Turismo & Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

05.2019 Anno XXXXVII

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

FONDAZIONE DOLOMITI UNESCO
DOLOMITEN DOLOMITIEN DOLOMITES DOLOMITI
SOCIO SOSTENITORE

73ª ASSEMBLEA ANNUALE

Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% NE/ TN Taxe percue - Contiene I.P.

I RINNOVI DELLE SEZIONI DELL'ASAT
Un'associazione viva, un lavoro che continua

I B&B DI QUALITÀ IN ASSEMBLEA
Tanti impegni e progetti per il futuro

ANCHE QUEST'ANNO VIA AI TIROCINI ESTIVI
Avvicinare la scuola al lavoro nelle aziende

DIGITALIZZAZIONE CON LA CCIAA
Aperto il bando per ottenere agevolazioni

LE SORPRESE DEI LAGHI TRENTINI
Spiagge da sogno e ambienti da ricordare

Aggiungi una stella al tuo albergo. Mercedes-Benz Vito e Classe V.

I servizi di courtesy car sono spesso il primo biglietto da visita di una struttura alberghiera. Mercedes Vito Tourer e Classe V rappresentano il top nel mondo dei Vip-Shuttle.

Autoindustriale, Concessionaria Ufficiale per il Trentino, ha l'offerta perfetta per il tuo business.

Solo per gli associati ASAT abbiamo riservato sconti del 15% su Vito Tourer e Classe V.

Richiedi ora il tuo preventivo su misura per la tua azienda!

*Offerta valida fino al 31/05/2019.

Mercedes-Benz
Vans. Born to run.

Autoindustriale Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz Veicoli Commerciali
Trento, Via Stella 13, tel. 0461 17353000 - Rovereto, Via Brennero 25, tel. 0464 024400
www.autoindustriale.com

Sommario

TEMA DEL MESE

Prime stime sulla stagione invernale 2018-2019 pag. 4

VITA ASSOCIATIVA

Concluse le riunioni delle sezioni pag. 8
La IV ª Giornata Europea del Rifugio pag. 12
L'assemblea annuale dei B&B di qualità pag. 14
"Stati Generali della montagna" pag. 16
Tirocini estivi, ospitano ancora gli studenti pag. 17
Il bando della Camera di Commercio per la digitalizzazione delle imprese pag. 18
Cibo vero, luoghi comuni pag. 20
L'ASAT promuove la cultura pag. 21
I laghi trentini si fanno belli nel mondo pag. 22
L'anno del turismo lento pag. 24

FEDERALBERGHI

L'assemblea di Federalberghi col ministro Centinaio e Briatore pag. 26

GIOVANI

Millennials, generazioni X e Z pag. 28

SPEAK ENGLISH

Kosher: not only drawbacks pag. 29

CORSI CAT

Il calendario di giugno dei corsi obbligatori pag. 30

LIBRI & TURISMO

Dalle città alla montagna. pag. 34

TRENTINO MARKETING

Enogastronomia: l'identità del Trentino che diventa festa pag. 36

NORMATIVE

Consumo sul posto in esercizi di vicinato pag. 38
Primo soccorso nei luoghi di lavoro pag. 40
Pagamento dei compensi SCF pag. 41
Dubbi pag. 42

MAGAZINE
05.2019 Anno XXXXVII

Chiusura Editoriale 15/05/2019
Foto Copertina: Le Cantine Rotari ospitano l'Assemblea annuale - Foto arch. Rotari

tempo di lettura autore dell'articolo

Registrazione Tribunale di Trento n° 163 R.S. del 17/11/1971
Roc n.5504 del 21/07/1998
Direzione, Redazione, Amministrazione:
Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it
Direttore Responsabile: Roberto Pallanch
Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza
Abbonamento annuo: € 40,00
Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento, Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO

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

Metodo di lavoro: visione e concretezza

Fa parte della storia di questa associazione la volontà e l'ambizione di non accontentarsi di svolgere il proprio ruolo di rappresentanza sindacale in senso puramente corporativo. La rincorsa ai bisogni e ancor meno a pulsioni individuali ovvero la semplice risposta alla quotidianità e alle esigenze delle singole imprese non è mai parsa sufficiente ed esaustiva. Certamente l'attenzione ai problemi degli associati è un faro dell'attività di questa associazione, ma non ci si è fermati lì.

Richiamiamo almeno tre passaggi fondamentali per evidenziare quello che in parte è metodo di lavoro ed in parte consapevolezza della necessità di una visione strategica intesa sia come capacità di lettura non solo dell'esistente, ma anche e soprattutto di interpretazione e di visione del futuro. Il metodo di lavoro è quello di attingere al meglio rispetto alle analisi e ai contributi scientifici e alle migliori esperienze nazionali ed internazionali sul tema del turismo, della sua evoluzione a livello di sistema e di impresa. Su questo sono impegnate con competenza, passione e curiosità la dirigenza politica e la struttura operativa dell'associazione. Per quanto riguarda la visione strategica che non può essere peraltro disgiunta dal metodo con cui la si definisce si richiamano alcune scelte fatte in passato ed altre più recenti.

Tra le prime l'attenzione al tema dell'ambiente. Una nostra assemblea ebbe come titolo "Non abbiamo un Trentino di ricambio", e ponemmo molti anni fa, prima della cosiddetta legge Gilmozzi, la questione dello sviluppo abnorme e distorsivo del mercato delle seconde case e di una attenta e severa gestione e valorizzazione dell'ambiente. Una visione dunque di medio lungo periodo, appunto di strategia.

Più recentemente è stata questa associazione, nella scorsa legislatura, a chiedere ed ottenere un radicale cambiamento degli obiettivi del Piano strategico di Trentino Marketing e quindi della politica provinciale con l'assunzione della centralità dell'impresa e della sua redditività come riferimento e misura delle azioni da intraprendere, rispetto ad una non sufficiente valutazione sui soli dati di arrivi e presenze turistiche. Altro tema è stato e deve essere la convinzione circa la necessità di un sistema strutturato dell'organizzazione della promozione turistica trentina, perché le nostre imprese sono piccole e sole nell'affrontare le opportunità e le difficoltà. Bisogna certo discutere, anche in modo critico, delle piccole e grandi questioni delle Apt ma non va dimenticato che il sistema nel suo insieme deve essere forte, coeso e orientato su comuni obiettivi. Anche questo fa parte di una visione strategica.

Infine, come terzo ma non esaustivo esempio, abbiamo sempre voluto interloquire con le istituzioni e la politica su scelte di carattere strategico che riguardano in senso lato lo sviluppo dell'economia e della società trentina: dalla puntuale lettura e proposta sulle scelte operate nel bilancio provinciale, all'attenzione sul sistema formativo, al rapporto con i parlamentari locali, allo stretto rapporto con Federalberghi, alle questioni della burocrazia e della tassazione.

Visione e concretezza come metodo di lavoro e misura anche delle azioni di chi ci governa, in sede locale e nazionale.

direttore Roberto Pallanch

Prime stime sulla stagione invernale 2018-2019

Al via la campagna di promozione primavera-estate

Anche lo scorso inverno ha dato risultati soddisfacenti

7' e 30"
Rosario Fichera

I dati ufficiali ancora non sono disponibili, ma le prime stime confermano una stagione invernale 2018-2019 in crescita, soprattutto grazie al comparto dello sci.

«A fronte di un leggero calo nelle presenze della componente italiana, crescono gli ospiti internazionali. La stagione ci restituisce dei numeri importanti e con incrementi significativi in termini di fatturato per il mondo neve» ha spiegato il *Ceo* di Trentino Marketing, **Maurizio Rossini**, in occasione della presentazione della campagna pubblicitaria di primavera-estate.

In particolare, per il periodo dicembre 2018 - aprile 2019 le stime evidenziano, rispetto al record della scorsa stagione invernale, una leggera diminuzione delle presenze, pari all'1,2%, dovuta a un calo della componente italiana, ma controbilanciata dalla crescita nei mercati esteri.

Considerando, però, la stagione 2016 - 2017 i risultati dell'inverno appena concluso sono più che positivi, con le previsioni che portano un + 5-6%, grazie all'aumento del fatturato del mondo dello sci, tra cui impianti, rifugi e noleggi.

Per il presidente dell'Asat, **Giovanni Battaiola**, il leggero calo delle presenze non deve costituire motivo di preoccupazione, purché s'intervenga sul piano della redditività che in questo momento penalizza gli operatori turistici del Trentino.

«Rispetto ad altre regioni, in Trentino il rapporto qualità prezzo - ha evidenziato Gianni Battaiola - rimane sbilanciato a favore del turista piuttosto che dell'imprenditore. Ma la ricchezza e la qualità della nostra offerta turistica e ambientale sono i fattori che possono permettere d'invertire questa rotta, perché chi sceglie il nostro territorio per le proprie vacanze lo fa in modo motivato, trovando da noi delle condizioni uniche per vivere esperienze indimenticabili, non ponendosi quindi il problema del prezzo. Bisogna quindi intervenire in questo senso, naturalmente in un'ottica di sistema che coinvolga, oltre agli operatori della ricettività, tutti gli altri attori in campo, a cominciare dalle Apt di ambito».

Foto Paolo Fazi

Una visione, questa, condivisa anche dall''assessore provinciale al turismo, **Roberto Failoni**: «Quello dell'aumento dei prezzi, ha detto l'assessore - è una delle sfide che attendono le Apt nei prossimi anni, convincendo gli operatori del valore di ciò che possono offrire anche in termini di strutture e servizi». Dentro questa offerta un ruolo importante è svolto dai grandi eventi: «Sono un volano eccezionale per i territori - ha ricordato Failoni- e che i nostri competitor più vicini oggi ci invidiano».

