

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

05.2018 Anno XXXVI

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

DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITES
FONDAZIONE UNESCO
SOGG. SOSTENITORE

L'IMPEGNO DELL'ASAT CON L'UNIVERSITÀ PER LA RICERCA

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

RIUNIONE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO

Prima dell'assemblea, il
punto della situazione

ASAT E ARCHITETTI A CONVEGNO

Con l'Ordine prosegue
la collaborazione

ATTIVI I RIFUGISTI ED I B&B DI QUALITÀ

Incontri e riunioni per
rilanciare l'impegno

L'ASSEMBLEA DI PORTO CERVO

Federalberghi riunisce
gli albergatori italiani

FINANZIAMENTI PER LE NUOVE IMPRESE

Fondi UE a sostegno di
un bando provinciale



Consumo combinato (km/l): 19,2 (Classe E 220 d 4MATIC All-Terrain SW).
Emissioni CO₂ (g/km): 139 (Classe E 220 d 4MATIC All-Terrain SW).

Gamma Classe E. Guidare non dev'essere un lavoro.

Scopri tutta la tranquillità e i vantaggi di un'offerta pensata appositamente per te e per il tuo business. Ora puoi avere Classe E All-Terrain da 395€ al mese* con RCA e manutenzione incluse per 3 anni. Solo con Mercedes-Benz Financial.

Business Solutions.

Soluzioni personalizzate per le aziende.

- 35 canoni da 395€
- Anticipo 9.200€
- Con 3 anni di RCA e manutenzione inclusi
- TAN (fisso) 4,90%
- TAEG 5,54%

*Esempio di leasing Classe E 220 d 4MATIC All-Terrain Sport, con 3 anni di RCA e manutenzione ServicePlus Compact inclusi, 35 canoni più riscatto finale 25.753€. Durata 36 mesi e chilometraggio totale 60.000 km. Prezzo di listino con optional 49.718€ (messa su strada esclusa). Prezzo di vendita 44.287€ (messa su strada esclusa). Spese di istruttoria 300€. I valori sono tutti IVA esclusa. Offerta valida fino al 31/07/2018, per immatricolazioni fino al 30/09/2018 solo per possessori di partita IVA, sulla gamma Classe E - W213, S213, A238, C238, W166. Escluse motorizzazioni AMG, salvo approvazione Mercedes-Benz Financial. Messaggio pubblicitario con finalità promozionali, polizza e fogli informativi disponibili in Concessionaria e sul sito internet della Società.

Mercedes-Benz

The best or nothing.



Autoindustriale Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Bolzano, Via Galvani 41, tel. 0471 550000 - Brunico, Via J. G. Mahl 48, tel. 0474 570000 - Trento, Via Stella 13, tel. 0461 1735300
Rovereto, Via Brennero 25, tel. 0464 024400 - www.autoindustriale.mercedes-benz.it

Sommario



TEMA DEL MESE

- Asat e Cape: in ricordo di Luca Libardi
una donazione per la ricerca medica pag. 4
- Asat e Università di Trento unite
per la cura delle malattie pag. 6



VITA ASSOCIATIVA

- Un impegno su più fronti a vantaggio
della categoria pag. 8
- Formazione gratuita con Asat e Fondo For.Te.
Disponibili i corsi per il 2018/2020 pag. 10
- La riqualificazione degli alberghi in Trentino
Assemblea annuale dei "B&B di qualità",
in Trentino conta 100 associati pag. 14
- Brand alberghieri mondiali pag. 16
- Su "L'identità del rifugio"
una riflessione aperta e franca pag. 18



FEDERALBERGHI

- In Sardegna nel segno del turismo: a Porto
Cervo la 68a Assemblea Federalberghi pag. 20



GIOVANI

- GAT updating, continua la formazione pag. 22



SPEAK ENGLISH

- Hotel hiring strategies pag. 24



CORSI CAT

- Il calendario di giugno dei corsi obbligatori pag. 26



LIBRI & TURISMO

- Etica del turismo pag. 28



TRENTINO MARKETING

- Il turismo trentino lancia la campagna
"Quattro stagioni" pag. 30



NORMATIVE

- Variazione unilaterale dei tassi
di interesse nei mutui pag. 33
- L'assunzione di alcol sui luoghi di lavoro pag. 36
- Arrivano i finanziamenti europei
per incentivi alle nuove imprese pag. 38
- Impianti audiovisivi di controllo
e tutela del lavoratore pag. 40
- Dubbi pag. 42

MAGAZINE

05.2018 Anno XXXVI

Chiusura Editoriale 18/05/2018

Foto Copertina: Laboratori del CIBIO a Povo - foto di Alessio Coser



tempo di lettura



autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

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

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

Editore: Associazione Alberghieri ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento,
Via Degasper, 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

L'impegno dell'associazionismo per il futuro dell'albergatoria

Un sicuro vantaggio dell'Autonomia trentina è che essa consente a un'associazione come la nostra non solo di intrattenere rapporti diretti e pressoché immediati con gli uffici pubblici per le piccole e le grandi questioni che interessano alle nostre imprese, ma anche e nello stesso tempo con il Governo Provinciale per atti amministrativi e politici più rilevanti.

Nel primo caso possiamo interloquire direttamente ad esempio per una questione di carattere urbanistico relativa all'ampliamento di un albergo, o relativamente all'interpretazione ed applicazione di una norma o di un procedimento amministrativo. Non è poi secondario che anche una singola impresa o cittadino abbiano queste stesse opportunità. Nel secondo caso possiamo proporre e ottenere dal Governo provinciale la modifica o l'integrazione di una legge esistente, di avanzare richieste su nuovi provvedimenti che riteniamo necessari, o di intervenire nel contesto del rapporto tra parti sociali ed economiche e Provincia su importanti atti di programmazione come la legge di bilancio. Sarà banale farlo presente e ripeterlo, ma si ha la possibilità per un'associazione ma anche per un cittadino di parlare direttamente con i più alti livelli decisionali. Forse anche per questi motivi si tende a trascurare l'importanza e il ruolo svolto in sede nazionale dalla nostra Federalberghi che ha appena svolto a Porto Cervo la propria sessantottesima Assemblea nazionale annuale.

Eppure senza un livello nazionale del sistema associativo alberghiero, senza una testa che faccia sintesi dei problemi, che sappia esercitare una capacità di azione nei confronti del Parlamento, che sappia parlare alle forze politiche, alle parti sociali e ai media il nostro mondo sarebbe molto più debole, inascoltato e non rappresentato. Ed è proprio questa attività di lobbying, di sensibilizzazione delle forze politiche e delle istituzioni sulla necessità di sostenere e favorire lo sviluppo dell'economia del turismo che il presidente nazionale di Federalberghi Bernabò Bocca ha evidenziato con forza nei suoi interventi all'assemblea di Porto Cervo. Un'azione continua, determinata, intelligente che coniuga analisi di scenari e prospettiva con iniziative concrete in materia di lavoro, di tassazione, di sostegno agli investimenti, di lotta all'abusivismo, sulla concorrenza (stesso mercato, stesse regole).

Una presenza dunque necessaria quanto utile, che garantisce agli albergatori una voce forte ed autorevole nei confronti di tutti gli interlocutori e della stessa opinione pubblica.

L'Asat in sede provinciale e Federalberghi in quella nazionale lavorano per il comune obiettivo di tutelare le imprese del turismo alberghiero e dello sviluppo di un settore economico di grandissima importanza per il Trentino e per l'Italia.



direttore Roberto Pallanch

Asat e Cape: in ricordo di Luca Libardi una donazione per la ricerca medica

Sostegno ai progetti del CIBIO e alla campagna del "5 per mille" per l'Università di Trento

🕒 3' e 15"



I rappresentanti dell'Asat con i familiari di Luca Libardi ed il rettore dell'università Paolo Collini

Nello scorso mese di gennaio **Luca Libardi**, già presidente della nostra Associazione, è mancato prematuramente lasciando in tutti noi un sentimento di dolore e di vuoto. Una perdita non solo per la nostra associazione, ma anche per tutta la comunità trentina.

Il miglior modo di ricordarlo è certamente quello di continuare l'impegno dentro l'Asat e nel mondo del turismo, cercando di dare un contributo propositivo nel rappresentare le esigenze e le aspettative delle nostre imprese, nel confronto sui problemi quotidiani e nel delineare una strategia per lo sviluppo economico e sociale del Trentino.

Ma allo stesso tempo, ASAT e CAPE (Consorzio Acquisti Prodotti Energetici, di cui Luca era amministratore), in accordo con la moglie **Anna**, i figli e gli altri familiari, hanno deciso di ricordare la figura di

Libardi devolvendo 16mila euro a sostegno di una borsa di studio per la ricerca sulla leucemia, coordinata dal professor **Paolo Macchi** del *Centro di Biologia integrata - CIBIO* dell'Università di Trento. Il Centro è una realtà di eccellenza in questo settore, il cui lavoro ha avuto notevole risalto per gli importantissimi risultati raggiunti studiando il DNA. Una realtà che si sta distinguendo sia per meriti scientifici che per l'attenzione alla salvaguardia della vita umana.

La ricerca non è qualcosa di astratto e lontano, ma un investimento concreto sul futuro di tutti. Di qui la scelta dell'Asat, come ci spiega il presidente **Gianni Battaiola**: "La donazione è un modo tangibile per mantenere viva la memoria di una persona che è stata tanto attiva nell'associazione e, allo stesso tempo, per dare una speranza alle tante persone affette dalla stessa malattia, soprattutto ai bambini. Ricordiamo Luca come una persona molto impegnata, sia nella sua attività imprenditoriale nell'associazione, sia nella sua Levico. Ci invitava sempre a guardare avanti e a impegnarsi seguendo una strategia, nel turismo, ma anche nello sviluppo sociale con un occhio al futuro. È per guardare il futuro, come lui sapeva fare, che vogliamo sostenere il CIBIO nelle sue ricerche: un centro che ha guadagnato reputazione internazionale e oggi qualifica il Trentino con la sua capacità di innovazione. Centri di ricerca come questo fanno crescere e diventare sempre più internazionale e dinamico il nostro territorio, e questo fa bene anche al turismo".

Con la stessa convinzione, l'Asat ha poi deciso di supportare l'Università di Trento in occasione della campagna 2018 per la raccolta e la donazione del 5 per mille (la quota dell'IRPEF che ogni contribuente può liberamente destinare al sostegno di enti che svolgono attività socialmente rilevanti) a favore di due progetti di ricerca selezionati: "StimolaMente" e "I farmaci del mare". Obiettivi dei progetti sono contrastare l'invecchiamento cerebrale e trovare nei materiali marini nuove risposte per la cura dei tumori e la medicina del futuro. Per aderire basta una firma sulla dichiarazione dei redditi ed invitiamo tutti i soci a farlo.

5x1000
all'Università di Trento



Sostieni il progetto

“StimoLaMente”

Per migliorare i processi di apprendimento delle persone affette dal morbo di Alzheimer

La ricerca “StimoLaMente” condotta dal Prof. Carlo Miniussi del **Centro Interdipartimentale Mente/Cervello – CIMEC dell'Università di Trento** offre ai pazienti la possibilità di accedere ad un trattamento non farmacologico innovativo con l'obiettivo di valutare l'efficacia della riabilitazione **con tecniche di stimolazione cerebrale** che consentono di migliorare i processi di apprendimento delle persone malate di Alzheimer.



Sostieni il progetto

“I farmaci del mare”

Per lo sviluppo di nuovi farmaci per il trattamento dei tumori

Il **laboratorio di Chimica Bioorganica** diretto dalla Prof.ssa Ines Mancini del **Dipartimento di Fisica dell'Università di Trento**, ha isolato il primo composto naturale organico da una spugna proveniente dalla Nuova Caledonia fornendo indicazioni terapeutiche per alcune forme di leucemie. Risultati che aprono promettenti **prospettive nello sviluppo di nuovi farmaci per il trattamento di tumori solidi.**

codice fiscale dell'Università di Trento:
00 34 0520 220



UNIVERSITÀ
DI TRENTO

**C'È CHI SPERA NEL FUTURO:
NOI LO COSTRUIAMO**

Campagna di fundraising Università di Trento 2017-2021

L'Università di Trento ringrazia tutti coloro che in questi anni le hanno devoluto il 5xmille.
Le iniziative finanziate su: www.fundraising.unitn.it



Paolo Collini

Asat e Università di Trento unite per la cura delle malattie

Cari amici e amiche dell'Associazione Albergatori, vi ringrazio per l'ospitalità: poter parlare attraverso la vostra pubblicazione mensile mi dà l'opportunità di raggiungere un pubblico di lettori molto vasto, qualificato e soprattutto non sempre facile da contattare tramite i consueti canali dell'Università. L'ASAT è un partner importante per il nostro ateneo: uno di quelli con i quali ci piacerebbe collaborare di più in futuro.

