questi riferimenti normativi è previsto un obbligo di elaborazione di un piano di autocontrollo con all'interno una valutazione del rischio, la gestione dello stesso e il monitoraggio periodico. Per quanto riguarda il monitoraggio, notevole importanza è rivestita dal prelievo di campioni d'acqua per la verifica della presenza della legionella e l'analisi degli stessi. Sempre all'interno delle linee guida vengono riportate le misure da adottare all'interno delle strutture, come la decalcificazione e la disinfezione dei terminali da effettuare periodicamente; gli shock termici da effettuare nei periodi di apertura stagionale e il campionamento periodico delle acque per controllare se le misure messe in atto siano o meno adeguate; il flussaggio dell'acqua nelle stanze prima che le camere siano rioccupate; il mantenimento della temperatura nei serbatoi di accumulo a più di 65°C. Esistono, poi, ulteriori misure che possono essere adottate a seconda della tipologia della struttura e che si trovano elencate nelle linee guida: trattamenti termici in continuo (in cui giornalmente le temperature vengono alzate all'interno del circuito), lampade a raggi ultravioletti, sistemi di filtrazione, trattamenti chimici (iperclorazione continua, biossido di cloro, ioni metallici, ozono). Per cui, già di base, le misure in adozione nelle strutture ricettive e richieste dalla normativa sono adeguate a ridurre il rischio, mantenendo un'attenzione più alta dovuta al periodo di fermo obbligato.

Dubbi Quotidiani Luglio-Agosto 2020 Speciale Covid 19

Il cliente che alloggia nel B&B può usufruire del servizio «delivery» e consumare il pranzo o la cena nelle aree comuni? Nelle stesse aree può mangiare una pizza d'asporto? Oppure chiedere il servizio dello chef a domicilio e farlo cucinare nella cucina del B&B?

La Legge provinciale 7/2002 sulla disciplina degli esercizi alberghieri ed extra-alberghieri definisce come «bed and breakfast» l'ospitalità turistica offerta con carattere saltuario da coloro che, avvalendosi della sola organizzazione familiare, utilizzano parte dell'edificio in cui risiedono, fino ad un massimo di quattro camere, fornendo servizio di alloggio e di prima colazione. Il regolamento di esecuzione definisce i casi nei quali l'ospitalità «bed and breakfast» è consentita nell'edificio in cui è stato eletto domicilio. Il servizio di prima colazione è assicurato fornendo cibi e bevande secondo le modalità stabilite dal regolamento di esecuzione. Quindi, il cliente del B&B può fare solamente colazione. Sono esclusi altri tipi di somministrazione di alimenti e bevande.

Il titolare del B&B può accompagnare i clienti in gita?

Il riferimento è di nuovo alla Legge provinciale 7/2002, la quale prevede la possibilità di accompagnare gli ospiti sul territorio. Tale attività di accompagnamento può essere svolta dai gestori o dai familiari che operano nella struttura ricettiva, esclusivamente per i propri clienti, purché sia garantita una copertura assicurativa per la responsabilità civile verso terzi per lo svolgimento dell'attività. Sono escluse le escursioni con difficoltà richiedenti l'uso di tecniche e materiali alpinistici.

Per favorire i pagamenti elettronici posso far pagare l'intero saldo della prenotazione tramite bonifico bancario prima dell'arrivo dei clienti?

Se il cliente è d'accordo a pagare tutto subito, non ci sono motivi giuridici che ostano alla richiesta.

Se, invece, i clienti danno disdetta devo restituire la caparra? Posso, in alternativa, proporre loro di spostare la prenotazione? Se sì, per quanto tempo dopo posso tenerla valida?

Se nella stipula del contratto col cliente non sono state poste clausole particolari (ad esempio di dare disdetta senza conseguenze fino a 48 ore prima), di norma il cliente prenota e versa caparra a tutela dell'ospitante. Se poi l'ospite cambia idea e non viene, e se non ci sono cause di forza maggiore (malattia grave o incidente) che giustificano la sua scelta, la caparra può essere ritenuta dall'ospitante. Discorso diverso riguarda le disdette legate al Covid-19. Se sono state date per soggiorni che si dovevano fare nel periodo tra marzo e giugno sono valide perché la rinuncia al viaggio è legata ad una causa di forza maggiore; se la disdetta riguarda prenotazioni successive si devono applicare le norme generali di cui sopra.

Bonus vacanze: come deve procedere il titolare di una struttura ricettiva per farsi rimborsare?

È necessario informare il cliente che sceglierà la struttura che essa accetta il bonus. Lo sconto applicato all'ospite in possesso del bonus vacanza sarà rimborsato sotto forma di credito d'imposta utilizzabile, senza limiti d'importo in compensazione mediante il modello F24, ovvero cedibile anche ad istituti di credito. Non serve, quindi, aspettare la dichiarazione dei redditi dell'anno prossimo. Le modalità applicative del bonus vacanza sono definite con provvedimento del direttore dell'Agenzia delle Entrate: a breve sarà disponibile una guida d'uso sul sito dell'Agenzia delle Entrate.

OGP
Illustrazione:
Elia Rossi

Forza dalla Natura.

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

A fianco degli operatori del settore turistico,

Contattaci oggi per ottenere le migliori agevolazioni.

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

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

100% ENERGIA PULITA DOLOMITI ENERGIA

CAPE
CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Vivi le finestre in modo nuovo.

Ti aspettiamo in uno Studio Finstral, anche online.

Scopri in uno Studio Finstral le tre qualità della finestra perfetta: bellezza, benessere, sostenibilità.

Scegli tra visita individuale, consulenza telefonica o videochiamata.
finstral.com/studio

È il momento di cambiare le finestre: approfitta dell'ecobonus.

FINSTRAL