E gli eventi offerti sul piatto sono davvero numerosi e di alta qualità, così come hanno spiegato i vertici di Trentino Marketing e lo stesso assessore al turismo durante la recente presentazione della campagna pubblicitaria primavera-estate 2019.

Il piano messo a punto dalla squadra guidata da Rossini punta a suscitare la curiosità di un pubblico giovane e internazionale con un programma molto variegato di attività e di proposte.

Le azioni pubblicitarie in corso e quelle in programma sono rivolte soprattutto ai mercati di Italia, Germania, Austria, Svizzera, per la campagna della primavera, mentre la campagna sull'estate è prevista per un *panel* più ampio di mercati che include Olanda, Belgio, Inghilterra, Rep. Ceca, Polonia, Francia, Spagna e fuori dall'Europa Stati Uniti, Russia, Cina, Corea del Sud. In particolare per la primavera la campagna pubblicitaria prevede 31 uscite su importanti quotidiani e periodici del Nord Italia ed internazionali, per complessive 19 testate coinvolte e 12 milioni di contatti previsti.

Grandimpianti Noselli opera con successo da **oltre 40 anni** in **Trentino – Alto Adige**.
Potenziatosi ulteriormente, grazie alla nostra collaborazione con **Niederbacher Gastrotec**, leader nel settore gastrotecnico in Alto Adige, assieme ci contraddistinguiamo per la nostra ricca offerta, competenza, innovazione e per un servizio unico nel settore.
Tanta esperienza e innovativi per passione. Come possiamo aiutarvi?

Zona Artigianale, 14 | 39052 Caldaro (BZ) Alto Adige | Tel. 0471 913404 | www.grandimpiantinoselli.com

GRANDIMPIANTI
Noselli
Partner of Niederbacher Gastrotec

Foto Alessandro Trovati

Il Brenta innevato ha accolto ancora numerosi turisti

La campagna Tv per l'estero punta, invece, sui mercati più vicini e sarà articolata su 227 spot da 20" sulla tv svizzera tedesca per complessivi 3 milioni di contatti previsti.

Per lanciare l'estate, invece, sono state previste 39 uscite tra Italia ed estero con 17 testate coinvolte e 15,5 milioni di contatti previsti.

Per la campagna Tv sono stati pianificati 4.827 spot di durata variabile tra 10" e 30" e 100 "cartoline" da 30" sulle emittenti del Gruppo Mediaset, Sky, Eurosport, Super Tennis, il gruppo di tv della Repubblica Ceca e della Polonia -Tv Nova, Tv Enne, Polsat e Prima Tv - per complessivi 180 milioni di contatti stimati. Sull'Italia anche una campagna di 442 spot radiofonici che saranno trasmessi su Radio RAI, Radio Capital, Radio DJ e Radio Monte Carlo. Inoltre maxi affissioni vestiranno di Trentino il cuore di Milano in Piazzale Gae Aulenti e di Roma in zona Pantheon.

Al centro della campagna ci saranno sempre più paesaggi e natura, declinati attraverso un linguaggio contemporaneo e ricercato, per parlare a milioni di *millennials* delle principali città europee e internazionali.

Così come ci sarà sempre più attenzione al mondo *digital*, con la veicolazione di nuove suggestioni da declinare attraverso la piattaforma *Visittrentino* e i *social* ad essa collegati (*Faceboook, Instagram, Youtube*).

In particolare per la primavera i temi della campagna sono il benessere, i sapori, i luoghi segreti da scoprire, i percorsi culturali a Trento e Rovereto, le fioriture, la voglia di avventura, le opportunità legate ai ponti di primavera.

Per l'estate i focus individuati sono, invece, la vacanza sui laghi, le famiglie, i trekking e le passeggiate in montagna, la proposta mountain bike, natura e benessere, la vacanza in montagna, i Suoni delle Dolomiti, i rifugi.

Anche **Adam Ondra**, il grande arrampicatore della Repubblica Ceca che avvicina alla montagna giovani da tutta Europa, sarà *testimonial* di una specifica campagna di comunicazione.

COSA TI COSTA FAR CRESCERE IL TUO BUSINESS?

ZERO

Corsi di formazione professionale,
***anche presso la tua azienda*, a carico nostro!**

Chiamaci al **0461 824585**

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

ENTE BILATERALE
TURISMO DEL TRENTINO

TU
NEL TURISMO
Crescita professionale

Corso Buonarroti, 55 - 38122 Trento - Tel. 0461 824585-825909 - Fax 0461/825708 - Email: info@ebt-trentino.it **www.ebt-trentino.it**

Concluse le riunioni delle sezioni

12' e 20"
Andrea Rudari

Tra conferme e novità, l'Asat ha rinnovato la propria struttura territoriale

Si sono conclusi nei giorni scorsi i rinnovi statutari previsti per le sezioni territoriali dell'Asat. Un "giro del territorio" che ha visto coinvolti molti associati, che hanno partecipato discutendo e portando con passione le proprie istanze o problematiche all'attenzione dei colleghi e dei rappresentanti provinciali.

Riunioni che hanno fatto ancora una volta capire come siano fondamentali nella vita di un'associazione questi momenti di confronto non solo per rinsaldare i rapporti e la conoscenza reciproci, ma anche per far emergere un lavoro di squadra ed una coesione che solo possono essere gli strumenti vincenti per portare avanti le istanze delle categorie e del turismo trentino tutto.

PER TUTTA LA VAL DI SOLE IL TURISMO RESTA UNA RISORSA FONDAMENTALE

Ospiti all'assemblea Fugatti e Failoni. Paola Graifenberg e Michele Veclani nuovi presidenti delle sezioni solandre

Per l'assemblea annuale convocata a Malè, la sezione della Val di Sole ha fatto le cose per bene, ospitando il presidente della Provincia di Trento **Maurizio Fugatti** e l'assessore al turismo **Roberto Failoni**. E così, si è parlato non solo di turismo, ma anche di tutte le questioni ad esso collegate (infrastrutture e collegamenti, marketing, ricettività) presenti anche il presidente **Giovanni Battaiola** e il direttore **Roberto Pallanch**. Si sono toccate questioni significative per il futuro del Trentino turistico in senso più ampio: A22, Valdastico, ferrovie ed autobus al centro dell'attenzione, dunque, senza trascurare però le questioni più "locali", come i ritiri delle squadre di calcio, gli impianti a fune, i marchi e la promozione.

Il Consiglio Direttivo della Val di Sole

Paola Grainfenberg (presidente), Enzo Monari, Domenico Albasini, Alberto Pangrazzi, Marco Katzenberger, Silvia Stablum; entrano per l'extralberghiero Daniele Mezzana e Danilo Vichi, mentre per il GAT Sara Moreschini

Foto Rudari

Da sinistra Giovanni Battaiola, Maurizio Fugatti e Enzo Monari

L'assemblea ha anche salutato il presidente di sezione uscente **Enzo Monari** e ha eletto la nuova presidente **Paola Graifenberg**.

Monari ha aperto la seduta con un ringraziamento a tutti i volontari che hanno lavorato duramente durante gli eventi calamitosi dello scorso autunno.

Ha fatto riferimento all'impegno degli impiantisti, che stanno investendo molto anche per il rilancio delle funivie di Pejo, ed al problema dei prezzi delle strutture ricettive della valle - un po' bassi, rispetto ad altre località simili - per poter migliorare la redditività degli hotel.

Il Consiglio Direttivo del Passo Tonale

Michele Veclani (presidente), Stefano Negri, Francesco Delpero, Serena Delpero, Veronica Daldoss, Gianfranco Carbon, Luca Longhi; per l'extralberghiero Federico Benedetti

Anche il presidente dell'Apt di ambito, **Luciano Rizzi**, ha portato un saluto riconoscendo lo sforzo anche economico che fanno i soci dell'Asat per sostenere l'Azienda e la promozione della valle: "Vendiamo un prodotto maturo cercando anche di lavorare sul binomio turismo/cultura". **Cristian Gasperi** (General Manager di Funivie Folgarida Marilleva S.p.A.) ha confermato che si sta lavorando anche in visione della prossima estate e per rilanciare Folgarida Marilleva ed il collegamento con Campiglio, con attenzione all'ambiente ed al territorio.

L'assessore Failoni ha ripreso diverse questioni di carattere più specificamente locale, confermando la massima attenzione della Giunta ai problemi del territorio. Ha parlato dei ritiri calcistici, quello del Napoli in primo luogo, confermato a Dimaro per tre anni, ma anche dell'idea della valle di Pejo di iniziare a sperimentare proposte rivolte ad un turismo diverso e a nuovi mercati, attenti all'ambiente e alla sostenibilità.

Ha poi confermato che, in materia di seconde case e tassazione, prima dell'estate porterà una prima proposta di lavoro così come per le norme sugli agriturismi. Previsti infine maggiori investimenti sui marchi e le sinergie territoriali, per far sì che anche gli albergatori utilizzino sempre di più i prodotti trentini.