Immagino conosciate lo stato del finanziamento alla ricerca in Italia. A livello di intervento statale, siamo sempre stati abbondantemente sotto la media europea e la crisi del 2008 ha contribuito a ridurre ulteriormente quella fonte già scarsa. L'Università di Trento prova a reagire a questa infelice decrescita con il fundraising, ciò che da decenni si fa nelle università migliori di tutto il mondo, soprattutto in quelle anglosassoni. È un modo per trovare finanziamenti. Ma soprattutto per far entrare i cittadini e le aziende del territorio all'interno dell'università. E per responsabilizzare l'università, che risponde di ciò che fa (o non fa) a chi contribuisce a farla vivere e crescere.

🕒 3' e 10"

👤 Paolo Collini, Rettore dell'Università degli Studi di Trento

Anche l'Asat ha dimostrato di credere nel valore della ricerca con un'azione concreta: una donazione di 16mila euro in memoria dell'ex presidente **Luca Libardi**, mancato dopo una lunga malattia. La donazione supporterà i progetti di ricerca sulla leucemia condotti da **Paolo Macchi** del nostro Centro di Biologia integrata. Credo che l'invito alla speranza e all'agire, ispirato da Libardi - persona tanto attiva e lungimirante pronta a rivolgere lo sguardo al futuro - sia la migliore eredità da condividere.

L'Asat ha deciso anche di sostenere la nostra campagna 2018 per la raccolta del 5 per mille che finanzia due progetti di ricerca: quello della professoressa **Ines Mancini** del Dipartimento di Fisica, che mira a sviluppare farmaci antitumorali ricreando in laboratorio alcune molecole contenute in prodotti naturali di origine marina, come le spugne e i coralli che hanno caratteristiche innate di protezione dai batteri.

E quello del professor **Carlo Miniussi** del Centro interdipartimentale Mente/Cervello, che lavora sulla riabilitazione cognitiva delle persone colpite dal morbo di Alzheimer potenziando la naturale plasticità del cervello con la stimolazione magnetica transcranica.

Per aderire basta citare in dichiarazione dei redditi (sotto la voce "Finanziamento della ricerca scientifica e dell'università") il codice fiscale dell'Università di Trento: 00340520220.

Siamo lieti che l'Associazione Albergatori sia al nostro fianco in questa sfida per cambiare dalle radici il modo in cui si pensa, si finanzia e si fa ricerca in Italia. Sappiamo che i fondi pubblici non possono più bastare. Adesso - forti anche del fatto di essere uno dei migliori atenei italiani per la ricerca - cerchiamo di fare anche da soli. Avere in voi un alleato in questa difficile partita è per noi motivo di fiducia.

Grazie.



PER GLI ALPINI NON ESISTE L'IMPOSSIBILE

Da sempre, crediamo nella forza del gruppo.

Un impegno su più fronti a vantaggio della categoria

Il Consiglio Direttivo precede l'assemblea annuale di Molveno

Presieduta dal presidente **Gianni Battaiola**, nelle settimane scorse si è tenuta la riunione del Consiglio Direttivo dell'Asat che precede, come consuetudine, l'assemblea annuale. Il presidente ha così dato un breve resoconto degli ultimi mesi.

A partire dall'iniziativa che l'Asat ha in occasione delle recenti elezioni politiche, cioè incontrare i candidati delle coalizioni di centro sinistra e di centro destra nonché del Movimento Cinque Stelle, ai fini di portare ai futuri parlamentari le istanze del mondo turistico trentino. È stato sottoposto a tutti un documento della Giunta esecutiva con focus particolari sulle richieste di interesse nazionale specifiche per la nostra realtà territoriale: "Un metodo che vogliamo riproporre anche per le prossime elezioni provinciali - ha ricordato Battaiola - alle quali vogliamo prepararci con un'operazione ascolto sul territorio, per sentire i soci e portare così alla politica le richieste concrete del nostro mondo".



La recente riunione del Consiglio direttivo a Trento

Battaiola ha quindi comunicato al consiglio un'iniziativa sociale deliberata dalla Giunta: ASAT e CAPE hanno deciso di ricordare in modo concreto la figura di **Luca Libardi**, con la devoluzione di 16.000 euro a sostegno dei progetti di ricerca sulla leucemia del *Centro di Biologia integrata - CIBIO* dell'Università di Trento. L'Asat ha poi deciso di farsi parte attiva, al fianco dell'Università di Trento affinché in occasione della raccolta del 5 per mille attraverso la dichiarazione dei redditi, la quota dell'IRPEF che ogni socio può liberamente destinare al sostegno di enti che svolgono attività sociali, sia indirizzata ai progetti sulla ricerca medica dell'ateneo trentino. (vedi pag. 4).

Si è quindi parlato di alcune iniziative esterne dell'Asat, soprattutto dell'*Open Day Turismo*. L'Asat ed il sistema della formazione professionale provinciale hanno voluto questa iniziativa, svoltasi sotto forma di incontri con gli associati nelle scuole alberghiere provinciali, durante i quali sono stati illustrati gli aspetti giuridici di tirocinio e apprendistato duale, insieme all'offerta formativa dei centri di formazione professionale.

Battaiola ha riferito anche del lavoro fatto a livello nazionale. Con Federalberghi ci si è concentrati sul tema dei pacchetti turistici, ora che le nuove disposizioni europee devono essere recepite dallo Stato. Infatti, alcune delle disposizioni contenute nello schema

di decreto legislativo di attuazione della direttiva presentano gravi profili di problematicità, rischiando di ostacolare lo sviluppo del mercato dei servizi turistici e di alterare le condizioni di concorrenza tra le imprese, risolvendosi in definitiva in una penalizzazione del consumatore. In Trentino la norma che disciplina la vendita dei pacchetti turistici c'è già, si tratta solo di evitare che venga peggiorata.

Si è poi parlato del *Patto per le Dolomiti*, nato tra i presidenti delle associazioni albergatori di Trento, Bolzano, Veneto e Friuli Venezia Giulia, che hanno costituito un gruppo di lavoro che persegue programmi comuni di valorizzazione di uno tra i più suggestivi paesaggi al mondo. Tra le altre cose, si è discusso della candidatura delle Dolomiti per le prossime Olimpiadi invernali 2026. I presidenti hanno anche espresso contrarietà alla chiusura totale al traffico di alcuni passi dolomitici, proponendo, invece, una regolamentazione dei transiti attraverso la disincentivazione del traffico inquinante, a favore di mezzi sostenibili e l'istituzione di un servizio navetta ecocompatibile, cadenzato e con orari comodi ai turisti e residenti.

INCONTRO TRA I PRESIDENTI DI ASAT E CONFINDUSTRIA TRENTO



Nei giorni scorsi presso la sede di Confindustria Trento l'Asat ha avuto un incontro a cui hanno partecipato i rispettivi presidenti **Enrico Zobe** e **Gianni Battaiola** accompagnati dai direttori **Roberto Busato** e **Roberto Pallanch**.

È stato un incontro prevalentemente orientato alla reciproca conoscenza dei due presidenti e nello stesso tempo sono stati affrontati temi di interesse comune con valutazioni in merito allo sviluppo economico e sociale del Trentino, alla necessità di rafforzare le infrastrutture, all'opportunità di rilanciare il coordinamento provinciale degli imprenditori. È stata anche ricordata la collaborazione esistente e a livello tecnico tra le due associazioni, con un confronto sui temi di maggiore rilevanza. In definitiva si è accertata l'esistenza di una fattiva collaborazione e si è concordato sull'opportunità di rafforzare questo clima positivo.



È nato il *Patto per le Dolomiti*, pensando al turismo ed alle Olimpiadi del 2026

LE NUOVE NOMINE DEI DELEGATI DELL'ASAT

Nel corso del Consiglio direttivo, il direttore **Roberto Pallanch** ha dato conto delle nuove nomine dell'Asat in seno a vari organismi.

Già abbiamo scritto della nomina di **Gianni Battaiola** nella Giunta esecutiva della nostra Federalberghi, mentre **Christian Armani** è stato inserito nel Consiglio direttivo nazionale affiancando così **Manuela Felicetti**, **Alberto Bertolini** e **Celestino Lasagna**.

Recentemente il vicepresidente **Oswaldo Debertol** è stato nominato all'interno del Consiglio della Camera di Commercio di Trento, dove già siede **Natale Rigotti**; inoltre è stato nominato membro del Consiglio di Amministrazione di Sanifonds Trentino. E per quest'ultimo ente, **Lara Toscana**, albergatrice della Pagnella, è stata indicata come membro supplente. L'Azienda di Promozione turistica di Rovereto ha pure rinno-

vato per il prossimo mandato il suo consiglio ed Asat ha avuto nominati **Mauro Nardelli** ed **Alex Franchini**

Dalle vette dolomitiche **Angelo Jellici** è diventato presidente del Comitato Nazionale entrato a far parte del direttivo (v. articolo a pag.18)

Infine, nell'Ente bilaterale del turismo trentino sono stati confermati **Alberto Bertolini** e **Roberto Pallanch**.



Formazione gratuita con ASAT e Fondo For.Te.

Disponibili i corsi
per il 2018/2020

For.Te. è il più importante tra i fondi interprofessionali nella formazione continua, per numero di aziende che lo hanno scelto, ed è rappresentativo dei diversi settori economici e del tessuto imprenditoriale italiano. La formazione è lo strumento giusto per essere sempre competitivi e professionali nel mondo del lavoro; perciò attraverso l'ASAT, Fondo For.Te. ha erogato e continua ad erogare finanziamenti alle aziende per la formazione dei lavoratori del turismo anche nella provincia di Trento. ASAT ha promosso anche per il 2018 tale attività, grazie alla disponibilità di nuovi finanziamenti da parte del Fondo For.Te.

L'azione di ASAT è importante perché le regole per la concessione di tali finanziamenti sono piuttosto complicate, e quindi è l'Associazione che si fa carico delle verifiche, dei controlli e degli impegni, anche finanziari, che consentono alle imprese di poter godere della formazione gratuita.

🕒 2' e 45'

👤 Andrea Rudari

Puntando sempre più sulla strada dell'accrescimento della professionalità di aziende e lavoratori, Asat propone i seguenti corsi di formazione:

- innovazione nel settore turistico
- *project management*
- *smart energy hotel* e le buone pratiche
- corso barman e sommelier
- alimentazione vegetariana/vegana/crudista
- itinerari storico-culturali
- Itinerari enogastronomici
- Itinerari di *outdoor wellness*
- promozione dei prodotti della filiera alimentare e del territorio
- elementi di marketing di una struttura ricettiva
- strumenti di Revenue Management

L'adesione al Fondo For.te è semplice; la formazione finanziata da ASAT con For.Te. è gratuita, le imprese e i lavoratori non devono anticipare e sostenere alcun costo. I corsi si stanno svolgendo in questo periodo e saranno attivi sino a maggio 2020.

Per partecipare contattateci chiamando o mandando un'e-mail a:

Stefania Franchini - s.franchini@asat.it - 0461/923666 - interno 5.

*Il mese scorso, presso il Palazzo delle Albere a Trento ha avuto luogo un convegno organizzato dall'Ordine degli Architetti e dall'Associazione Albergatori della Provincia di Trento per trattare congiuntamente il tema: "La riqualificazione delle strutture alberghiere in Trentino: paesaggio e architettura per un turismo di qualità". Abbiamo dunque chiesto un resoconto dell'incontro alla Presidente dell'Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori della Provincia di Trento architetto **Susanna Serafini**, che ringraziamo per la collaborazione. Sui prossimi numeri seguiranno altri contributi sul tema.*



La riqualificazione degli alberghi in Trentino

Paesaggio e architettura per un turismo di qualità

Il turismo si fonda sull'attrattività e il contesto può essere la carta vincente. C'è richiesta di qualità, di bellezza e non solo, si ricerca ed apprezza un coinvolgimento esperienziale, relazionandosi con i luoghi e di questo il Trentino ne deve fare la sua tipicità.

Il turismo e l'ambiente, nel paesaggio rimodellato dalla innegabile componente antropica, sono dunque in relazione.

Per questo presso il Palazzo delle Albere a Trento, dall'Ordine degli Architetti e dall'Associazione Albergatori della Provincia di Trento è stato organizzato un convegno sul tema: "La riqualificazione delle strutture alberghiere in Trentino: paesaggio e architettura per un turismo di qualità".

Vari, ma convergenti, gli aspetti emersi negli interventi del convegno, tutti rivolti al "valorizzare", sia questo valore derivi da aspetti naturalistici che sia conseguenza di interventi di tipo urbanistico o architettonico.

Michele Dallapiccola, Assessore al turismo della Provincia Autonoma di Trento ha introdotto l'incontro affermando come il turismo rappresenti un segmento economico di grande importanza, non solo per gli operatori turistici e gli addetti al distretto ricettivo che vi lavorano, ma anche per l'intero comparto produttivo locale e sottolineando come vi siano valori territoriali propri dell'intera Provincia che Trentino Marketing promuove da molti anni.

Ma è proprio l'amministratore unico di Trentino Marketing **Maurizio Rossini** a mettere in guardia su possibili criticità derivanti da un aumento dei flussi turistici in un ambiente sensibile e delicato come il nostro territorio che è innanzi tutto luogo di vita delle comunità che lo abitano.

Il tema della "Qualità dell'architettura - Qualità del paesaggio - Qualità del turismo" è già stato l'oggetto di un primo dialogo aperto con l'ASAT, in occasione di un convegno tenutosi a Madonna di Campiglio organizzato sempre dal nostro Ordine.

Il confronto è stato ora ripreso con il presidente dell'Associazione **Gianni Battaia** che ha sottolineato la necessità di un approccio unitario su questi temi e di come sia necessario portare innovazione senza snaturare la nostra identità.

Molti gli interventi di spessore, fra cui quello di un ospite d'eccezione, **Francesco Palumbo**, direttore della Direzione generale del Turismo presso il Ministero dei Beni Culturali e del Turismo. Ha sottolineato come non sia più il tempo di accogliere passivamente i flussi turistici, o di puntare solo sulla promozione e marketing, ma che sia indispensabile improntare una vera e propria policy, scegliendo il target di turismo adatto a ciascuna località, attraverso una programmazione di lungo periodo e decisioni partecipate. Non tanto quantità indifferenziata dunque, ma qualità, ricerca di coerenza e identità.

Il convegno ha voluto portare esempi in contesti dove si è puntato sull'innalzamento degli standard, prendendo anche nuove strade di riqualificazione dell'offerta turistica, dimostrano come possa essere vincente superare stilemi radicati, ma solo con soluzioni qualificate.

Anche rendere contemporanea l'immagine di un luogo può valorizzare una tipicità e per questo l'architettura gioca un ruolo fondamentale.

Il ruolo degli architetti dunque e dell'architettura di qualità che innegabilmente può rappresentare, per molte location, un vero e proprio valore aggiunto, capace di distinguerle da quelle concorrenti.

La ricettività è nelle strutture e renderle all'altezza delle aspettative sempre più esigenti del turista, è una necessità. Ne ha parlato **Adriano Oggiano**, direttore della Ripartizione natura, paesaggio e sviluppo del territorio della Provincia Autonoma di Bolzano, che ha spiegato



Il rappresentante del Ministero Francesco Palumbo

come nel vicino Alto Adige la legge urbanistica limiti a un numero massimo i posti letto e di come, quindi, negli ultimi dieci anni si assista sempre più alla riqualificazione e all'ampliamento delle strutture esistenti elevandone la qualità con salto di classe verso una classificazione a 4 e 5 stelle.

Trovati quindi spunti concreti nell'illustrazione di alcuni interventi significativi di architettura ricettiva dell'Alto Adige e del Trentino con strutture che sono divenute competitive grazie a progetti dove la tradizione, i luoghi e la cultura storica sono stati attentamente analizzati, valorizzati ed interpretati con attenzione fondendosi con l'architettura contemporanea, rendendo quindi autentica e non artificiale l'esperienza dei turisti che la frequentano.

Il convegno, anche attraverso la testimonianza di un albergatore, ha confermato il vantaggio economico di rinnovare un parco immobiliare spesso obsoleto (in Italia il 65% degli alberghi è stato costruito prima degli anni '70) investendo in un momento propizio del turismo come l'attuale che si prevede ancora in crescita sino al 2030.

Il tema dunque dell'architettura del nuovo, ma soprattutto della riqualificazione delle strutture esistenti, la necessità urgente di sostenibilità ambientale, di cui ha parlato nel suo intervento la dottoressa **Ada Balzan**, la tutela di uno specifico territorio, fanno capire che tradizione e innovazione non sono termini antitetici, ma un connubio possibile e vincente.

In Trentino l'incentivo al riuso e alla riqualificazione del costruito, spinto per altro dalla legge urbanistica provinciale del 2015, deve necessariamente coniugarsi con il miglioramento della qualità funzionale e formale delle strutture. Con questo obiettivo è stato istituito il Comitato per la cultura architettura e il paesaggio, la cui esperienza presentata al convegno dall'architetto **Markus Scherer**, membro del comitato trentino, rivela come questo sia un'opportunità ed un valido strumento, già sperimentato molto positivamente nel vicino Alto Adige dove il 70% delle consulenze sono rivolte a strut-

ture alberghiere su richiesta volontaria di progettisti insieme alla committenza. Il concetto che sta alla base di questa iniziativa si trova nella convinzione che investire in qualità dell'architettura significhi rendere un territorio più bello e più competitivo.

L'identità dei luoghi, le forme del paesaggio, l'autenticità delle comunità locali svolgono poi un ruolo fondamentale nell'attrazione turistica: ecco perché la relazione fra paesaggio e architettura genera un tutt'uno inscindibile, un circolo virtuoso indispensabile per la crescita e lo sviluppo del comparto turistico.

La nostra regione ha cercato di fare un uso intelligente del proprio territorio, ma non basta, dobbiamo passare ad altre azioni concrete, ricreando, con l'azione di tutti gli operatori, una comune cultura del territorio.

Bisognerebbe attivare una grande operazione di ascolto della comunità trentina in sinergia con le amministrazioni pubbliche, ragionare e fare del tema della qualità, sia a micro che a macro scala, un presupposto imprescindibile.

L'unione fa la forza!

Grandimpianti Noselli, da **oltre 40 anni** attiva nel settore gastronomico, ha trovato in Niederbacher **un partner forte** e affidabile. Prodotti di eccellenza, qualità straordinaria e un servizio unico nel suo genere. Un sodalizio dal quale ogni nostro cliente potrà trarre grande beneficio. **Contattateci!**

Grandimpianti Noselli Srl: Zona artigianale, 16 - 39052 Caldaro (BZ) Alto Adige - Tel. 0471 91 34 04 - www.grandimpiantinoselli.com

Assemblea annuale dei “B&B di qualità”: in Trentino conta 100 associati

Riconfermata la presidente Stefania Angeli: “Trasmettiamo sapori e cultura locale”

🕒 5' e 50"

📝 Rosario Fichera

La loro parola d'ordine è “qualità”. Un valore che rappresenta una filosofia aziendale e attorno al quale lavorano per crescere ulteriormente e porsi sul mercato come esempio d'eccellenza, per un'accoglienza vera. Stiamo parlando dei bed & breakfast che fanno parte dell'Associazione “*B&B di qualità in Trentino*”, aderente all'Asat. Oggi l'associazione conta 100 associati e negli ultimi tre anni è cresciuta con un ritmo di circa il 20%. Un risultato importante, frutto di un lavoro intenso, ma anche di tanta passione, così come ci spiega la presidente dell'associazione, **Stefania Angeli**, titolare del B&B “Alla loggia dell'Imperatore” di Levico Terme.

«I B&B di qualità sono nati tredici anni fa, promossi dalla Provincia autonoma di Trento - spiega Stefania Angeli - all'inizio erano in pochi, quasi tutte donne, e come associazione hanno iniziato una vera e propria “battaglia” per ottenere una deroga di legge per potere offrire ai nostri ospiti le torte fatte in casa. In Italia siamo stati i primi a ottenere questa deroga da parte della Provincia autonoma di Trento, previa la frequenza obbligatoria di un corso HACCP sulle regole dell'igiene e della sicurezza alimentare. E di questo risultato siamo davvero fieri».

■ Un risultato che vi ha permesso di caratterizzarvi e quindi anche di crescere sul mercato?

“Sì, perché di fronte al proliferare di B&B in Trentino, oggi le strutture sono oltre 400, in diversi cercano di entrare nella nostra associazione per differenziarsi sul mercato e puntare a un'offerta di eccellenza”.

■ Fare parte della vostra associazione però non è facile.

“Diciamo che occorre seguire un percorso. Bisogna innanzitutto fare una richiesta, allegando una specifica documentazione e avere tutti i requisiti previsti dalla normativa per i B&B di qualità. Dopo di che, la Presidente dell'associazione e la referente di zona, visitano la struttura dove si considera, attraverso una griglia di valutazione, alcuni elementi, come la casa, gli arredi, in modo che tutto risponda a un determinato standard di qualità per i quali occorrono dei punteggi minimi, ai quali si aggiungono eventuali punteggi di merito come l'utilizzo di materiali bio compatibili.



foto Pedrotti

Stefania Angeli



Foto di gruppo per l'Associazione B&B alla recente assemblea di Asat

ELETTO IL NUOVO DIRETTIVO GUIDATO DA STEFANIA ANGELI

Ecco i componenti del nuovo consiglio direttivo dell'associazione che resterà in carica per i prossimi tre anni:

Stefania Angeli - presidente

Andrea Daprà - vicepresidente

Sabrina Mosna - segretaria

Ascanio Zocchi - consigliere

Antonella Carli - consigliere

Marcella Nardin - consigliere

Sergio Valentini - consigliere

Questa griglia di valutazione viene quindi discussa dal direttivo che approva o meno l'accettazione della richiesta. Ad oggi le nuove strutture che si sono proposte sono così belle che sono state tutte accolte”.

Una volta entrati a fare parte dell'associazione ci sono particolari impegni?

“Sì, è obbligatorio fare i corsi di formazione. Un elemento che ci differenzia è la cosiddetta “Carta dell'ospitalità familiare”, che ogni associato deve rispettare e nella quale sono previsti i corsi di formazione e di aggiornamento. Ad esempio organizziamo, come abbiamo fatto recentemente in Val di Ledro, delle uscite con esperti per conoscere i sapori, le tradizioni, i prodotti del nostro territorio e poterli trasmettere ai nostri ospiti. In questo senso abbiamo realizzato delle partnership con “La strada del vino e dei sapori del Trentino”, “La strada dei formaggi delle Dolomiti” e “La Strada della Mela e dei Sapori delle valli di Non e di Sole”, anche perché il nostro disciplinare consiglia nelle colazioni l'uso di prodotti del territorio, oltre alla loro conoscenza. E tutto questo perché i B&B di qualità devono essere trasmettitori di sapori e di cultura locale”.

In Italia in molti vi considerano un modello di riferimento nel mondo dei B&B

“Sì, e di questo siamo orgogliosi, infatti, negli anni siamo stati chiamati in diverse zone d'Italia per spiegare come siamo strutturati e organizzati. Cerchiamo sempre di alzare l'asticella della qualità e della nostra formazione. All'inizio c'erano degli aiuti provinciali, poi non sono stati più previsti e i nostri sovvenzionamenti provengono solo dalle quote associative. Non abbiamo nessun aiuto pubblico e andiamo avanti con le nostre forze.

Recentemente, per esempio, siamo andati alla fiera di Monaco e poi a quella dell'*Outdoor* di Bologna, pagandoci gli stand e senza avere a disposizione i bei depliant e i supporti promozionali di altri espositori. Ma portando un secchio di latte, alcuni nostri prodotti, abbigliandoci secondo la nostra tradizione, siamo riusciti a ottenere, con poche risorse, un notevole riscontro di pubblico, con i complimenti dei responsabili della fiera. Per noi e per i nostri associati rimane però un grande impegno, ma dobbiamo continuare a differenziarci e vediamo se in questo senso arriverà qualche aiuto dalla Provincia. Ma c'è anche un altro aspetto che ci caratterizza”.

Quale?

“Quello di lavorare nel rispetto delle regole che hanno tutte le strutture ricettive ed è questo un ulteriore elemento che fa la differenza dei nostri B&B di qualità”.



Un momento di pausa durante la Hunter Hotel Conference

Brand alberghieri mondiali

I *player* più forti a livello internazionale, chi sono e quanto fatturano.

Si fa presto a dire *brand*. L'asset intangibile più importante di un'azienda, e quindi anche di un hotel, sia esso individuale o appartenente a un gruppo. Ma quanto vale realmente un marchio alberghiero? Come misurarlo e quali sono i parametri che contano?

Stando all'ultima edizione dell'*Hunter Hotel Conference* tenutosi ad Atlanta nel marzo scorso, evento dedicato ai potenziali acquirenti di strutture alberghiere, i proprietari di un marchio d'*hotellerie* preferiscono ad oggi rifinanziare le loro strutture piuttosto che venderle. Nuove opportunità provengono inoltre dai piccoli brand che settimanalmente entrano nel mercato del turismo; i grandi *players*, è uscito dal meeting statunitense, dovrebbero considerarli più un esempio che una minaccia, cercando di proporre ai loro clienti esperienze altrettanto uniche e originali. È in effetti enorme la rilevanza assunta oggi dalla *brand reputation*, ossia dal-

⌚ 4' e 50"

👤 Francesca Maffei

la percezione di un marchio da parte di *stakeholders* e ospiti che solitamente deriva dai siti di recensione online, oltre che dal più circoscritto passaparola offline. Ma oltre a questa, come sostiene una recente pubblicazione della *Cornell University* in merito al ruolo dell'affiliazione nel valore di un brand alberghiero, gli indicatori sarebbero meno creativi e più scientifici, vecchio stampo in sostanza: tasso di occupazione, prezzo medio di vendita, ricavo medio per camera disponibile e altri indici variamente noti.