Dopo l'intervento di Battaiola è toccato al presidente Fugatti fare un ragionamento a 360° partendo dalla partita strategica dell'A22, passando al rapporto con Verona e con il suo aeroporto, alla realizzazione della Valdastico, che può avere interessanti ricadute anche sul fronte turistico, in particolare lungo l'asse Trento - aeroporto di Venezia. Ma Fugatti non ha dimenticato gli investimenti nei collegamenti ferroviari e via autobus, a partire dal tunnel del Brennero. In merito al trasporto locale, la nuova Giunta riconosce l'importanza degli investimenti decisi nella legislatura precedente, e si impegna a proseguirli, dando risposta alle richieste specifiche avanzate dall'Asat, in merito a un aumento delle corse di mezzi pubblici che consentano il trasporto delle biciclette. Ha chiuso ricordando l'impegno per la semplificazione e per le agevolazioni alle imprese, nonché gli Stati generali della montagna, il cui obiettivo prioritario è quello di far rimanere i giovani sui territori.

Successivamente, nel tardo pomeriggio si è svolta anche la riunione della sezione *Passo Tonale* che ha provveduto ai rinnovi statutari nominando **Michele Veclani** presidente di sezione ed il nuovo direttivo.

A RINNOVO ANCHE L'ALTOPIANO DELLA PAGANELLA

Armanini e Mori affiancano Bertagnolli alla guida delle sezioni dell'altipiano

Fabio Mori presidente della sezione di Molveno

La sezione di Andalo era già stata rinnovata lo scorso anno, per cui in questa tornata solamente a Fai e a Molveno i soci hanno provveduto agli adempimenti ed alle nuove nomine statutarie. Ecco gli eletti.

Il Consiglio Direttivo di Molveno

Fabio Mori (presidente), Alessandro Sartori, Nicola Spellini (extralberghiero), Francesco Donini, Federico Franchi

Il Consiglio Direttivo di Fai della Paganella

Daria Armanini (presidente), Fausto Mottes, Matteo Mottes, Osvaldo Tonidandel

RINNOVATO IL CONSIGLIO DELL'ALTA FASSA

Filippo Debertol riconfermato presidente, Walter Nicolodi ed Ezio Croce i vice

Il nuovo direttivo di Canazei

Filippo Debertol (presidente), Walter Nicolodi, Osvaldo Debertol, Mattia Micheluzzi, Antonio Leonetti, Matteo Mattinzioli, Matteo Riz, Antonio Marchioni, Michele Soraruf; per l'extralberghiero Francesca Debertol ed Ezio Croce.

Anche l'assemblea annuale della sezione dell'ASAT dell'Alta Fassa, quest'anno è coincisa con i rinnovi statutari di presidente e direttivo.

Una riunione molto partecipata e, di fronte ai numerosi ospiti e soci, il presidente uscente **Filippo Debertol** ha introdotto il lavori ricordando gli impegni ed i risultati raggiunti durante i quattro anni del suo mandato. Ha anche sottolineato l'importanza di avere una persona all'interno della Giunta esecutiva dell'Asat provinciale, in rappresentanza di una delle zone più importanti dal punto di vista turistico.

Dopo Debertol la parola è passata agli ospiti. A partire da **Elisa Maccani** che, in rappresentanza della Società Funivie Buffaure S.p.A., ha parlato della situazione degli impianti sciistici ed ha definito la stagione invernale passata come una delle migliori degli ultimi anni, nonostante dicembre abbia visto poca neve e molto vento. Da parte sua, il presidente dell'Apt **Fausto Lorenz** ha avuto modo di presentare il programma estivo per la valle, riferendosi soprattutto all'importanza di sentieri per il turismo; ha poi ricordato i numerosi eventi tra i quali il *Val di Fassa Enduro World Series*. È poi intervenuto il presidente provinciale dell'Asat **Giovanni Battaiola**. A lui il compito di ricordare i numerosi momenti

Foto Berlanda

L'Alta Val di Fassa in assemblea

di confronto sul territorio che sono serviti a far emergere "molti stimoli da portare poi alla parte politica che ci governa, con la quale dobbiamo mantenere uno stretto rapporto per portare avanti le nostre richieste" ha affermato. Battaiola ha ribadito come l'Asat abbia ormai da tempo intrapreso un lavoro importante con il mondo della scuola professionale, pensando all'alternanza con il lavoro, ai tirocini ed agli *stages*, perché uno dei problemi più sentiti è proprio quello del personale, che deve essere preparato e motivato. Si è poi parlato di formazione e dei progetti legati al *For.Te.*, il fondo che permette alle aziende di avere formazione gratuita per i propri lavoratori, nonché di viabilità e mobilità in valle e verso il Trentino in genere. Dopo gli interventi dei soci presenti, è stato nominato il nuovo Consiglio Direttivo della Sezione che, all'unanimità, ha poi rinnovato Filippo Debertol alla carica di presidente di sezione scegliendo come vice **Walter Nicolodi** ed **Ezio Croce** (quest'ultimo in rappresentanza della zona di Campitello).

A FOLGARIA E LAVARONE SI PUÒ LAVORARE SU PROGETTI ED INTENTI COMUNI

L'Altopiano dovrà avere una visione unitaria

Anche le sezioni degli altipiani cimbri si sono riunite in assemblea; ne è nato l'impegno che in futuro si lavorerà su intenti comuni, nell'interesse del turismo dell'intero ambito

Il direttivo di Folgaria

William Gatti (presidente), Karin Rech (extralberghiero), Stefano Plotegher, Giorgio Pola, Rosaria Dalprà, Barbara Toller, Nicolò Plotegher.

Il direttivo di Lavarone

Massimo Osele (extralberghiero - presidente), Cecilia Bolzon, Cristina Gheser, Andrea Slaghenaufi, Ivan Vettorazzi.

ROVERETO E VALLAGARINA, UNA VALLE PER UNA VACANZA CHE NON HA STAGIONI

Mauro Nardelli riconfermato presidente

Il direttivo di Rovereto

Mauro Nardelli (presidente), Nicola Campostrini, Enrica Bettini, Loris Cimonetti e Tomas Benedetti.

All'assemblea annuale della sezione dell'ASAT di Rovereto e Vallagarina, il presidente uscente **Mauro Nardelli** ha evidenziato il lavoro fatto nel mandato scorso ma, soprattutto, ha cercato di sviluppare delle riflessioni di prospettiva, partendo da come fare a capire dagli ospiti stessi le indicazioni sul futuro della promozione e della commercializzazione turistica a Rovereto e Vallagarina: "Cresce sempre di più la volontà e la disponibilità degli operatori economici del turismo di collaborare e essere attori primari con i soggetti che si occupano di promozione e commercializzazione turistica. Siamo un territorio che, con le sue peculiarità, può e deve essere promosso e vissuto per una vacanza durante tutto l'arco dell'anno, in ogni stagione". Un'altra riflessione per il futuro Nardelli l'ha quindi rivolta alla capacità che possono avere Rovereto e la Vallagarina di attrarre e calamitare grandi flussi turistici, rafforzando l'interesse economico di una molteplicità di soggetti. Che non vuol dire solo pensare a clienti e viaggiatori, ma anche ai soggetti che muovono le persone e quindi Tours Operator e compagnie di grandi viaggi. E per stimolare il turista non bastano più i "luoghi", ma è necessario che essi interagiscano con il territorio: "Il turista chiede di sognare, fantasticare e sentirsi partecipe del territorio in cui fa le vacanze". E, a tal proposito, non poteva essere dimenticato il forte legame che ormai c'è tra il turismo e l'enogastronomia di una determinata zona. "Ma - secondo Nardelli - deve essere messo tutto a sistema, coinvolgendo sicuramente i produttori, ma anche l'arte, la cultura, i sistemi dell'agroalimentare e della gastronomia, nell'ottica di un turismo annuale". Infine, Nardelli ha chiesto più collaborazione con le Apt vicine di Trento, del Garda e dell'Alpe Cimbra, finanche coinvolgendo la città di Verona, che assieme possono creare rete e sistema per essere ancora più attrattive ed aumentare il target turistico.

LE RIUNIONI DEI SOCI DELLE GIUDICARIE E RENDENA

Avanti tra conferme e novità dal Chiese a Campiglio

Anche i soci delle valli del Sarca e del Chiese si sono riuniti per le loro assemblee annuali e per la nomina degli organi statutari, dalle quali sono emerse conferme, ma anche qualche novità, nelle persone che guideranno le sezioni per il prossimo mandato.

Marco Masè

Cecilia Maffei

Il direttivo della sezione Pinzolo

Cecilia Maffei (presidente), Stefano Fiameni, Cristiana Marzoli, Daniele Maestri, Matteo Amadei e Sabrina Mosna (extralberghiero)

Il direttivo della sezione Val del Chiese

Ferruccio Luzzani (presidente), Stefano Brunelli, Emilio Franzoi, Silva Valenti; Ascanio Zocchi (extralberghiero)

Il direttivo della sezione Terme di Comano

Alessandro Alimena (presidente), Paolo Brunelli, Tania Guetti, Mauro Fruner e Alberto Bosetti

Il direttivo della sezione Madonna di Campiglio

Marco Masè (presidente), Paola Cozzio e Ezio Alimonta (extralberghiero)

La IV Giornata Europea del Rifugio

3' e 45"

Appuntamento domenica 23 giugno. E ritorna anche *Bande in vetta*

Accademia della Montagna del Trentino ha condiviso con l'Associazione Gestori Rifugi del Trentino, la S.A.T., la Federazione Trentina dei Cori, la Fondazione Dolomiti Unesco e Trentino Marketing la volontà di riproporre anche quest'anno la *Giornata europea del Rifugio* con l'obiettivo di dare visibilità e valore alle strutture che storicamente presidiano la montagna e ne favoriscono la fruizione.

Anche per questa edizione si è ritenuto di caratterizzare la giornata con due proposte.

In primo luogo, continuando con l'azione di sensibilizzazione sul progetto *Rifugio Cardioprotetto* che ha come obiettivo l'acquisto di defibrillatori semiautomatici con cui dotare alcuni rifugi. I fondi raccolti l'anno scorso hanno permesso di acquistare dieci defibrillatori, consegnati ad altrettanti rifugi nel corso di una apposita cerimonia che si è tenuta al MUSE lo scorso mese di aprile.

In secondo luogo, si terranno le esibizione di alcuni cori popolari trentini distribuiti sul territorio a copertura di tutti gli ambiti.

La giornata quest'anno si svolgerà domenica 23 giugno 2019 e, in caso di mal tempo, verrà rinviata a domenica 7 luglio 2019. L'evento verrà pubblicizzato anche tramite una cartolina dedicata e caratterizzata dall'artista trentino **Matteo Boato** da distribuire nei rifugi: ogni anno infatti un artista diverso celebrerà la Giornata Europea dei Rifugi con un proprio lavoro.

E sempre sulle cime trentine ritroveremo *Bande in vetta*, l'iniziativa culturale e di intrattenimento promossa dalla Federazione dei Corpi Bandistici della Provincia di Trento, ancora una volta in collaborazione con l'Associazione Gestori Rifugi del Trentino e con il supporto dell'Assessorato al Turismo della Provincia Autonoma di Trento e di Trentino Marketing.

Giunta alla quarta edizione, Bande in vetta porta 14 compagini bandistiche ad esibirsi presso altrettanti rifugi delle montagne trentine durante i fine settimana di luglio, agosto e settembre 2019. Ai frequentatori dei rifugi, avamposti incastonati nelle cattedrali montane più suggestive così come agli amanti della natura e della musica, verranno regalate note ed emozioni per vivere ancora più intensamente la loro esperienza all'ombra delle vette trentine. La Federazione dei Corpi Bandistici del Trentino raccoglie 82 corpi bandistici, 4 fanfare alpine e una cinquantina di bande giovanili: circa seimila "bandisti", di cui quasi la metà sono giovani ragazzi, che perpetuano una tradizione consolidata e che in un percorso musicale di continua crescita qualitativa, si prefiggono di condividere i valori culturali della propria terra con i concittadini e i numerosi ospiti che scelgono il Trentino per le proprie vacanze. Gli appuntamenti inizieranno la mattina fino al primo pomeriggio. Alle ore 12 tutte le Bande suoneranno l'*Inno al Trentino* e l'*Inno alla Gioia*.

Foto Daniele Lira

In giugno i rifugi trentini ospiteranno la loro *Giornata Europea*

OGP
Illustrazione:
Elia Rossi

Forza dalla Natura.

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

A fianco degli operatori del settore turistico,

Contattaci oggi per ottenere le migliori agevolazioni.

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

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

100% ENERGIA PULITA · DOLOMITI ENERGIA

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

L'assemblea annuale dei B&B di qualità

Stefania Angeli

4' e 35"

Si è tenuta il mese scorso, a Trento nella sede di Trentino Marketing, l'assemblea annuale dell'associazione *B&B di qualità*, la compagine guidata da **Stefania Angeli**.

Un'assemblea molto partecipata, che ha visto la presenza dell'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni** oltre ai rappresentanti dell'Asat. All'inizio della riunione, nel suo saluto Failoni ha ancora una volta confermato l'attenzione da parte della Provincia nei confronti del mondo dei B&B qualificati, nonché la sua volontà di aiutare l'associazione "perché siete una nicchia di mercato che all'interno del Trentino crea economia - ha detto - ai vostri ospiti date da dormire e una prima colazione, ma poi il cliente va nei ristoranti generando indotto anche alle altre aziende". Failoni ha anche assicurato che rappresentanti dell'associazione siederanno al Tavolo Azzurro della promozione.

Dopo i saluti ufficiali, la presidente Angeli ha presentato la relazione sull'attività svolta dal nuovo direttivo, che nel proprio mandato si era posto come compito primario quello di rendere più ampio ed efficace il raggio di azione dell'associazione sul territorio. A tal fine, è stato ricordato che i B&B di qualità sono presenti nel gruppo di lavoro interno del Tavolo del gusto.

Angeli ha poi fatto riferimento al costante lavoro ed impegno a favore dei soci in sede amministrativa e giuridica, ai corsi di formazione che durante l'anno vengono organizzati, nonché alle convenzioni in essere in favore dei soci, tra cui quella nuova con il consorzio *Cape* per ottenere energia elettrica o metano con ottimi sconti.

È stato rimarcato dalla presidente che instancabilmente durante l'anno e nelle sedi dovute ha richiesto una riduzione delle quote Apt in modo che tutti gli associati possano aderire al sistema Feratel.

L'associazione durante il 2018 si è dotata di partita Iva, necessaria ai fini di fare attività di *co-marketing* e accedere agli eventuali fondi. Nel frattempo, si è partecipato a tre fiere (Bologna, Bergamo e Lugano). Sono stati distribuiti circa tremila flyer appositamente stampati da Trentino Marketing. Inoltre, l'associazione era presente a Riva Expo Hotel con un proprio *workshop* in collaborazione con l'Asat.

Per il sito istituzionali, rispetto all'anno precedente si registra un leggero calo delle visite ma, ha chiarito **Virna Pierobon** responsabile del progetto marketing e web, questo è dovuto dalla nuova *policy* dei *cookie*; il sito è comunque in lavorazione e verranno fatte delle modifiche di aggiornamento con nuove funzioni.

La parte privata si è poi conclusa, dopo il dibattito, con l'approvazione del rendiconto consuntivo 2018 e del preventivo 2019.

Nella parte aperta al pubblico, è stato proposto un interessante intervento di **Anna Dorigoni** (Apt Valsugana) che ha presentato una analisi sui B&B di tutto il Trentino, comparando quelli di qualità e quelli non di qualità. Dall'analisi emerge chiaramente come i B&B di qualità hanno un trend di presenze in percentuale maggiore rispetto agli altri, conferma che la qualità del prodotto premia.

Foto Berlanda

Un momento della parte ufficiale dell'assemblea B&B

La presidente Stefania Angeli sottolinea il lavoro con l'Asat

Al vicepresidente **Andrea Daprà** è toccato esporre il progetto *Qualità e Fidelizzazione dell'ospite* mentre **Anna Malfatti** e **Mirta Valentini** hanno presentato un'analisi di Trentino Marketing sui temi dell'ospitalità alternativa e sulle modalità di prenotazione *online*. Dopo il classico giro di parola tra gli associati presenti, la riunione si è doverosamente conclusa con un momento conviviale a base di prodotti trentini.

“Stati Generali della montagna”

Valorizzare l’offerta turistica extralberghiera nel rispetto delle stesse regole

Il presidente Giovanni Battaiola

Nei giorni scorsi il Presidente dell’Asat **Giovanni Battaiola** è intervenuto con una nota inviata ai rappresentanti dell’Associazione nei tavoli di lavoro promossi nell’ambito del progetto “**Stati Generali della montagna**”.

Afferma Battaiola: “Nell’ambito della discussione e della documentazione che è stata messa a disposizione, viene trattato il tema dell’ospitalità nelle sue varie forme tra cui quello delle seconde case, dell’ospitalità diffusa, dell’albergo diffuso e delle altre forme di ospitalità “alternativa”. Il tema - continua il Presidente - è centrale in qualsiasi riflessione e proposta che interessi il turismo.

Ci preme evidenziare alcuni aspetti, che abbiamo avuto modo di discutere a livello provinciale nei nostri organi dirigenti ma anche ripetutamente nei nostri incontri territoriali, non ultime le assemblee elettive che stiamo svolgendo in questi giorni.

Queste le principali questioni emerse.

Il territorio e il paesaggio sono una componente rilevante (se non la *più* rilevante) dell’offerta turistica trentina e la loro tutela e valorizzazione sono assolutamente importanti. In questo contesto va ribadita la nostra contrarietà all’aumento del numero delle seconde case e alla cancellazione della norma che attualmente ne limita la crescita.

3’ e 25”

Nello stesso tempo siamo consapevoli della presenza sul territorio di un patrimonio edilizio di cui va evitato il degrado e che va valorizzato all’interno dell’offerta turistica trentina.

Questo patrimonio, unitamente alle forme di ospitalità extralberghiera di tipo non imprenditoriale, va appunto valorizzato ma in un contesto di rispetto di regole già esistenti e di altre che sono oggetto di discussione e definizione, a partire dall’adozione di un Codice Identificativo per poter operare.

Va evitato che nel settore turistico ci siano forme di concorrenza sleale tra attività imprenditoriali soggette a regole e tasse e altre che sono invece prive di regole e spesso elusive di quelle esistenti in materia di pubblica sicurezza, comunicazioni Istat, imposta di soggiorno, tassazione, per citare le principali.

La valorizzazione di queste attività deve inoltre inserirsi in un processo di qualificazione e miglioramento dell’offerta turistica trentina, non escludendo un sistema che ne stabilisca il livello ovvero la qualità strutturale e dei servizi delle stesse.

Un ultimo aspetto ci preme sottolineare, ovvero quello dell’impatto sul territorio in termini di sovraccarico antropico, di pressione ambientale e sulle infrastrutture, di mobilità messa in crisi, di peggioramento della qualità ambientale e di vita di residenti e di ospiti”.