Brand Finance, società inglese di valutazione aziendale ufficialmente indipendente, lo scorso febbraio ha pubblicato il suo report annuale riguardante la classifica dei 50 brand alberghieri mondiali più profittevoli, spiegandone anche le ragioni del successo. Nessun italiano all'orizzon-





Hilton e Marriott sono due delle catene alberghiere da top ten mondiale

te e pochi gli europei in gara. In testa invece, per il terzo anno consecutivo, il gruppo *Hilton*, valutato 6,3 miliardi di dollari e marcato stretto da Marriott; a seguire, nella top ten, *Hyatt*, *Holiday Inn*, *Courtyard by Marriott*, *Shangri-La*, *Wyndham*, *Sheraton*, *Ramada*, *Hampton Inn*. Senza addentrarsi nell'analisi tecnica dei risultati dello studio, vale la pena soffermarsi sulla metodologia impiegata: la forza di ciascun marchio è calcolata su una scala che va da 0 a 100 e si basa su fattori come la capacità di instaurare una connessione emotiva con il consumatore, la performance finanziaria e la sostenibilità ambientale. Il risultato costituisce il cosiddetto BSI, *brand strength index*. Da questo dato è possibile calcolare l'intervallo all'interno del quale si colloca la royalty sia per i differenti settori di attività – ad esempio *food & beverage* o *SPA* – sia per il futuro, con una previsione sugli introiti di quel marchio specifico combinando storico, analisi *forecast* e tasso di crescita economica. Non è comunque detto che il BSI sia l'unico parametro cui riferirsi, o che impiegandone uno differente la classifica rimarrebbe invariata. C'è la capitalizzazione, ad esempio, oppure il *brand rating*,

dove la lettera D corrisponde al punteggio 0, mentre un 100 si traduce in AAA+. Il *brand value*, ovvero il patrimonio di marca, è altresì influenzato dal numero e dalla qualità dei dati sui consumatori raccolti da social network, programmi fedeltà e database condivisi, quando non acquistati da società di profilazione commerciale. Grande assente dalla lista dei *Top 50 most valuable Hotel brands* è Airbnb, lasciato volutamente fuori; inizialmente considerato una *tech company* e in un secondo momento un aggregatore al pari di Trivago o Kayak, solo ultimamente si è compreso che quota parte del suo target di utenti è la medesima di quella degli alberghi. Il valore del marchio Airbnb è oggi stimato in 5,5 miliardi di dollari, a fronte dei 5,1 di Hilton; chissà che l'anno venturo, in conseguenza anche della volontà della piattaforma dedicata alle case di offrire boutique hotel e strutture ricettive dall'allure "casalinga", non si ritrovi nella classifica. Le operazioni di fusione e acquisizione ogni giorno sono d'altronde assai frequenti; inglobare più brand o *sub-brand* aumenta il valore complessivo dell'*umbrella-brand*, il marchio ombrello.

Da segnalare infine il valore di marca trasponibile dal mondo dello sport, bacino estremamente prolifico, all'*hospitality*. È il caso del J Hotel, primo albergo in Italia partner di un football club, che sorgerà nei pressi dell'Allianz Stadium e dedicato, *ça va sans dire*, alla Juventus.

Su “L’identità del rifugio” una riflessione aperta e franca

🕒 3' e 10"

👤 Vima Pierobon

Molto partecipato il convegno tenutosi presso la sede dell'Asat

Si è svolto nelle scorse settimane a Trento, presso la sede dell'ASAT, il confronto riservato ai gestori dei rifugi affiliati all'Associazione Rifugi dal titolo: “L’identità del rifugio”.

Moderatrice dell'incontro, la giornalista **Fausta Slanzi**, che ha saputo interagire continuamente con una platea ricca della presenza di un folto pubblico di gestori, a riprova che questo tipo d'incontri sono molto apprezzati e rappresentano un'opportunità. Titolo dell'incontro quanto mai azzeccato che è stato l'occasione per scambiarsi molte opinioni costruttive su come sia necessario proprio ora che la montagna stia cambiando, uno scambio continuo d'idee e opinioni per trovare delle sinergie comuni, necessarie a tutti. È stato un momento di confronto molto aperto e franco nel quale sono emerse da più parti riflessioni veramente importanti. I rifugisti si sono espressi con libertà su argomenti che riguardano per esempio le regole, l'educazione in montagna, gli eventi, le nuove tendenze, la vita nei rifugi nel confronto continuo con l'utente della montagna.

Alpinisti frettolosi, gitanti con troppe aspettative per i cani, giovani che sono comunque un pubblico da considerare e educare nel momento che scelgono la montagna. Si sono

messi anche molto in discussione, su alcuni temi mostrando di esserne capaci. Ne è uscito un concetto di rifugio, che indipendentemente dalle caratteristiche e altezza cui si trova è certamente il punto fermo, il perno di questo prodotto e un laboratorio *in itinere* della cultura della montagna. Dove l'unicità è una forza straordinaria che riempie sempre il prodotto di valore e altrettanta potenzialità. Hanno parlato anche dei loro limiti, quelli da mettere sotto la lente d'ingrandimento per capirne il margine di miglioramento. Si sono scambiati molte opinioni in un confronto reso molto sentito e pieno di valore da Fausta Slanzi. Lei ha ripercorso insieme a loro i crismi di certa montagna, vissuta in prima persona. Con questo passo, con questa forza d'intenti e condivisione, i gestori dei Rifugi del Trentino saranno certamente capaci di cogliere e valorizzare ogni elemento della loro identità odierna come futura.

ANGELO IELICI NOMINATO PRESIDENTE DEL COORDINAMENTO NAZIONALE RIFUGI



Angelo Ielici, storico gestore del rifugio fassano *La Rezila*, è il nuovo presidente del Coordinamento nazionale rifugi, l'organismo formato dai presidenti delle otto associazioni regionali (Alto Adige, Trentino, Friuli V.G., Lombardia, Piemonte, Val d'Aosta, AGRA - Lazio/Abruzzo e Apuane/Appennino). La sede del Coordinamento è a Trento e la segreteria tecnica e la tesoreria continuano ad essere gestiti dall'Associazione Gestori Rifugi del Trentino nella persona di **Davide Cardella**.

La nomina di Ielici è un segno di attenzione al lavoro fatto in questi anni dall'associazione del Trentino, che ha saputo portare a livello nazionale le istanze del mondo delle *terre alte*; ma è anche un riconoscimento alla figura di Angelo e del suo impegno in prima persona. Auguriamo a lui ed a tutto il nuovo direttivo un buon proficuo lavoro.

Pronti all'impresa

La rivoluzione digitale rappresenta uno dei fenomeni più importanti del mondo di oggi. Le imprese e la Pubblica Amministrazione sono chiamate ad affrontare questa sfida innovando i processi operativi e le modalità di relazione.

Nascono a tal fine i **Punti Impresa Digitale (PID)**, una rete di strutture localizzate presso le Camere di Commercio italiane e dedicate alla

diffusione della cultura e della pratica digitale nelle micro, piccole e medie imprese di tutti i settori economici.

Il PID attivo presso la Camera di Commercio di Trento offre **assistenza** e **supporto** in ambiti strategici per la competitività aziendale mettendo a disposizione professionalità e contributi finalizzati allo sviluppo del sistema imprenditoriale.

Presso il PID della Camera di Commercio di Trento le imprese potranno trovare informazioni e assistenza in merito a:

► Firma digitale e Carta Nazionale dei Servizi (CNS)

► Sistema pubblico di identità digitale (SPID)

► Fattura elettronica

» Mercati elettronici

» Cassetto digitale dell'imprenditore

» Marchi e brevetti

» Alternanza scuola-lavoro

FEDERALBERGHI


68^a ASSEMBLEA NAZIONALE
Porto Cervo 4 - 6 maggio 2018

⌚ 6' e 10"

Bocca: "Siamo impegnati a sostenere un comparto che fa bene al futuro dell'Italia"

"Siamo in un luogo splendido che è l'immagine della vocazione turistica del nostro Paese. Sullo scenario internazionale, l'Italia continua ad essere percepita come il paese delle meraviglie, un luogo magico dove il viaggiatore sa che tutto diventa possibile" queste le parole del presidente di Federalberghi, **Bernabò Bocca**, in occasione dell'apertura dei lavori della 68^a Assemblea della Federalberghi, svoltasi a Porto Cervo in Costa Smeralda.

"Ma siamo anche certi che il criterio della raggiungibilità è ciò che guida verso lo sviluppo qualsiasi paese a vocazione turistica. Sono le infrastrutture adeguate a consentire la fruibilità delle destinazioni più richieste.

È un tema importante per la crescita del comparto che ha un valore sostanziale anche per le strutture ricettive, che del settore sono l'asse portante".

Un incontro molto atteso quello della Sardegna, che ha visto la partecipazione di un pubblico di oltre 400 persone tra albergatori, operatori del comparto, imprenditori provenienti da tutta Italia.

Dopo i saluti istituzionali, Bocca ha toccato i temi caldi di un settore che, pur rappresentando una delle più importanti categorie economiche per il nostro paese, da troppi anni è stato il fanalino di coda rispetto alle priorità delle agende di governo.

In Sardegna nel segno del turismo: a Porto Cervo la 68^a Assemblea Federalberghi

"Non è possibile attendere anni che una legge dello stato - come quella sui *condhotel* - riceva un regolamento attuativo" ha detto Bocca, riferendosi ad uno degli obiettivi raggiunti dalla Federazione nel corso di quest'ultimo anno, ovvero la possibilità di trasformare parte della superficie dell'hotel in abitazioni da destinare ai privati per uso residenziale.

Sotto la regia del giornalista di *La7* **Andrea Pancani**, si è poi svolta la tavola rotonda *Il turismo che fa bene al futuro - Competitività e sviluppo nel potenziale del brand Italia*.

Oltre a Bocca, hanno partecipato **Rodrigo Cipriani Foresio**, *Managing Director* per il Sud Europa di *Alibaba Group*, il Direttore dell'Ansa, **Luigi Contu** e il Direttore di Sette - Corriere della Sera, **Beppe Severgnini**.

"Il turismo è uno dei punti di forza dell'Italia - ha dichiarato Cipriani Foresio - noi vogliamo che sempre più viaggiatori cinesi possano godere appieno delle nostre ricchezze.

Per questo abbiamo firmato un protocollo d'intesa con ENIT promuovendo il nostro paese su *Fliggy*, piattaforma di viaggi *online* del sistema di Alibaba, che dà accesso agli oltre 500 milioni di consumatori attivi sulle piattaforme del gruppo, e propone oltre 2 milioni di prodotti, tra biglietti aerei, hotel e pacchetti turistici da più di 100.000 partner. Il nostro obiettivo - ha aggiunto Cipriani Foresio - è che questo numero aumenti, per andare incontro ai milioni di turisti cinesi che ogni anno scelgono come meta l'Italia.

Inoltre, grazie ad *Alipay*, sistema di pagamento di Alibaba, i turisti cinesi potranno facilmente fare *shopping* nel nostro

paese dando ulteriore impulso ai prodotti *made in Italy* e, soprattutto, pagare hotel e ristoranti”.

“Gusto, gentilezza, generosità, genialità: sono le qualità che rendono attraente l'Italia agli occhi del mondo - ha affermato Beppe Severgnini - ma i turisti e i viaggiatori stranieri si aspettano anche una quinta G dall'ospitalità italiana: garanzia.

La garanzia di un buon servizio, di una qualità adeguata, di pagare il giusto prezzo.



Beppe Severgnini

Il presidente di Federalberghi Bocca (a ds) ed il direttore generale Nucara

Se sapremo dargliela, l'Italia diventerà turisticamente imbattibile”. “Siamo di fronte ad un mondo che cambia - ha osservato poi il presidente Bocca - la politica non può restare immobile. Nei prossimi 15/20 anni viaggeranno intorno al globo circa 2 miliardi di persone.

La crescita sostenuta del turismo genera immense opportunità per il benessere economico e lo sviluppo di vaste aree del nostro pianeta. Non possiamo perdere il treno della ripresa.

E chiediamo anche al nuovo Governo di dare regole certe a questo settore - ha aggiunto Bocca riferendosi al fenomeno della *sharing economy* - per evitare questo *far west* nel quale è possibile operare senza rispettare alcuna regola, né amministrativa, né tributaria, né di igiene, né di tutela del lavoro”. “Perfino l'incolumità pubblica è costretta a cedere il passo, poiché nessuno sa di preciso chi soggiorni negli appartamenti, nei bed-and-breakfast, nelle mille for-

me di alloggio abusivo che ormai dilagano nelle nostre città. Le amministrazioni che si oppongono a questa deriva si contano sulle dita di una mano.

Tutti gli altri sono occupati a calcolare i benefici che possono venire alle casse comunali dagli accordi con i grandi portali delle locazioni turistiche brevi. Un obolo di pochi euro a fronte del quale si accetta un'evasione milionaria e il sovvertimento di ogni regola di mercato”.