Foto Alberto Mosca

Gli studenti delle scuole alberghiere troveranno ancora opportunità nelle aziende trentine

Tirocini estivi, gli albergatori ospitano ancora gli studenti

Prosegue l'accordo tra Asat e Provincia per l'alternanza scuola lavoro

3' e 15"
Andrea Rudari

Sono anni ormai che le norme in materia scolastica hanno aperto le porte delle imprese alla presenza dei giovani studenti di tutte le scuole superiori, che abbiano intenzione di avvicinarsi al mondo del lavoro. Al di là dei periodi obbligatori in corso di anno curriculare, l'estate è ancora un buon momento per fare tutto ciò attraverso l'istituto dei *tirocini estivi*, una occasione per agevolare l'incontro tra le scuole ed il mondo del lavoro. In particolare, anche quest'anno si rinnova con gli istituti alberghieri trentini la convenzione che dà la possibilità ai giovani studenti delle scuole alberghiere di effettuare tirocini estivi non curricolari nelle nostre aziende turistiche. Un argomento, quello dell'alternanza scuola lavoro, molto caro all'Asat che a suo tempo aderì a questa convenzione per favorire, attraverso l'attività in azienda, la realizzazione di progetti formativi di orientamento e di addestramento pratico dei giovani studenti del secondo ciclo di istruzione e formazione professionale.

"È un'esperienza che avvicina i ragazzi al mondo del lavoro - ha sempre sottolineato l'Asat - ed offre opportunità di reciproca conoscenza, come del resto già accade in molti altri Stati europei".

Il tirocinio verrà riconosciuto all'interno del *curriculum* scolastico. Alle scuole alberghiere è affidato il compito di redigere un progetto formativo *ad hoc* per ogni ragazzo, che dovrà riportare i contenuti, la durata e le modalità di realizzazione dei tirocini. Inoltre, la scuola deve individuare un tutore ed un referente responsabile del progetto.

La convenzione coinvolge gli associati dell'Asat e gli allievi del settore turistico alberghiero dei corsi presso gli istituti di Ossana, Riva del Garda, Primiero, Tesero, Tione di Trento, Rovereto e Levico.

In base alla deliberazione provinciale che disciplina la materia, i tirocini estivi non possono avere una durata superiore a tre mesi.

L'importo dell'indennità di partecipazione al tirocinio (che non è un rapporto di lavoro vero e proprio, ma solo di un periodo di formazione) non può essere inferiore a 300 euro lordi mensili o 70 euro lordi settimanali e non può superare i 600 euro lordi mensili. L'albergatore che ospita lo studente provvede ad assicurare il tirocinante contro gli infortuni sul lavoro presso l'Inail, nonché per la responsabilità civile presso compagnie assicurative impegnate nel settore.

Per ogni ulteriore informazione utile, basta contattare i referenti dell'iniziativa presso i nostri uffici in Associazione a Trento: Nicola Minatti ed Andrea Rudari - 0461.923666.

Il bando della Camera di Commercio per la digitalizzazione delle imprese

3' e 35"

Le domande vanno presentate dal 10 aprile al 15 luglio 2019

Elaborato dal Governo per affrontare le sfide della quarta rivoluzione industriale, il *Piano nazionale Impresa 4.0* rappresenta una grande occasione per tutte le aziende che vogliono cogliere le opportunità legate alla rivoluzione digitale. Fra i soggetti istituzionali che hanno un ruolo attivo in questo ambito, vi sono anche le Camere di Commercio nazionali.

Dall'aprile 2017 la Camera di Commercio di Trento aderisce al progetto *Punto impresa digitale* al fine di incentivare la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle micro, piccole e medie imprese (*MPMI*) appartenenti a tutti i settori economici della provincia di Trento. Il progetto, di durata triennale (2017-2018-2019), è promosso da Unioncamere in collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico ed è condiviso, a livello locale, dalla Provincia Autonoma di Trento.

In riferimento a tale iniziativa la Camera di Commercio di Trento ha pubblicato un bando, con una dotazione finanziaria complessiva di 270 mila euro, rivolto alle MPMI del Trentino per sostenere l'acquisto di beni o servizi finalizzati all'attivazione di processi di digitalizzazione o all'ammodernamento tecnologico. Fra i principali ambiti tematici ammessi a contributo si segnalano la manifattura avanzata, la realtà aumentata, l'*Internet of things (IoT)*, il *cloud*, la *cybersicurezza*, i sistemi di *e-commerce* e di pagamento mobile e/o via Internet, l'automazione di processo e molti altri.

L'intervento della Camera di Commercio arriva fino al 70% delle spese ammissibili e rendicontate per un importo massimo di Euro 10.000 a fronte di spesa minima di Euro 5.000,00. Le spese di consulenza e formazione devono rappresentare almeno il 50% delle spese ammissibili. Gli aiuti, accordati sotto forma di *voucher*, sono concessi in regime *de minimis* fino ad esaurimento delle risorse disponibili. Sono ammesse le spese sostenute a partire dal 1° gennaio 2019 e fino al 120° giorno successivo alla data di avvenuta conoscenza dell'ammissione della domanda. Il contributo viene erogato dopo la rendicontazione da effettuarsi entro 140 giorni dalla data di avvenuta conoscenza dell'ammissione della domanda secondo le modalità previste dal Bando. I soggetti in possesso dei requisiti previsti dal bando potranno presentare domanda all'Ente a mezzo PEC, mediante l'apposito modulo scaricabile sul sito *www.tn.camcom.it*, nel periodo compreso fra il 10 aprile e il 15 luglio 2019.

Per ogni altra informazione si rinvia al bando scaricabile dalla home page del sito camerale (sezione "AVVISI").

Ormai anche il turismo vive nel digitale

Abbiamo il piacere di invitarVi e di incontrarci alla

73ª ASSEMBLEA ANNUALE

dell'Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche
della Provincia di Trento

che si terrà

Martedì 4 Giugno 2019

presso

Cantina Rotari - Palarotari

Via del Teroldego, 1/E - 38016 - Mezzocorona (Trento)

ore 9.00 Parte Privata
Approvazione bilanci
consuntivo 2018 e preventivo 2019

ore 10.00 Parte Pubblica
Relazioni istituzionali
Interventi degli ospiti
Consegna delle "Stelle dell'Albergatore"

A seguire convivialità a tavola

Preghiamo cortesemente di confermare la propria presenza entro
il 2 giugno, inviando una mail a asat@asat.it o chiamando lo 0461 923666 - int1

Cibo vero, luoghi comuni

3' e 30"

Alberto Mosca - giornalista e insegnante Cfp Ossana

Temi importanti per la cena-evento del Cfp Enaip Alberghiero di Ossana

Foto Mosca

Ottimi piatti serviti alla cena-evento di Ossana

Quo vadis: a cena, tra luoghi veri e luoghi comuni: questo il titolo della cena-evento andata in scena lo scorso mese di aprile nella sede del Centro di formazione professionale Enaip Alberghiero di Ossana, in Val di Sole.

Un appuntamento che ormai da quasi un decennio accompagna la chiusura dell'anno formativo e che ogni volta propone una speciale serata a tema; un'occasione nella quale i ragazzi del quarto anno di enogastronomia hanno proposto, accompagnati da docenti interni ed esterni, un viaggio attraverso i luoghi reali della cucina e i luoghi comuni, popolati da falsi miti e *fake news* intorno al cibo.

Ospiti della cena rappresentanti istituzionali e del settore alberghiero e ricettivo provenienti dalla Val di Sole e dalla vicina Val di Non, importante bacino di utenza per la sede di Ossana. Dopo i saluti del direttore del centro, **Luca Branz**, e del dirigente generale del Dipartimento istruzione e cultura della Provincia autonoma di Trento, **Roberto Ceccato**, i ragazzi, accompagnati da *chef* e *maitre*, hanno illustrato agli ospiti la filosofia, la composizione e la preparazione dei piatti proposti, con gli chef **Toni Cafarelli** (Sicilia/Trento), **Loris Indri** (Venezia), **Binoy Krishna Podder** (India-Roma), **Andrea Voltolina** (Padova); tramite brevi interviste hanno illustrato al pubblico il loro modo di intendere la valorizzazione di unicità di prodotto, progetti di recupero di produzioni ittiche tradizionali in un'ottica di sostenibilità ambientale e cultura delle materie prime; descritto il rapporto che esiste tra la cucina etnica e la "creazione" di un gusto vicino alla sensibilità occidentale; infine, la necessità di buoni maestri che nell'ambito scolastico siano i primi a credere nelle potenzialità dei ragazzi, instillando quel seme di passione e creatività da sviluppare negli anni successivi. Non sono mancati momenti di gioco interattivo, con i ragazzi bravi a coinvolgere gli ospiti in una sorta di quiz sui temi dei luoghi comuni, fake news e falsi miti e credenze riguardo al cibo.

Una serata che conferma il livello raggiunto dal centro di Ossana e la sua continua voglia di innovare il proprio modo di porsi di fronte al territorio di riferimento: "Ancora una volta - conclude il direttore Luca Branz - abbiamo contato sull'entusiasmo dei nostri ragazzi, che crescono di pari passo alle soddisfazioni che danno a noi, alle loro famiglie, al territorio e alla sua economia turistica: da parte nostra, un processo che continua, portato avanti attivamente, con convinzione e orgoglio".

L'ASAT promuove la cultura

Numerose le convenzioni per avvicinare gli ospiti alla storia, all'arte e alla cultura del Trentino

3' e 50"

Il Trentino è per tutti sinonimo di vacanza in montagna ed all'aria aperta. Una terra che richiama piste innevate e cime coperte di bianca coltre l'inverno, oppure laghi e passeggiate per prati, boschi e sentieri sulle alte cime in estate. Una notorietà legata quindi alle bellezze naturali ed alla possibilità di conoscerle ed apprezzarle da vicino. Tuttavia, anche gli aspetti storico-culturali possono essere veicolo di promozione e di richiamo per la nostra terra. Senza fare paragoni con altre zone artisticamente ben più ricche, sono ormai molte le opportunità di questo tipo che, a vario titolo, possono essere offerte ai nostri ospiti come motivo principale o di complemento per una visita nella nostra terra.

Con questa convinzione, l'Asat ha sviluppato una rete di accordi e partnership con musei, castelli e cantine vitivinicole che permettono al visitatore in ferie in Trentino di usufruire, tramite *coupon*, di condizioni d'accesso esclusive. L'iniziativa, partita nel 2009 e poi rinnovata annualmente, ha permesso finora di avvicinare numerosi albergatori, B&B di Qualità e rifugi ed oltre 17.000 dei loro Ospiti alla storia, cultura ed arte del territorio del Trentino. Nel corso degli anni, Trentino Marketing e le Apt d'ambito hanno sviluppato la Trentino Guest Card, che permette agli ospiti di accedere gratuitamente a numerosi servizi e all'offerta culturale e museale del Trentino. Tuttavia, l'ASAT ha ritenuto di confermare e di sviluppare ulteriormente l'iniziativa in quanto la proposta può esse valida per i clienti "*di una notte*" che non possono avere la Trentino Guest Card e possono essere proposti dai Soci ASAT che non aderiscono alla Trentino Guest Card. I soggetti che hanno accettato la proposta di Asat sono:

- Castello del Buonconsiglio, Castel Beseno, Castel di Stenico, Castel Thun, Castel Caldes;
- MUSE e Museo Diocesano di Trento, Museo del Rame di Ravina, Museo degli Usi e Costumi di San Michele all'Adige, Museo Ladino di Vigo di Fassa, Mart di Rovereto, Galleria Civica di Trento, Museo Storico Italiano della Guerra di Rovereto, Reptiland a Riva del Garda;
- Spumanti Ferrari, Distilleria Marzadro, Distillerie Villa de Varda, Distilleria Bertagnolli, Cantine Pisoni, Antica Erboristeria Cappelletti, Museo Foletto, Museo del Caffè Rovereto.

Come funzionano i coupon?

I coupon sono stati inviati a tutti i nostri soci che li possono stampare e, dopo averli timbrati, li possono consegnare all'ospite per poi presentarli alle Casse ed avere diritto alle condizioni esclusive di accesso.

Per ottenere informazioni su musei e castelli

Ogni coupon riporta il numero di telefono specifico dell'Istituzione culturale a disposizione per informazioni più dettagliate.

Per informazioni sul progetto Asat "Turismo e Cultura" contattare la referente dell'iniziativa presso i nostri uffici in Associazione a Trento: Monica Basile - 0461.923666 int. 3; e-mail: m.basile@asat.it.

Foto Carlo Bertoni

Castel Beseno, simbolo della storia trentina

I laghi trentini si fanno belli nel mondo

Tanti riconoscimenti ad ambiente e acqua pulita

4' e 00"
Andrea Rudari

Che questo sia proprio l'anno dei laghi trentini? Parrebbe di sì, stando alle notizie che appaiono qua e là sulla stampa italiana ma non solo.

Così, scopriamo che il l*ago di Levico* e il *lago di Ledro* sono tra i sette specchi d'acqua delle Alpi che vanno assolutamente visitati: questo è il giudizio che il prestigioso quotidiano londinese *The Times* riporta in un approfondimento tematico pubblicato nella sua piattaforma internet, per presentare ai lettori quelli che sono definiti "sette incantevoli laghi dell'arco alpino, imperdibili".

Il Times ricorda che il lago di Levico è "incastonato tra le colline del Trentino, dove si fondono le culture italiana e austriaca. È scenicamente impressionante: le acque limpide riflettono le montagne lussureggianti e i piccoli paesi che si affacciano. Inoltre, fai un'escursione nei dintorni e potresti incontrare resti di fortezze e trincee della prima guerra mondiale o sculture contemporanee della galleria all'aperto di Arte Sella".

Quanto al lago di Ledro, il Times ricorda che ha "le acque tra le più pulite d'Europa, perfette per gli sport acquatici, così come il territorio si presenta ideale per una lunga serie di attività *outdoor*". Il giornale londinese ricorda anche gli insediamenti sulle palafitte risalenti all'Età del Bronzo, che si trovano proprio sulle sponde del lago.

Da dire che il Times cita solo tre laghi italiani: con Ledro e Levico ci sono il lago di Iseo in Lombardia. Gli altri sono il *Fuschl* e l'*Achensee* in Austria, il *Thun See* in Svizzera, e il *Lago Bohjin* in Slovenia.

Ma non finisce qui la gloria dei nostri laghi: il lago di Tenno ottiene forse l'inaspettato riconoscimento di offrire ai propri ospiti una delle 15 spiagge più belle d'Italia. Una cosa incredibile, se pensiamo che di solito il Trentino viene citato per le montagne e la neve; eppure *Skyscanner* (il motore di ricerca internazionale di voli) lo ha selezionato e la notizia è stata rilanciata dal canale "viaggi" dell'Ansa.

La classifica stilata da Skyscanner (nella quale il laghetto guadagna l'11ª posizione) è un appuntamento ormai immancabile di primavera che premia quindici tra le cale e insenature più belle della Penisola. La scelta delle spiagge è fatta tenendo conto di diversi fattori: la pulizia, lo stato delle acque, l'unicità del paesaggio circostante e, non da ultimo, i commenti che i viaggiatori hanno lasciato sui canali *social*. Marche, Campania e Puglia "reginette d'Italia" con più di una destinazione, ma la vera *new entry* è proprio il Trentino.

Il lago di Tenno, in verità non nuovo a menzioni particolari, si ritrova in classifica assieme a posti come La Maddalena, l'Elba, Palinuro, San Vito Lo Capo solo per citarne alcuni.

Ecco la motivazione del riconoscimento: "Arriviamo in Trentino, dove si trova il pittoresco e meraviglioso Lago di Tenno. Acque di un turchese intenso lambiscono lidi solitari dove rilassarsi al sole e concedersi attimi di assoluto relax. È anche il posto giusto per portare con voi i vostri amici a quattro zampe, vista la presenza di un'organizzata *bau beach*".

Foto Carlo Baroni

Il londinese *The Times* rende merito al lago di Levico

Offerta valida fino al 31/05/2019 su Ford Mondeo Titanium Business Hybrid wagon 2.0 187CV Hybrid eCVT Automatico Euro 6d-temp, grazie al contributo dei Ford Partner che aderiscono all'iniziativa. Offerta Noleggio a Lungo Termine – Ford Business Partner: 36 mesi/50.000 Km, anticipo € 0. Il canone mensile comprende: Immatricolazione e Bollo, Assicurazione RCA (massimale 26mln, franchigia € 250), Copertura Furto (franchigia 10% su Eurotax Blu) Kasko/Incendio (Franchigia € 500), PAI assicurazione infortuni sul conducente (massimale € 150.000 franchigia 3%), Manutenzione Ordinaria e Straordinaria, Assistenza Stradale, Gestione Sinistri. Spese apertura pratica € 150 addebitate con il primo canone. Gli importi riportati sono calcolati sul valore medio assicurato e potranno subire scostamenti. Salvo approvazione. Ford Business Partner è un marchio di FCE Bank plc. ALD Automotive Italia srl per Ford Business Partner. Le vetture in foto possono riportare accessori a pagamento. Ford Mondeo Hybrid: **consumi da 4,2 a 5,0 litri/100 km (ciclo misto); emissioni CO2 da 96 a 113 g/km.**

ENTRA NEL MONDO

FORD HYBRID

Consumi ridotti
CO2 da 96 g/km

Hybrid Self-Charging
Liberi dalla ricarica

Sistema di frenata
rigenerativa

Il massimo
dell'efficienza

Entra nel mondo dell'Ibrido con Ford ALL-INCLUSIVE

La tecnologia Ford Hybrid è **self-charging**: grazie alla doppia alimentazione composta da un motore a benzina 2.0 da 187 CV e 2 motori elettrici non è necessario alcun collegamento alla rete elettrica. In più, la **tecnologia di frenata rigenerativa** recupera fino al 90% dell'energia, per ricaricare la batteria. E da oggi la tecnologia dell'ibrido Ford è anche Wagon: a bordo della nuova Mondeo Wagon Hybrid hai **fino a 1.508 litri di capacità di carico del bagagliaio** e pianale piatto per facilitare carico e scarico. Consumi da 4,2 a 5,0 litri/100 km (ciclo misto); emissioni CO2 da 96 a 113 g/km.

MONDEO WAGON

H Y B R I D

2.0 187 CV Cambio Automatico

ANTICIPO ZERO

€ 395 AL MESE
IVA ESCLUSA

CON **NOLEGGIO FORD 36 MESI/50.000 KM**

Servizi inclusi:
- Bollo, Assicurazione RCA, Furto Kasko/ Incendio e infortunio sul conducente
- Manutenzione Ordinaria e Straordinaria, Assistenza Stradale • Gestione Sinistri.