“Siamo abituati a tenere duro: e continuiamo ad essere certi - ha concluso Bocca - che il turismo possa dare risposte all'Italia. Sono convinto che, ancora una volta, affronteremo insieme tutte le nuove imprese”.

GAT updating, continua la formazione

Programmata a Riva del Garda un'iniziativa incentrata sul tema del *team building*.

🕒 2' e 50"

👤 Francesca Maffei



Dario Carloni

I lavori si apriranno intorno alle ore 11.00 presso l'Hotel Du Lac et Du Parc, con un benvenuto del direttore generale e una *site inspection* della struttura nei vari reparti, per poi replicare la formula al vicino Lido Palace - il 5 stelle membro dei Leading Hotels of the World. A seguire il meeting entrerà nel vivo con il corso di formazione tenuto da **Dario Carloni**, psicologo e psicoterapeuta oltre che docente e formatore, che i giovani albergatori hanno già conosciuto lo scorso settembre in occasione del seminario "Dal no al sì: gestire le obiezioni".

Il tema di questa edizione sarà invece "Leadership familiare: tecniche e strategie di successo", e avrà come obiettivo prioritario quello di sviluppare l'affinità di gruppo, sia interno al gruppo GAT sia verso l'esterno, grazie a una serie di attività nell'alveo del management d'impresa. Verrà stimolata la capacità di selezionare, motivare e gui-

dare i propri collaboratori nel raggiungimento dei target aziendali favorendo, tra il resto, un aumento delle capacità percettive e di lettura della comunicazione non verbale e para-verbale, per riuscire a sintonizzarsi anche sulle persone a se stessi meno affini.

A tal fine si affronteranno 5 step: auto-motivarsi finalizzando l'impegno ai risultati, perseguire l'*empowerment* di chi riveste ruoli di responsabilità, ispirare tutti i collaboratori, apprendere le *skills* necessarie per un'ottimale gestione del personale e, infine, sviluppare un senso di appartenenza aziendale così forte da diventare leader esemplari. Gli stili di comportamento adottati dall'albergatore e dai suoi famigliari hanno infatti degli effetti sui dipendenti, ed è quindi opportuno saperli riconoscere cercando di adottare la condotta idonea e funzionale alle situazioni contingenti. I partecipanti, per parte loro, dovranno analizzare e valutare le reazioni altrui e manifestare la loro disponibilità nel rapportarsi con altri soggetti.

Il pomeriggio di studio, intervallato da coffee-break, terminerà per le ore 20.00 con un *cocktail party*; il costo riservato ai GAT sarà di € 45,00 mentre quello per i non associati di € 65,00. Ciò che dovrà scaturire dall'evento, nelle intenzioni degli organizzatori, sarà un miglioramento significativo delle relazioni interpersonali fra datori di lavoro e lavoratori, con benefici tangibili sulla produttività e sul clima alberghiero nella sua totalità.

Offerta valida fino al 31/05/2018 solo per vetture in stock, su Transit Custom Van E6 250L1H1 TDCI 105CV Entry con Radio e clima a € 15.200,00 (IPT, messa su strada e IVA esclusa) a fronte di rottamazione o permuta di un veicolo immatricolato prima del 31/12/2012, grazie al contributo del Ford Partner. Esempio di Leasing Ford Credit comprensivo del servizio facoltativo Ford Protect 7 anni/140.000 Km: prezzo di vendita € 15.855,74 (IPT, messa su strada e IVA esclusa). Primo Canone anticipato € 542,44 (comprensivo di prima quota leasing € 242,44 e spese gestione pratica € 300), 47 quote da € 242,44 (IVA e spese incasso € 4,00 escluse); opzione finale di riscatto ad € 7.619,67. Importo totale del credito di € 17.134,62, comprensivo dei servizi facoltativi Guida Protetta, Assicurazione vita e invalidità. Totale da rimborsare € 19.760,79. Imposta di bollo in misura di legge all'interno della prima quota mensile. TAN 4,95%, TAEG 5,98%. Salvo approvazione FCE Bank plc. Per informazioni sulle condizioni generali del finanziamento fare riferimento alla Brochure Informativa disponibile sul sito www.Fordcredit.it. Prezzo raccomandato da Ford Italia S.p.A. I veicoli in foto possono contenere accessori a pagamento. Ford Transit Custom: consumi da 6,0 a 7,6 litri/100km (ciclo misto); emissioni CO2 da 156 a 197 g/km.

FORD TRANSIT DAYS



TRANSIT CUSTOM
CON CLIMA E RADIO BLUETOOTH

€ 15.200 IVA ESCLUSA



ford.it

MARGONI

WWW.MARGONIAUTO.COM

VENDITA ASSISTENZA CARROZZERIA

TRENTO

Via Bolzano, 61
T. 0461 957311

ARCO

Via S.ta Caterina, 53
T. 0464 520069

VOLANO

Via Panizza, 51
Tel. 0464 432277

Hotel hiring strategies

24

Hard times in hiring human resources, both in terms of numbers and quality, occur not only in Italy since worldwide. Small consolation. Finding hospitality workers is getting tougher, and all hotel departments are affected. HR managers seem to agree at least on one point: because talented seekers look for interesting places, brand reputation becomes paramount not only with guests but more and more often with potential employees.

Hotels invest a lot in marketing communication and advertisement in order to attract new clients, but what about team members? Chains and city hotels are pretty used to deal with job search websites, but small family-run businesses usually not. Nevertheless, nowadays applications mainly occur online, and your job vacancy listings have to appear there where they are looked for. In this perspective, technology helps in achieving new frontiers in SEO campaigning.

Here there are some strategies for an effective, and continuous, recruitment, especially for mountain seasonal enterprises where turnover is dramatic. Headhunting takes every occasion as valid, even holidays or unusual contexts, to get new workers' contacts. Of course, this without being accused of stealing staff from fellow hoteliers, but just proposing unheard of opportunities. Participating in trade fairs of diversified business fields is another way, which can lead to the attraction of new entries that, after a period of intensive training, can become useful resources. Moreover, following a prescheduled structure in job interviews eases the HR managers', or the property's, task since in the vast majority of the local cases the hotelier himself carries out interviews. Recruiting procedures can be very time-consuming but cannot be time-wasting.



🕒 3' e 40"

👤 Francesca Maffei

First of all, interviewees should be professionals already employed elsewhere who are determined to plan their future career. No emergency, to sum up, from neither side. Secondly, the talk should last 40 minutes, no more no less, trying to find out from 10 to 15 attributes belonging to the candidate. In addition, a hiring written guide significantly reduces subjectivity, the influence of the 'gut feeling' and the impact of the first impression. The guide, at its best, should include 3 different roles: the HR manager – or the person in charge of it on a specific occasion –, the hotelier and a designated staff member. Indeed, a good idea are peer-to-peer interviews, which means involving peers to interact with the candidate or even letting them guide the meeting instead of just witnessing as a spectator. Of course, adequate practice is needed, for instance in the art of giving numbers: facts and figures make everyone understand the performance required and focus on the goal.

'The people business', how tourism is usually called, refers to guests as well as to hospitality workers, equally. And hotel hiring strategies go in this direction.



TRENTO

- CAFFETTERIA BASE E LATTE ART ore 12
- INGLESE INTERMEDIO ore 36
- INGLESE AVANZATO ore 36
- CONOSCERE I PRODOTTI TARENTINI CON ITINERARI GASTRONOMICI ore 20
- DAL DIALOGO ALLA COMUNICAZIONE ore 16
- DAL DOLCE AL SALATO (monoporzioni dolci, macarons, sfiziosi salati) ore 56
- IL BRUNCH DALLA COLAZIONE AL PRANZO ore 24



LEVICO TERME

- LE DECORAZIONI DOLCI ore 10
- MONOPORZIONI DOLCI MODERNE ore 15



CLES

- VINO BIRRA E DISTILLATI ore 24
- PROFESSIONE PASTICCERE (2 PARTE) ore 42

ROVERETO



- DAL LAVORO DI GRUPPO AL GRUPPO DI LAVORO ore 16
- IL CAFFE' ore 16
- SEMIFREDDI E IL GELATO CALDO ore 15
- LA CUCINA MEDITERRANEA ore 32
- ALLA SCOPERTA DEI DOLCI DEL TRENTINO ore 14
- TRENTINO GOURMET ore 24
- DOLCI DA VIAGGIO ore 14
- VINO BIRRA E DISTILLATI ore 24
- I GRANDI LIEVITATI ore 21

TERZOLAS

- PRIMI PIATTI A BASE DI PASTA FRESCA ore 24
- I SECONDI PIATTI ore 16



CAGNÒ

- GELATI E SORBETTI ore 15



Iscriviti ai corsi Ebtb la partecipazione è gratuita



OSSANA

- L'EVOLUZIONE DELLA CUCINA TARENTINA ore 25

ANDALO

- ACCOGLIERE NOI STESSI PER ACCOGLIERE GLI ALTRI ore 24
- I FORMAGGI TARENTINI ore 24
- TRENTINO NEL PIATTO ore 24



CALLIANO

- LA PIZZA: Patrimonio dell'Unesco ore 50



PIETRAMURATA

- CONOSCENZA DELLA PIZZA E DEI LIEVITI ore 50

ARCO

- PRIMI PIATTI A BASE DI PASTA FRESCA ore 32
- ACCOGLIERE NOI STESSI PER ACCOGLIERE GLI ALTRI ore 16
- SUA MAESTA' L'OLIO D'OLIVA ore 8
- CUCINE DEL MONDO ore 16
- BISCOTTERIA DA THE ore 14
- INSALATE E VERDURE GUSTOSE ore 24
- TEDESCO INTERMEDIO ore 36



F.a.d. FORMAZIONE ON LINE

- SPAGNOLO
- FRANCESE

VIGO DI FASSA

- CAPIRE I BISOGNI PER SODDISFARE LE RICHIESTE ore 16
- IL CIOCCOLATO DALLA A ALLA Z ore 21
- COTTURA DELLE CARNI ore 12



RIVA DEL GARDA

- BARMAN ore 32
- STUZZICHINI, FINGER FOOD DOLCI E SALATI ore 20
- PASTICCERIA MIGNON: IL CIOCCOLATO ore 20



LA FORMAZIONE DI CAT TURISMO

Il calendario di giugno dei corsi obbligatori



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 BASE PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (16 ore)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
11/06/2018 12/06/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

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

Ricordiamo che nel caso in cui il corso base è stato effettuato prima del 2013 è necessario frequentarlo nuovamente poiché è stato modificato il Decreto di riferimento.

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 dall'anno 1997 fino all'anno 2006 è consigliabile che effettui il corso di aggiornamento il prima possibile.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
11/06/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

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

SICUREZZA LAVORATORI/LAVORATRICI

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

- **FORMAZIONE BASE:** concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro: 4 ore – CREDITO PERMANENTE;
- **FORMAZIONE SPECIFICA:** in funzione dei rischi riferiti alle mansioni e ai possibili danni e alle conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda (rif. codici ATECO)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
14/06/2018 15/06/2018	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
18/06/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
21/06/2018 22/06/2018	14.00-18.00	VAL DI FEMME
05/07/2018 06/07/2018	14.00-18.00	VAL DI FASSA
16/07/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
24/07/2018 25/07/2018	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
30/07/2018 31/07/2018	14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

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 AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
14/06/2018 15/06/2018	14.00-18.00 14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
18/06/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
21/06/2018 22/06/2018	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FEMME
05/07/2018 06/07/2018	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
16/07/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
24/07/2018 25/07/2018	14.00-18.00 14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
30/07/2018 31/07/2018	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA

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

ANTINCENDIO

DESTINATARI: Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze

CORSO 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.

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
04/06/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
04/06/2018 05/06/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

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

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;

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 BASSO (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
04/06/2018	09.00-13.00	TRENTO

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

PRIMO SOCCORSO

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

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze, gli interventi di pronto soccorso che permettano sia la corretta gestione

di un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato.

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
07/06/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
08/06/2018	09.00-13.00	

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

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
07/06/2018	14.00-18.00	TRENTO

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

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

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

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

Etica del turismo

Responsabilità, sostenibilità, equità

di Corrado Del Bò

Il testo affronta una serie di casi concreti alla luce di un approccio etico. Dove l'etica, che non si identifica tout court con il diritto e le relative sanzioni, riguarda il come dobbiamo agire, ciò che va fatto perché giusto e ciò che non va fatto perché sbagliato, offrendo nel contempo delle giustificazioni ai criteri per possibili scelte alternative di comportamento. Ad esempio, come permettere la fruizione di un bene indivisibile scarso, salvaguardando nel contempo la soddisfazione del fruitore? Usando la leva prezzo, che introduce una discriminante di censo, e quindi una misura eticamente iniqua? ricorrendo agli accessi contingentati (però evitando di risolverlo con le code, che discriminano chi non ha disponibilità di tempo)? o con un sistema di sorteggi?