Ford

MARGONI
WWW.MARGONIAUTO.COM

TRENTO
Via Bolzano 61
T. 0461 957311

ARCO
Via S.ta Caterina, 53
T. 0464 520069

VOLANO
Via Panizza,51
T. 0464 432277

L'anno del turismo lento

Dopo la presentazione dell'*Atlante digitale dei cammini* - il nuovo portale del MiBAC dedicato a chi vuole viaggiare a passo lento - il 2019 sarà l'anno dei viaggi alternativi e sostenibili: treni storici con vista panoramica, ciclovie, viaggi a cavallo e, naturalmente, trekking in montagna, per definizione uno dei luoghi in cui il turismo lento, inteso come camminata e ascesa, si espleta al suo massimo grado.

L'iniziativa prende le mosse da un progetto dell'ex Ministro dei Beni Culturali e del Turismo, **Dario Franceschini**, che aveva annunciato: "Come il 2016 è stato l'anno nazionale dei cammini, il 2017 l'anno nazionale dei borghi e il 2018 l'anno del cibo italiano, il 2019 sarà l'anno del turismo lento. Si tratterà di un ulteriore modo per valorizzare i territori italiani meno conosciuti dal turismo internazionale e rilanciarli in chiave sostenibile favorendo esperienze di viaggio innovative. Investire sul turismo sostenibile", aveva chiosato, "è una strategia di sviluppo che ha come fine la tutela e la riproposizione di luoghi, memorie, conoscenze e artigianalità che fanno del nostro Paese un posto unico: un circuito di bellezza straordinariamente diffuso lungo tutto il suo territorio fisico e nel corso di secoli di civiltà. Una strategia fondamentale per governare la crescita dei flussi turistici che ci attendiamo per i prossimi anni".

In verità i riferimenti alla montagna, definita centrale in questo tipo di turismo, propendono verso un turismo fatto di piccoli borghi e di botteghe artigiane tutto l'anno, di passeggiate con le racchette da neve in inverno e di percorsi dolci in estate, corredati da ippovie, cicloturismo, birdwatching e navigazione fluviale. Quasi che la fatica legata allo sport e all'attività fisica all'aria aperta fosse mal conciliabile con il concetto stesso di lentezza e di natura.

Viaggi alternativi e sostenibili, valorizzare i territori meno conosciuti

In realtà, escludendo tale dimensione dai piani di marketing del turismo lento, si rischia di associare il medesimo a una fruizione meno giovane e più anziana della vacanza, perdendo potenziali e significative quote di mercato. Una deriva sbagliata in quanto l'idea di viaggiare lentamente è da intendere, più che altro, in relazione alla sostenibilità ambientale del viaggio stesso. Come ha dichiarato l'UNCEM (*Unione Nazionale Comunità Enti Montani*) questo tipo di turismo è "dedicato a chi vuole viaggiare in Italia a passo lento. Quello che in montagna conosciamo benissimo. Passo lento e corto. Verso l'alto".

In tutte le stagioni il Trentino...

5' e 35"
Francesca Maffei

Un altro motivo di perplessità nasce dal fatto che il materiale promozionale, prodotto dagli enti preposti e riguardante l'Anno del Turismo Lento, incentiva soggiorni in bed and breakfast, fattorie didattiche, alberghi diffusi o similari.

Quasi come se invece la scelta di un hotel non soddisfacesse la ricerca di autenticità così come di attenzione all'impatto sull'ambiente e al risparmio energetico, caratteristiche queste che è invece molto più facile riscontrare in strutture ricettive con una certa dimensione e organizzazione, così come l'impiego di prodotti naturali e di ingredienti a km 0.

Quali sono pertanto i punti imprescindibili per essere inseriti negli itinerari *slow*?

Il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università di Trieste li riassume nello studio "*Destinazione Slow Up*":

- Autenticità: occorre evidenziare le unicità locali.
- Contaminazione: vanno stimolate le interazioni con la popolazione ospitante.
- Emozione: il coinvolgimento deve trasformarsi in un'esperienza multisensoriale.
- Lentezza: bisogna privilegiare ritmi più tranquilli e meno frenetici;
- Sostenibilità: ogni azione deve minimizzare l'impatto ambientale.
- Tempo: la programmazione deve puntare al miglioramento continuo della qualità totale.

Nulla che le PMI alberghiere trentine non possano offrire e che sono, anzi, molto probabilmente più preparate di tante altre forme di ospitalità, più o meno improvvisate, a mettere a frutto. Al di là che l'albergo sia "diffuso" o "concentrato".

Foto Thomas Grüner

Foto Pio Gerniani

...offre possibilità di essere scoperto anche in modo "lento"

L'assemblea di Federalberghi col ministro Centinaio e Briatore

6' e 10"

Barbara Bonura

"Siamo tornati a Capri dopo 30 anni. In questa perla del Mediterraneo, che è ormai un *brand* per il turismo internazionale, ci ritroviamo ora come allora ai nostri posti di combattimento con l'entusiasmo di sempre. Al contrario delle apparenze, lavorare nel nostro settore è molto duro. Oggi bisogna essere eroici per portare avanti la propria impresa nel mondo della ricettività. Con tutti i balzelli fiscali, le irregolarità intollerabili dovute all'abusivismo dilagante e di fronte ad uno scenario internazionale che ci sottopone ad una competizione feroce, solo dei visionari innamorati del proprio Paese possono riuscire a fronteggiare tale situazione, producendo anche risultati di valore per l'economia di casa nostra. Siamo e restiamo comunque degli ottimisti".

Ha commentato così il presidente di Federalberghi, **Bernabò Bocca**, l'apertura della 69ª Assemblea nazionale che quest'anno si è svolta nell'isola di Capri con la partecipazione di moltissimi titolari delle oltre 27mila imprese che compongono l'associazione.

Presenti anche i rappresentanti delle istituzioni, tra i quali il sindaco di Capri, **Gianni De Martino** ed il Ministro del turismo **Gian Marco Centinaio**.

Foto Il Giornale del Turismo

Da sinistra Flavio Briatore, Bernabò Bocca e Gian Marco Centinaio

Bocca: in prima linea per chiedere di aiutarci ad aiutare il turismo

Protagonista dell'assemblea di Capri nell'ambito della tavola rotonda moderata dal giornalista de *La7* **Andrea Pancani**, anche l'imprenditore e *businessman* **Flavio Briatore**, da sempre molto partecipe riguardo i temi legati al turismo nonché fautore di molte proposte volte a sostenerne la crescita.

"Il primo obiettivo che vogliamo portare a casa è la lotta all'abusivismo - ha dichiarato il Ministro Centinaio - perché non si può pensare di ragionare sul turismo, su progetti, su come promuovere il sistema Italia e ritrovarsi con alberghi che rispettano le leggi e le regole, e poi tutto il resto del mercato invece fa quello che vuole.

Proprio per questo stiamo lavorando sul codice identificativo per le strutture ricettive che confidiamo di avere al più presto - ha proseguito il ministro - uno strumento che potrebbe contribuire a far emergere il sommerso potrebbe essere la tassa di soggiorno. Personalmente sono sempre stato contrario e sarei per cancellarla. La situazione va a mio avviso rivista completamente. Andrebbe infatti introdotto nello "scopo" anche un metodo di rilevazione che, unitamente al monitoraggio dei flussi attraverso un sistema di *data intelligence* turistico più ampio, consenta di contribuire in maniera fattiva all'emersione dell'illegale e al contrasto dell'abusivismo. Dobbiamo ragionare con i Comuni e le Regioni, per delimitare in maniera chiara lo scopo".

"Partecipo alla vostra assemblea perché il turismo è un settore che mi interessa molto, una risorsa enorme che l'Italia ha e che andrebbe sfruttata al meglio" - ha dichiarato Flavio Briatore - "Sulla base dell'esperienze ed *expertise* del gruppo *Billionaire*, che opera nel campo della *hospitality* di lusso internazionale, spero di essere riuscito a dare spunti e suggerimenti validi. A questo proposito va detto che le indagini di mercato dimostrano che la richiesta di turismo di lusso sale. Il che per l'Italia è una grande opportunità. Ciò è sufficiente a farci capire che non va demonizzato! Bisogna imparare a capire che si può fare turismo di qualità, ecosostenibile, rispettando rigorosamente le peculiarità e le regole della natura creando comunque reddito e facendo il bene del Paese".

"Non credo che smetteremo mai di batterci e di rivendicare ciò che può fare bene al settore - ha detto ancora Bocca - Noi siamo qui anche per chiedere di aiutarci ad aiutare il turismo, per far spiccare il volo a questo comparto che, con le sue performance, sta dicendo a gran voce al Paese: Io valgo".

"Per questo ci vogliono professionisti capaci, quelli come solo l'Italia sa produrre. I manager del futuro. Peccato che poi ce li portino via. E che il futuro, i nostri giovani, in moltissimi casi debbano andare a costruirselo all'estero. Fuori dal proprio meraviglioso Paese".

"Se è vero che il turismo è un bene non delocalizzabile, perché dobbiamo delocalizzare i nostri talenti? Incentiviamoli invece a restare, potenziando la formazione e assecondando le tendenze secondo ciò che chiede questo mercato."

"Il turismo è settore dalle mille declinazioni - ha concluso il presidente di Federalberghi - moltissimi nuovi mestieri stanno nascendo in questo comparto, perché le nuove tecnologie ed i sistemi digitali rendono infinito il campo di applicazione del nostro lavoro. Non dimentichiamo che siamo una comunità che arriva a dare lavoro ad oltre 350mila persone."

"L'obiettivo è ambire a raddoppiare queste cifre - ha concluso il presidente nazionale - e bisogna farlo anche supportando l'espressione di nuove professionalità, sempre più necessarie al turismo, un universo che evolve alla velocità della luce."