Come essere consapevoli che la ricerca spasmodica da parte del turista dell'esotico, del radicalmente "altro", di un presunto autentico immutabile e senza tempo induce molto spesso una rappresentazione teatrale, con i locali ridotti ad un ruolo di comparse in una sorta di "effetto zoo"? Come evitare comportamenti di tipo voyeuristico frequentemente riscontrabili in luoghi teatro di recenti eventi luttuosi (si pensi ai "pellegrinaggi" a Cogne sul luogo del delitto del piccolo Samuele, o ad Avetrana dopo l'omicidio di Sarah Scazzi), dove il diletto, molla di qualsiasi forma di turismo, sembra voglia nutrirsi del macabro, venendo meno ad "un divieto di dispatia verso le sofferenze altrui"?

Fino a dove può spingersi un approccio di totale relativismo che tutto giustifica (si pensi all'infibulazione o a pratiche più simili a forme di tortura), rinunciando a priori a considerare comunque condannabili dei comportamenti umani?

Una serie di domande che non sempre trovano nel testo (e prima ancora sul piano etico) risposte convincenti ed esauritive, e che invitano ad ulteriori approfondimenti.

È possibile una sovrapposizione concettuale tra turismo responsabile e turismo etico: è turista responsabile chi agisce in maniera eticamente corretta, con un comportamento che rispecchia i principi del *Codice mondiale di etica del turismo* (1999), la carta di riferimento imprescindibile, nei suoi dieci articoli, chiamati "principi": turismo come attività cooperati-



Carocci editore, 2017 pp. 144, € 15,00

4' e 55"

Gianfranco Betta

va che impone rispetto delle popolazioni locali; sviluppo turistico in armonia con la salvaguardia dell'ambiente; obblighi degli attori turistici di un'informazione corretta; turismo come diritto per tutti, compresa la tutela per la libertà di spostamento; garanzia dei diritti fondamentali per imprese e lavoratori... In sintesi, per usare le parole di **Hans Jonas** tratte dal suo testo fondamentale *Il principio responsabilità*, "Agisci in modo tale che gli effetti della tua azione siano compatibili con la continuazione di una vita autenticamente umana".



Lo scrittore Corrado Del Bò

UN'AUTENTICA INNOVAZIONE

Le innovative lavatrici Miele Professional PERFORMANCE e PERFORMANCE PLUS da 10 a 20 kg di carico definiscono standard impareggiabili. Pulizia eccezionale.

- **Cesto a nido d'ape 2.0:** Lavaggio e cura ottimali della biancheria grazie al cesto a nido d'ape 2.0 brevettato con nuova disposizione delle centine.
- **OneFingerTouch:** Elevato comfort d'uso grazie alla chiusura e apertura automatica dello sportello. Agevoli operazioni di carico e scarico grazie alla grande apertura dello sportello.
- **Vasca di lavaggio innovativa:** Ridotto consumo di risorse grazie alla nuova struttura della vasca di lavaggio, -20% di acqua e -30% di energia.
- **EcoSpeed:** Risultati di lavaggio perfetti in tempi brevissimi con la massima efficienza energetica.

Miele Professional. Immer Besser.



Il turismo trentino lancia la campagna "Quattro stagioni"

Da molti è stata definita una vera e propria rivoluzione per il turismo trentino e in effetti gli elementi ci sono tutti: grazie a una nuova iniziativa di Trentino Marketing, realizzata in collaborazione con operatori, le Apt di ambito e i Consorzi turistici, si punterà a valorizzare e promuovere tutte le quattro stagioni dell'anno, con l'obiettivo d'incrementare i tassi di occupazione alberghiera grazie ad offerte fuori dai canonici periodi di maggiore concentrazione, puntando su formule di soggiorno short break o weekend.

Gli esperimenti condotti lo scorso anno, hanno dimostrato, infatti, come esistano spazi di crescita importanti anche durante la primavera e l'autunno, proponendo attività a contatto con la natura e con le tradizioni del nostro territorio. Si è partiti con un'importante campagna di comunicazione a primavera, a cui seguiranno quelle per l'estate, l'autunno e l'inverno. Abbiamo chiesto a Paola Pancher, responsabile Area PR, Media e ADV di Trentino Marketing, di spiegarci le novità principali dell'iniziativa.

«Per la prima volta Trentino Marketing, insieme ai partner territoriali e in coerenza con il condiviso piano strategico dei contenuti - spiega Paola Pancher - ha predisposto un piano di comunicazione

Un'idea: meglio il verde sui sentieri che il bianco della neve. Un'iniziativa: nel territorio trentino una gamma di offerte che punta a valorizzare le bellezze della natura e del territorio. Una novità: nel territorio trentino una gamma di offerte che punta a valorizzare le bellezze della natura e del territorio. Una novità: nel territorio trentino una gamma di offerte che punta a valorizzare le bellezze della natura e del territorio.



Le suggestioni della primavera e dell'estate al centro di una intensa campagna di comunicazione che sarà declinata sulle quattro stagioni

e promozione per tutte le quattro stagioni dell'anno, nell'ottica di dare pari dignità a ognuna di esse. In particolare le stagioni della primavera e dell'autunno presentano interessanti opportunità di crescita per i territori di fondovalle e di mezza montagna, a partire dai dati relativi al riempimento delle strutture ricettive che offrono grandi margini di manovra».

■ A chi si rivolge l'iniziativa?

«Le offerte sono rivolte in particolare a coloro che amano fare attività sportiva, a bassa quota, che apprezzano le fioriture e il patrimonio ambientale, che sono interessati alle iniziative culturali, come musei, festival, ma anche alla cultura del territorio. In questo senso un esempio di prodotto di grande successo è il "Trentino dei castelli: cultura in Val di Non", che si svolge nel periodo appunto della fioritura».

■ Vi rivolgete soprattutto al target giovani?

«In verità, il target giovane e metropolitano è sempre un riferimento per la nostra promozione. Nel caso della primavera la comunicazione, in parti-



Alcune immagini tratte dalla nuova promozione di Trentino Marketing

colare off line, è stata rivolta ai potenziali turisti nell'arco di 400 km che possono raggiungere facilmente e velocemente il Trentino per vacanze tendenzialmente brevi, dal centro-nord Italia, dalla Germania, dall'Austria, dalla Svizzera».

■ Attraverso quali strumenti di comunicazione raggiungerete gli obiettivi?

«Abbiamo previsto una serie di campagne di comunicazione *ad hoc*, internazionali, multicanali e con una forte integrazione tra i diversi strumenti, online e offline che puntano a promuovere le tante esperienze possibili nei territori. L'obiettivo è naturalmente di massimizzare il risultato economico di imprese, professionisti e addetti del settore turistico, facendo conoscere le nuove opportunità e proposte create per vivere ogni singola stagione a ospiti italiani e internazionali».

■ Che programmazione avete previsto per la campagna dedicata alla primavera e all'estate?

«Per la campagna off-line di primavera sono state programmate 25 uscite su importanti quotidiani e periodici del Nord Italia, Germania ed Austria che raggiungono una diffusione complessiva di oltre 25 milioni di copie. Per lanciare l'estate sono

previste 33 uscite sull'Italia con 15 testate coinvolte e 13 uscite all'estero. Per la campagna radio sono stati coinvolti le emittenti Radio RAI e Radio Italia, mentre per la campagna TV, con 1200 spot e 80 vignettes, Sky, Eurosport, TV Nova, Polsat e TV Emme, un gruppo di emittenti della Repubblica Ceca e della Polonia, oltre alla svizzera SRF per complessivi 70 milioni di contatti stimati».

■ E per la campagna digital?

«Per il digital sono stati individuati alcuni macro trend tradotti in altrettanti temi, ovvero motivi e occasioni di vacanza. Per ogni trend sono stati individuati una serie di prodotti che ogni territorio ha fatto propri, costruendo una serie di proposte commerciali o di esperienze specifiche sul territorio. Sono stati coinvolti i network Repubblica.it e Italiaonline.it, mentre sulla Germania Huffingtonpost.de e Stern.de. Sul sito visittrentino.info alla primavera sono state dedicate 9 Landing page con 60 articoli sulle attività nella natura, sportive soft, come passeggiate e pedalate, itinerari enogastronomici, iniziative proposte dai Parchi e dalla Rete delle Riserve. Queste stesse tematiche sono state declinate sulle principali piattaforme social, Facebook, Instagram, Google e Youtube per i mercati di Italia, Germania Austria, Svizzera, Olanda, Belgio, Paesi scandinavi, Inghilterra, Francia, Polonia e Repubblica Ceca».

Oltre a queste campagne l'ufficio PR&Media ha pianificato una serie di attività stampa in Italia e all'estero (Germania, Polonia, Repubblica Ceca e Inghilterra), oltre a numerosi viaggi stampa, individuali e di gruppo, incentrati sui principali temi della vacanza in primavera e in estate. Il Trentino sarà, inoltre protagonista di alcune trasmissioni televisive sulle reti RAI e Mediaset - Linea Bianca estate, Sereno Variabile, Master of Photography (Sky) - oltre ad alcune trasmissioni di emittenti televisive in Germania, Repubblica Ceca e Polonia.



Studio Giovanelli S.r.l.

Andrea Giovanelli, titolare di Studio, laurea in finanza all'Università Bocconi di Milano. Master annuale in Direzione aziendale presso Cescom-Bocconi.

Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa.

Per oltre dieci anni esperto della Provincia di Trento in comitati tecnici per incentivi. Supera l'esame Consob per l'Albo dei promotori finanziari.

AREA CONSULENZIALE **F2** **“Contributi a fondo perduto e incentivi”**

Siamo specializzati nella ricerca e nella fruizione di contributi ed incentivi, risorse finanziarie effettivamente fruibili da imprese o soggetti che intendono operare nuovi investimenti o anche avviare delle start up.

Supportiamo il Cliente a 360 gradi, dalla analisi iniziale con verifica di fattibilità, esame dei contributi fruibili in rapporto all'investimento prospettato, inoltro delle domande di contributo (spesso Bandi, relativamente articolati) e, in via continuativa, fino alla materiale liquidazione del contributo concesso.

Operiamo ai diversi livelli: Provincia, Regioni, Stato, Unione Europea.

Il compenso dovutoci è essenzialmente “a risultato”, ad ottenimento del provvedimento di concessione del contributo, a tutela del Cliente e quale stimolo a ricercare il miglior risultato possibile per Cliente e Consulente.

Collaboriamo con importanti studi, anche per la costituzione di start up innovative, che consentono di cumulare benefici fiscali, finanziari ed agevolazioni e contributi.

Collaboriamo con una società autorizzata da Consob per l'equity crowdfunding, attività in forte crescita, che prevede strumenti partecipativi al capitale di rischio della start up innovativa. L'investimento di persone fisiche e società si lega a importanti recuperi di imposta, oltre alla possibilità di investire in realtà con un forte potenziale di crescita.

Per informazioni: 0461 390136 o consulenza@studiogiovanelli.com

Studio Giovanelli S.r.l.

Via Gardini 33 | 38121 Trento | I

tel. 0461 390136

info@studiogiovanelli.com

consulenza@studiogiovanelli.com

Variazione unilaterale dei tassi di interesse nei mutui

Molte volte sono illegittime

Questo articolo intende analizzare la discussa questione del c.d. *ius variandi* nei rapporti bancari, ossia del diritto riservato alle banche di modificare unilateralmente le condizioni economiche dei contratti stipulati con i propri clienti, anche in senso sfavorevole a questi ultimi; in particolare, nei contratti di mutuo, come sovente è accaduto soprattutto nei primi mesi del 2009, cioè quando gli effetti della crisi economico-finanziaria si sono fatti sentire anche sui bilanci delle banche.

Trattasi di una deroga rilevante ai principi generali previsti dal Codice Civile in materia contrattuale secondo cui *“il contratto ha forza di legge fra le parti”* e non può essere né sciolto né modificato che per mutuo consenso (art. 1372, co. 1, cod. civ.); al contrario, l'art. 118, comma 1, del Testo Unico Bancario (di seguito T.U.B.) - che ha subito nel tempo varie modifiche - prevede oggi la facoltà unilaterale per le banche (parte “forte”), di imporre, all'altra (parte debole), delle modifiche ai contratti bancari, ad esempio, permettendo la modifica delle condizioni che regolano il rapporto di conto corrente; esso, infatti, così recita: *“Nei contratti a tempo indeterminato può essere convenuta, con clausola approvata specificatamente dal cliente, la facoltà di modificare unilateralmente i tassi, i prezzi e le altre condizioni previste nel contratto qualora sussista un giustificato motivo. Negli altri contratti di durata la facoltà di modifica unilaterale può essere convenuta esclusivamente per le clausole non aventi ad oggetto i tassi di interesse, sempre che sussista un giustificato motivo”*.

Solo nel 2011, in virtù della legge n. 106/2011, è stato introdotto il comma 2 bis all'art. 118 T.U.B con cui



⌚ 4' e 55"

✍️ Avv. Giovanni Dies

è stata prevista la possibilità, per le banche, di modificare unilateralmente, ma solo per le medio-grandi imprese e a certe rigorose condizioni, anche i tassi di interesse dei mutui.

In questi anni gli istituti di credito hanno molto spesso comunicato ai propri clienti una modifica unilaterale dei tassi di interessi dei mutui, in senso sfavorevole ai clienti, invocando genericamente proprio l'art 118 T.U.B.; ma si è trattato di legittime comunicazioni?

Invero, proprio al fine di evitare arbitrii ed abusi da parte degli istituti di credito, il legislatore ha introdotto dei limiti all'esercizio di tale diritto, la cui violazione determina l'inefficacia delle modifiche apportate unilateralmente dalla banca; premessa la complessità della materia, tali requisiti possono essere sinteticamente riassunti come di seguito.

a) Clausola specificamente approvata dal cliente

L'art. 118 T.U.B. prescrive che lo *ius variandi* (ossia la possibilità di modifica unilaterale del contratto da parte della banca), per essere ritenuto legittimo, debba essere previsto da una specifica clausola del contratto originario; questa è la condizione che in molti casi, soprattutto in passato, è risultata assente rendendo la modificazione, in senso sfavorevole ai clienti, illegittima. La clausola deve anche essere stata

specificatamente approvata e sottoscritta da parte del cliente ex art. 1341 cod. civ..

b) "Giustificato motivo"

Anche nel caso in cui la clausola sia stata validamente inserita ed approvata nell'originario contratto, la possibilità di modificare unilateralmente le condizioni del contratto

potrà legittimamente avvenire solo qualora ricorra la clausola sia stata inserita ed approvata nell'originario contratto un "giustificato motivo"; nei contratti di mutuo solo qualora nel contratto siano stati predeterminati gli "specifici eventi e condizioni" tali da giustificare la modifica unilaterale dei tassi.

In dottrina e giurisprudenza non vi è una visione unitaria su cosa debba intendersi con tale locuzione, nonostante sul punto sia intervenuto il Ministero dello sviluppo economico



I contratti bancari sono molto complessi, attenzione alle numerose clausole

stabilendo che, con l'espressione "giustificato motivo", si devono intendere quegli "eventi di comprovabile effetto sul rapporto bancario", che possono sia afferire alla sfera personale del cliente (ad esempio, il mutamento del grado di affidabilità dello stesso), sia consistere in variazioni di condizioni economiche generali del mercato (ad esempio, inflazione, ecc.).

Ciò che rileva, in ogni caso, è che il cliente deve essere informato in maniera precisa e completa della natura e specie del "giustificato motivo" posto alla base della pretesa modifica unilaterale del contratto da parte della banca, in modo da poter verificarne se l'esercizio dello *ius variandi* sia legittimo o meno.

A tal riguardo è interessante notare che, nella prassi, non sono state ritenute supportate da "giustificato motivo" le modifiche contrattuali che erano state genericamente fondate su:

- l' "andamento del mercato dei tassi" (Collegio di Roma, dec. n. 2202/2013; Collegio di Roma, dec. n. 1837/2011);
- gli "effetti prodotti dall'attuale crisi economica e finanziaria" (Collegio di Milano dec. 2419/2011; Collegio di Milano, dec. n. 5972/2014);
- il "peggioramento del contesto economico globale avvenuto negli ultimi mesi nonché della forte riduzione della forbice dei tassi, a seguito di una riduzione del costo della raccolta non proporzionale a quanto avvenuto per i prestiti concessi, che ha determinato la perdita di sostenibilità economica della operazione di finanziamento" (Collegio di Milano, dec. n. 798/2010)

- la “*variazione delle condizioni di mercato*” (Collegio di Milano, dec. n. 2434/2014);
- il “*peggioramento delle condizioni generali di mercato con conseguente incremento dei costi sostenuti dalla banca per la messa a disposizione dei fondi utilizzati a fronte di finanziamenti concessi*” (Collegio di Milano, dec. n. 1719/2014).



Il ricorso ai mutui è spesso un'esigenza per le imprese

c) **Obbligo di informazione del cliente**

La modifica unilaterale delle condizioni contrattuali deve essere sempre comunicata al cliente con preavviso minimo di due mesi mediante invio di una “*proposta di modifica unilaterale del contratto*” in forma scritta o su altro supporto durevole preventivamente accettato.

A fronte di una comunicazione legittima, la modifica si intende approvata se il cliente non recede dal contratto, senza spese, entro la data ivi indicata (art. 118 co. 2, III° periodo T.U.B.).

Il cliente che riceve dalla banca una proposta di modifica unilaterale si trova, dunque, a scegliere fra due diverse opzioni: la prima è quella di accettare espressamente o implicitamente la variazione, la seconda è quella di recedere dal contratto senza

spese (“opposizione alla modifica”).

In termini riassuntivi si può, quindi, concludere affermando che lo *ius variandi* da parte delle banche:

- è più ampio, e può riguardare anche i tassi di interesse, nei contratti bancari a tempo indeterminato, come ad esempio nel contratto di conto corrente, purché sia previsto in specifica clausola contrattuale, si sia in presenza di un “giustificato motivo” e sia stato preventivamente comunicato al cliente;
- è più limitato e **non** può avere ad oggetto i tassi di interesse nei contratti a tempo determinato (o di durata), come ad esempio, nei contratti di mutuo: unica eccezione a questa regola è costituita dal comma 2-bis dell'art. 118 TUB che dispone che la modifica unilaterale delle condizioni contrattuali dei contratti di mutuo può avere ad oggetto anche i tassi di interesse purché ricorrano le condizioni di cui sopra e sempre che siano relativi ai soli contratti stipulati con i professionisti o con le imprese medio-grandi. Si segnala che molti dei nostri alberghi non rientrano in tale classificazione.

■ **Attenzione quindi!**

Se la Vostra banca vi invia o vi ha già inviato negli anni scorsi, in relazione ad un contratto di mutuo, una “*proposta di modifica unilaterale del contratto*”, non date per scontato di essere tenuti ad accettare la modificazione alle condizioni contrattuali come indicato dall'istituto di credito ma attivatevi, quanto prima, per verificare l'effettiva sussistenza di tutte i presupposti di cui all'art. 118 T.U.B..

Infatti, si sono già verificati alcuni casi in cui la banca abbia comunicato la variazione dei tassi, ad esempio, di contratti di mutuo, introducendo ad esempio il c.d. *tasso floor* (tasso pavimento) a sfavore del cliente, facendo un generico richiamo all'art 118 T.U.B ma senza che ricorressero le condizioni previste dalla norma! In alcuni casi mancava, addirittura, la specifica clausola nel contratto, in altri si trattava di micro imprese in relazione alle quali non è possibile alcuna variazione dei tassi di interesse dei contratti di mutuo. In tutte tali ipotesi si apre la strada per richiedere l'applicazione delle più favorevoli e originarie condizioni del contratto oltre alla restituzione degli importi versati in applicazione della illegittima ed unilaterale variazione contrattuale comunicata dall'istituto di credito.

L'assunzione di alcol sui luoghi di lavoro

Quadro normativo e analisi di un problema che può riguardare anche le nostre aziende

🕒 4' e 55"

✍️ Stefano Hueller

L'uso di bevande alcoliche è un'abitudine molto diffusa in Italia, soprattutto tra le generazioni più giovani, che porta a sollevare delle domande importanti sulla questione del consumo di alcol in relazione ai lavoratori.

In merito all'aspetto normativo, in Italia vige una legge quadro in materia di alcol e problemi alcol-correlati, la 125 del 2001. Essa, in relazione alla sicurezza e all'incolumità dei lavoratori e terzi, individua quali sono le lavorazioni a rischio, riportate poi anche nell'intesa Stato Regioni del 2006: i lavoratori che svolgono queste attività devono avere un tasso di alcol nel sangue durante il lavoro pari a "zero". Fra gli altri, rientrano i seguenti ambiti lavorativi: l'espletamento di lavori pericolosi per i quali sia richiesto un certificato di abilitazione, i lavori in particolari ambienti confinati (vasche, serbatoi, etc.), le mansioni sanitarie, le attività di insegnamento, le mansioni che comportano il porto d'armi, le mansioni inerenti attività di trasporto con vari tipi di patente, l'edilizia e le costruzioni, l'utilizzo di sostanze esplosive ed infiammabili. Altro riferimento normativo lo troviamo nel D.Lgs. 81/08, che prevede espressamente all'art 41, comma 4, l'obbligo di effettuare la sorveglianza sanitaria finalizzata alla "verifica dell'assenza di condizioni di alcol dipendenza".

L'obbligo non vige indistintamente per tutti i lavoratori ma solo, come recita la norma, "nei casi ed alle

condizioni previste dall'ordinamento", cioè dalle norme specifiche in vigore o che saranno successivamente emanate. Ma non possiamo analizzare il problema senza partire dalla definizione e caratterizzazione dell'alcol. L'alcol è una sostanza tossica, potenzialmente cancerogena con una elevata capacità di indurre dipendenza. Inoltre, in particolari contesti lavorativi, l'interazione con solventi, pesticidi, metalli ed altri fattori quali rumore, basse temperature e stanchezza, aumenta il rischio di sviluppare malattie professionali. L'alcol è uno dei fattori di rischio principali per la salute, bere è un comportamento individuale e familiare, ma è necessario essere consapevoli che rappresenta comunque un rischio per la propria salute, per quella dei nostri familiari e anche dei nostri colleghi di lavoro. L'alcol può esporre a forti rischi di incidenti o infortuni, anche in conseguenza ad un singolo o occasionale episodio di consumo, spesso erroneamente valutato come non rischioso per la salute. Sebbene la legge 125/2001 si applichi nelle attività elencate nell'intesa Stato Regioni è importante intendere il divieto dell'assunzione di alcolici in senso più ampio e nell'accezione più vasta della prevenzione dei rischi per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro. L'assunzione di bevande alcoliche sul lavoro costituisce un rischio aggiuntivo di tipo comportamentale, e aumenta i rischi per la propria salute e spesso anche quella degli altri, per cui è sempre





In molti casi, assumere alcol sul luogo di lavoro è un problema

meglio non bere durante lo svolgimento di qualsiasi lavoro. Inoltre tale fonte di rischio deve essere considerata e citata nei documenti di valutazione del rischio aziendale, cercando di privilegiare in ogni caso aspetti di tipo preventivo (adeguata informazione, formazione etc.). Se nello svolgimento di attività lavorative non comprese in quelle elencate nell'intesa Stato Regioni, emergesse la presenza di rischi particolari dovuti a condizioni di alcol dipendenza, il datore di lavoro per prevenire infortuni al lavoratore stesso o agli altri lavoratori deve richiedere l'effettuazione di controlli dell'idoneità al lavoro alla Commissione ex art. 5 L300/70, costituita presso le ASL territorialmente competenti. Diverso il caso di etilismo acuto occasionale: in questo caso il datore di lavoro, a suo insindacabile giudizio in applicazione dell'art. 18 comma 1 lett. c del D.Lgs. 81/08, allontana il lavoratore dalla mansione a rischio per sé o per gli altri, fermi restando eventuali provvedimenti disciplinari da adottarsi seguendo le procedure previste dal contratto di lavoro.

Si ricorda, infine, che non è esplicitamente previsto indennizzo per gli infortuni in itinere direttamente causati dall'abuso di sostanze alcoliche.

PARTE L'ABROGAZIONE DELLA SCHEDA CARBURANTE

DAL 1° LUGLIO PROSSIMO DIVENTERÀ OBBLIGATORIA LA FATTURA ELETTRONICA

La legge di bilancio 2018 ha modificato significativamente la disciplina riguardante l'acquisto di carburante e lubrificanti da parte dei soggetti passivi IVA per poterne dedurre il relativo costo ai fini delle imposte dirette e detrarre l'IVA corrispondente. Ha previsto che dal 01 luglio 2018 non si potrà più utilizzare la scheda carburante ma gli acquisti di carburanti effettuati presso gli impianti stradali di distribuzione dovranno essere documentati obbligatoriamente tramite fattura elettronica.

Ne consegue che professionisti e imprese riceveranno per gli acquisti di carburanti (lubrificanti) dall'esercente dell'impianto stradale di carburanti una fattura obbligatoriamente elettronica e non dovranno più compilare la scheda carburante. A differenza di quanto richiesto dalla scheda, la fattura non conterrà la targa del veicolo e l'indicazione dei chilometri e verrà emessa contestualmente ad ogni acquisto di carburanti ovvero entro le 24.00 del giorno in cui viene effettuato l'acquisto.

Tra le diverse modalità di acquisto di carburanti il contratto di netting, contratto di somministrazione tra la compagnia e il cliente con cui la prima si impegna a vendere il carburante all'atto del rifornimento, non sembra assolutamente influenzato dalla nuova normativa se non per la sostituzione della fattura cartacea con quella elettronica. Quindi, attraverso la richiesta di una card alla compagnia petrolifera sulla quale far transitare gli acquisti di carburante l'imprenditore potrà ricevere una fattura mensile riepilogativa.

Con un proprio recente provvedimento l'Agenzia delle Entrate ha armonizzato, sia ai fini delle imposte dirette che di IVA, quindi sia ai fini della detraibilità IVA che della deducibilità della spesa, le modalità di pagamento dell'acquisto di carburanti che potrà essere effettuato con tutti i mezzi di pagamento oggi esistenti, quali bonifico bancario, postale, assegni, addebito diretto in conto corrente oltre alle carte di credito, al bancomat e alle carte prepagate. Unica eccezione, l'utilizzo del denaro contante.



Nuove regole per le spese aziendali in carburante

Arrivano i finanziamenti europei per incentivi alle nuove imprese

La Provincia approva le norme applicative del nuovo bando FESR

🕒 4' e 55"

✍️ Andrea Rudari

La Giunta provinciale ha approvato i criteri per i benefici ai progetti di nuove imprese in grado di distinguersi attraverso l'innovazione di prodotto, l'innovazione di processo e l'innovazione organizzativa.

Proprio per quanto previsto nella strategia di specializzazione intelligente del Trentino, sono considerate prioritarie e quindi valutate con criteri di premialità le imprese operanti nei settori di specializzazione individuati dalla strategia stessa:

- «Qualità della Vita»
- «Energia e Ambiente»
- «Agrifood»
- «Meccatronica»

Beneficiano degli aiuti le piccole imprese costituite non oltre i 30 mesi precedenti la data della domanda, promosse da neo imprenditori; non sono considerate imprese promosse da neoimprenditori quelle nuove imprese di cui risultino titolari o soci con una partecipazione complessiva superiore al 20%, soggetti che risultavano nei 12 mesi precedenti la costituzione della nuova impresa già essere titolari o soci con una partecipazione superiore al 20% di altra impresa attiva. Il contributo spetta su una spesa massima di 100mila euro; sono escluse domande inferiori ai 5mila euro.

Le spese ammissibili a contributo sono:

- spese legali, amministrative e di consulenza direttamente connesse alla costituzione dell'impresa per un massimo di 5.000 euro;
- spese di energia, acqua, riscaldamento, rifiuti, connessione internet;
- spese condominiali (per spese di cui al punto precedente), risultanti dal riparto preventivo approvato;
- acquisto di beni mobili nuovi (arredi, macchinari, attrezzature e impianti produttivi) esclusi veicoli, funzionali all'attività;
- acquisto e noleggio di componenti hardware e software;



La nuova delibera premia ancora le nuove imprese giovanili e femminili

- canoni e abbonamenti per l'accesso a banche dati, servizi software, servizi *cloud*, ecc.;
- spese di gestione del conto corrente dedicato;
- imposte e tasse a carico dell'impresa, esclusa I.V.A.;
- costo del tutor amministrativo (fino a 1.500 euro);
- spese per l'acquisizione di servizi (nel limite massimo del 30% della spesa complessiva ammessa) relativi a consulenza di: prima assistenza, pianificazione strategica, progettazione di piani di marketing operativo e strategico, progettazione di campagne pubblicitarie e di materiale promozionale, progettazione della gestione economica e finanziaria dell'azienda, formazione imprenditoriale (nel limite del 10% della spesa ammessa a finanziamento), tutoraggio nella fase di avvio della nuova attività.

Le domande per gli aiuti previsti vanno presentate a Trentino Sviluppo S.p.a., a pena di inammissibilità tramite la piattaforma <http://agora.trentinosviluppo.it>, previa apposita registrazione alla predetta piattaforma fino alle ore 12.00 del 8 agosto 2018.

Le misure e l'entità del contributo può essere del 40 o del 50% a seconda del punteggio ottenuto dalla domanda.

A seguito della fase istruttoria formale tesa a verificare la completezza della documentazione presentata, l'assenza di cause di esclusione e la rispondenza dei progetti alle condizioni di ammissibilità sostanziale, i progetti che avranno superato la sud-

detta istruttoria saranno sottoposti alla successiva fase di valutazione.

A tal fine si farà riferimento a criteri specifici di valutazione e di premialità.

Nell'ambito dei criteri di valutazione, ai fini dell'ammissibilità della domanda l'iniziativa dovrà possedere «*Caratteristiche di innovatività (di prodotto/servizio o di processo), quali, ad esempio rilevanza scientifica, fattibilità tecnica*».

La rilevazione delle caratteristiche di innovatività si basa sulle seguenti nozioni:

- **Innovazioni di prodotto/servizio.**
- **Innovazioni di processo.**
- **Innovazioni organizzative.**
- **Innovazioni di marketing.**

Una Commissione effettua la valutazione di ammissibilità formale e sostanziale nonché dei criteri specifici di valutazione dell'iniziativa e di premialità, definendo la graduatoria delle iniziative. La Giunta provinciale prende atto della graduatoria definita dalla Commissione e provvede all'assegnazione delle risorse per la successiva concessione da parte di Trentino Sviluppo S.p.a..

Il contributo viene concesso tramite accreditamento dell'importo al netto della ritenuta d'acconto su un conto corrente dedicato. Le spese ammesse dovranno essere pagate tramite bonifico, RIBA, RID, F24 o carta di credito aziendale (quest'ultima solo per pagamenti telematici).

Il contributo accreditato sul conto corrente dedicato è prelevato per l'importo corrispondente al contributo spettante previo nulla osta del tutor amministrativo, il quale controlla la documentazione di spesa e di pagamento presentata dall'impresa, accertando la coerenza con il programma di spesa e la correttezza della documentazione stessa.



Nuovi interventi della Provincia di Trento per le Startup

Impianti audiovisivi di controllo e tutela del lavoratore

⌚ 4' e 55"

Le indicazioni operative emanate dall'Ispettorato Nazionale del Lavoro

L'Ispettorato nazionale del lavoro ha fornito indicazioni riguardo l'installazione e l'utilizzazione di impianti audiovisivi e di altri strumenti di controllo da parte del datore di lavoro, specificando come effettuare l'istruttoria delle istanze per il rilascio del provvedimento e la valutazione dei presupposti legittimanti il controllo a distanza dei lavoratori.

La legge prevede che gli impianti audiovisivi e gli altri strumenti dai quali derivi anche la possibilità di controllo a distanza dell'attività dei lavoratori, possano essere impiegati esclusivamente per esigenze organizzative e produttive, per la sicurezza del lavoro e per la tutela del patrimonio aziendale.

Tuttavia, detti impianti possono essere installati solo previa autorizzazione delle sedi territoriali dell'Ispettorato nazionale del lavoro. Tale regola non si applica agli strumenti utilizzati dal lavoratore per rendere la prestazione lavorativa e agli strumenti di registrazione degli accessi e delle presenze.

Al lavoratore deve essere adeguata informazione delle modalità d'uso degli strumenti e di effettuazione dei controlli e nel rispetto del Codice in materia di protezione dei dati personali.

Secondo le indicazioni dell'Ispettorato sono sempre ammessi i dispositivi collegati ad impianti di antifurto che tutelano il patrimonio aziendale in quanto normalmente tali dispositivi, entrando in funzione soltanto quando in azienda non sono presenti lavoratori, non consentono alcuna forma di controllo incidentale degli stessi.

Ma nel caso in cui di installazione riguardi dispositivi operanti in presenza del personale, i principi di legittimità e determinatezza del fine perseguito, nonché della sua proporzionalità, correttezza e non eccedenza, impongono una gradualità nell'ampiezza e tipologia del monitoraggio, che rende assolutamente residuali i controlli più invasivi, legittimandoli solo a fronte della rilevazione di specifiche anomalie e comunque all'esito dell'esperimento di misure preventive meno limitative dei diritti dei lavoratori.

Tra gli elementi che devono essere tenuti presenti nella comparazione dei contrapposti interessi, non possono non rientrare anche



L'uso di telecamere: attenti alle regole

quelli relativi all'intrinseco valore e alla agevole asportabilità dei beni costituendo il patrimonio aziendale.

Solo in casi eccezionali debitamente motivati è autorizzabile da postazione remota sia la visione delle immagini in tempo reale che registrate. L'accesso alle immagini registrate, sia da remoto che "in loco", deve essere tracciato e conservato per un periodo di almeno 6 mesi.

Oggetto di controllo possono essere i luoghi soggetti alla normativa in questione anche quelli esterni dove venga svolta attività lavorativa in modo saltuario o occasionale (ad es. zone di carico e scarico merci). Sono, invece, da escludere dall'applicazione della norma quelle zone esterne estranee alle pertinenze della ditta, come ad es. il suolo pubblico, anche se antistante alle zone di ingresso all'azienda, nelle quali non è prestata attività lavorativa.



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

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

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

Dubbi MAGGIO 2018

■ Cosa si intende giuridicamente con i termini “pensione completa e mezza pensione?”

Per rispondere dobbiamo riferirci alla *Raccolta provinciale degli usi e consuetudini* vigenti in Provincia di Trento, così come curata ed aggiornata dalla Camera di Commercio. Con il termine “pensione completa” si intende l'alloggio e la somministrazione della prima colazione, della seconda colazione (pranzo) e del pranzo serale (cena). Con il termine “mezza pensione” si intende l'alloggio e la somministrazione della prima colazione e di un pasto. Le bevande sono escluse. Il cliente, salvo diverso accordo con l'albergatore, non può consumare ai pasti bevande diverse da quelle somministrate dall'albergatore medesimo. Il cliente non può consumare ai pasti bevande proprie e comunque diverse da quelle somministrate dall'albergatore, salvo diverso accordo con lo stesso. In tal caso l'albergatore può addebitare il costo del servizio.

■ Volevo sapere se ci sono contributi pubblici per installare impianti di videosorveglianza nel mio esercizio.

La normativa provinciale vigente in materia di compensazione fiscale (il sistema di contribuzione per spese fino a 300mila euro) prevede anche la possibilità di agevolare investimenti destinati all'installazione di sistemi di video sorveglianza antirapina, presso le unità locali delle imprese. In tal caso, il limite minimo di spesa è di euro 2.500,00. La compensazione fiscale prevede un contributo fisso, a titolo di aiuto “de minimis” del 15% sulla spesa ritenuta ammissibile. La domanda va inviata tramite pec a Confidi Trentino Imprese tra il 1° gennaio ed il 30 aprile di ogni anno; essa va corredata da fatture o documenti equipollenti emessi ed integralmente pagati nei diciotto mesi precedenti la data di presentazione della domanda. Non sono ammessi pagamenti in contanti o per assegno, ma solamente pagamenti con bonifico o Riba su cui siano ben riportati il numero e la data della fattura che viene così pagata. Il beneficiario potrà avvalersi della compensazione fino al completo esaurimento, attraverso i servizi telematici offerti dall'Agenzia delle Entrate.

■ In caso di affitto di azienda alberghiera, i contratti stipulati dal cedente con un'agenzia di viaggi straniera sono tra quelli per i quali è prevista la successione automatica del cessionario oppure si possono disdettare?

L'art. 2558 del Codice Civile dispone che, per la durata dell'affitto, se non è pattuito diversamente, l'affittuario subentra nei contratti stipulati per l'esercizio dell'azienda che non abbiano carattere personale; ad esempio, si ha normalmente la successione nei rapporti di assicurazione, commissione, comodato, mandato, spedizione, ecc.. Il terzo contraente (in questo caso, l'agenzia) può tuttavia recedere dal contratto entro tre mesi dalla notizia dell'affitto, se sussiste una giusta causa. Quando si stipula un accordo per l'affitto d'azienda è quindi necessario che chi dà e chi prende in affitto trovino un'intesa sui contratti in essere, in modo che quest'ultimo sappia in quali subentrerà. Dunque, se il contratto di affitto d'azienda nulla prevede in tal senso, i contratti stipulati dal precedente gestore con il tour operator straniero sono da rispettare anche da chi subentra, essendo relativi all'attività aziendale.



Ormai tanti turisti non usano più pranzare in hotel

Esperia è una tipografia che opera da più di cinquant'anni nel settore della stampa a foglio.

La nostra è una storia fatta di passione e dedizione al cliente, di continuo miglioramento tecnologico e qualitativo, di rispetto delle risorse umane ed ambientali.

Nel nostro settore non c'è spazio per l'improvvisazione: per competere sul terreno della qualità, della velocità e del prezzo bisogna saper fare le cose bene ed essere in grado di offrire risposte già testate ed affidabili.

La **stampa** ha i suoi
nuovi orizzonti

www.esperia.tn.it



ESPERIA[®]
printevolution



Scopra le
verande Finstral
nello Studio più
vicino a Lei!

Un'oasi di pace – 365 giorni all'anno.



Le verande Finstral. Più spazio. Più vita.

Non sarebbe bello avere uno spazio tutto per sé – in cui potersi ritirare ogni giorno... ad osservare le chiome degli alberi, a contare le nuvole o le stelle? Una veranda Finstral è il luogo perfetto per ritagliarsi del tempo per sé – e godersi a pieno i propri spazi. Sempre.

Maggiori informazioni su www.finstral.com/verande