La sede dell'assemblea nazionale a Capri

Millennials, generazioni X e Z

I giovani albergatori in viaggio secondo la ricerca di *Bnp Paribas*

3' e 55"

Francesca Maffei

I giovani albergatori non perdono occasione per auto-analizzarsi dal punto di vista professionale; eppure talvolta può essere utile cambiare prospettiva e osservarsi quando si è in viaggio, da turisti. Ciò in virtù del fatto che le *generazioni X e Z* saranno i principali viaggiatori dei prossimi anni. Secondo una ricerca condotta nello scorso marzo per conto di *Bnp Paribas*, in campo turistico i giovani rappresentano un futuro che guarda al passato, nella fase sia di ricerca sia di programmazione del viaggio sia di fruizione della vacanza stessa.

Sul fronte dei *device* tecnologici, lo studio conferma che gli *smartphone* sono di gran lunga i mezzi più sfruttati e dei quali non sembra possibile fare a meno, tanto da non venir neppure sostituiti nonostante le incessanti tentazioni del mercato che rilascia continuamente nuovi modelli. Il 46% li cambia in effetti solo se strettamente necessario, e l'unica alternativa individuata è il pc portatile. Quali sono inoltre le *app* maggiormente utilizzate? In testa quelle per vedere video, nel 76% dei casi, seguite dalle applicazioni per ascoltare musica (67%) e da quelle per l'*e-commerce* (63%). Tra i social più gettonati si trovano *WhatsApp*, che con l'89% batte tutti, *Instagram* con l'82% di preferenze e infine *Facebook* con il 72%. Un podio che distanzia di molto tutti gli altri, che presentano quote trascurabili.

Se è vero che i nativi digitali non si distinguono per l'alta produttività di contenuti online, lo stesso non si può dire per il tasso di condivisione degli stessi, in particolare di immagini rispetto a video: 60% contro 6%. Un dato da tenere in considerazione quando si pensa a investire in video promozionali altamente professionali: meglio puntare su foto di qualità. Da notare poi che solo il 21%, scegliendo viaggi o vacanze, si fa influenzare dai sedicenti *influencer*, nonostante questi infestino le caselle mail di hotel e ristoranti richiedendo soggiorni o pasti gratuiti in cambio di visibilità con i loro presunti *followers*. La generazione Z predilige al contrario il consiglio di amici e familiari, sorprendentemente preferiti a quelli digitali (fermi al 26%) contenuti in piattaforme social, siti di recensioni o affini.

In merito ai mezzi di trasporto la vincitrice, a discapito dei vari movimenti *green* a cui gli stessi *millennials & co.* prendono spesso parte, resta l'automobile, scelta dal 51% e seguita da spostamenti a piedi (50%) - l'*urban trekking* ne è un esempio - e mezzi pubblici (37%). Infine, il 69% dei giovanissimi si rivela anche particolarmente propenso, quando si tratta di viaggi, ad avvalersi di un'assicurazione che copra eventuali problemi legati a salute, voli, valigia o all'intero viaggio; un'informazione strategica per imprenditori consapevoli che la fascia di turisti tra gli 11 e i 24 anni rappresenta l'11% della popolazione italiana, e una fetta ancora più consistente di clienti prospettici internazionali. Il target del futuro, anche per i giovani albergatori.

Web e online, un mondo che affascina le nuove generazioni

Kosher: not only drawbacks

3' e 20"
Francesca Maffei

Although putting a kosher kitchen into practice represents a strong challenge for any hotel or restaurant and it automatically excludes a series of other opportunities, it can sometimes hide some benefits, both for hospitality entrepreneurs and for all their guests, not only Jewish.

First of all, a food & beverage manager, or more easily an hotelier, who decides to introduce one or more kosher dishes in the menu, will satisfy most clients because it will be a healthy addition available to everybody. Of course, those who will appreciate it more than others will be the followers of the religious kosher rules. As a consequence, the general demand will be fostered.

Moreover, the obligation of complying with a significant number of kashruth laws requires a greater commitment by the whole team, who therefore pays much more attention also on the other hygienic protocols. Staff members need to raise their level of education by means of frequent training courses and to deal with moral issues.

Another point is the help in attracting groups, making the work of the sales force slightly easier, and the possibility to cater for kosher events, weddings and banqueting. As a matter of fact, Jewish communities themselves are usually pretty collaborative with plenty of advice and positive feedbacks, especially online, when things are carried correctly. Listening is always a crucial strategy.

A table with kosher food

On the other hand, cons are always there: complicated preparations, separated storage for meat and dairy products, coordination with a local rabbi who has to supervise the process, special cleansing of dishes, cutleries, glasses and saucepans plus a dedicated supply chain. Before investing a conspicuous amount of money, time and energy in all this, you need to believe in it. This what guarantees a competitive edge in a second phase.

Lastly, communication has to be necessarily focused in order not to let prices obscure products and costs become an obstacle to potential revenues. There's no doubt that implementing kosher meals will be disruptive, what matters is understanding if this can be also profitable for one specific hotel.

In every market and every destination there is an unmet need that constitutes a void that can be filled with profit. Especially when it is not actually a niche or an occasional business, but a new field with boundaries that can be pushed for further development. The goal is achieved when both kosher customers and other hotel guests are delivered an exquisite cuisine besides unique food experiences.

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

CAT TURISMO
FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGIA

ANTINCENDIO

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

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

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

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
03/06/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
03/06/2019 04/06/2019	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 270,00 + IVA - Quota associati: € 225,00 + IVA

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
03/06/2019	09.00-13.00	TRENTO

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

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

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

PRIMO SOCCORSO

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

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
10/06/2019	14.00-18.00	TRENTO

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

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
10/06/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
11/06/2019	09.00-13.00	

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

SCEGLI DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA,

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

COSÌ POTRAI TORNARE A DEDICARTI A TEMPO PIENO ALLA TUA AZIENDA

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

CI PENSERANNO I NOSTRI TECNICI A CONTROLLARE LA TUA AZIENDA.

CHECK-UP AZIENDALE
(Principali obblighi normativi)

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

SERVIZIO RSPP ESTERNO

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

CONTROLLO IGIENE BASE
(Haccp, Legionella)

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

CONTROLLO IGIENE PLUS
(Haccp, Alimenti, Legionella)

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

CONTROLLO TOTALE
(Haccp, Alimenti, Legionella, Piscine)

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

CONTROLLO PISCINE

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

AFFIDACI LA RESPONSABILITÀ DI SCADENZE E OBBLIGHI NORMATIVI

Per info e preventivi: 0461-923666 - cat-turismo@asat.it

SICUREZZA LAVORATORI/LAVORATRICI

Il percorso formativo è obbligatorio per tutti i lavoratori, e si suddivide in due parti:

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

Aggiornamento quinquennale

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
12/06/2019 13/06/2019	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
19/06/2019 20/06/2019	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
24/06/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
27/06/2019 28/06/2019	14.00-18.00	MEZZANA
03/07/2019 04/07/2019	14.00-18.00	VAL DI FASSA
15/07/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
22/07/2019 23/07/2019	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
30/07/2019 31/07/2019	14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
12/06/2019 13/06/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FIEMME
19/06/2019 20/06/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
24/06/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
27/06/2019 28/06/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	MEZZANA
03/07/2019 04/07/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
15/07/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
22/07/2019 23/07/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
30/07/2019 31/07/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA

Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda)

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

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO CORSO 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
05/06/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
17/06/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
05/06/2019 06/06/2019	09.00-13.00/14.00-18.00	VAL DI FASSA
17/06/2019 18/06/2019	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

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

NON È UNA COSA SOLA

S O N O T A N T E

Ricarica è la carta prepagata sicura, pratica e multiuso, facile da ricaricare e gestibile in autonomia. Puoi prelevare e pagare in tutti i negozi, anche online.
In più, Ricarica è CONTACLESS e per importi inferiori a 25€ paghi senza digitare il PIN. Avvicina la card al lettore, aspetta il beep e l'acquisto è fatto.

ricarica **nuova dentro, nuova fuori.**

Casse Rurali Trentine

www.casserurali.it

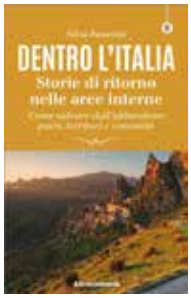
le Banche della comunità

Dalle città alla montagna. Storie di "neo - montanari"

Paolo Rumiz con due viaggi di ottomila chilometri attraverso le Alpi e gli Appennini, poi documentati nel suo libro *La leggenda dei monti naviganti*, aveva raccontato in modo poetico un'Italia di quota, fatta da dorsali appenniniche e alpine, da enclave rurali profonde, poco visibili; un'Italia del margine cui è dedicato anche questo testo dal taglio multidisciplinare frutto del contributo di numerosi studiosi. La tesi è che se questa Italia "fragile", fotografata a suo tempo da **Manlio Rossi Doria** come l'"osso" nazionale, contrapposto alla "polpa" rappresentata dalle rigogliose pianure e dalle città, copre più dei due terzi del territorio italiano e raccoglie un quarto della popolazione totale, ancorché in costante decremento demografico, non possa essere considerata "una parte residuale". Questa Italia del "vuoto" è contrapposta all'Italia del "pieno": un pieno di popolazione, composta di residenti, ma anche turisti (dato che nei territori del "pieno" questi sono mediamente quattro volte più numerosi), stranieri, laureati; ma un pieno anche di infrastrutture, attività produttive e servizi. Per nostra fortuna la società non è mai statica. E l'Italia del "vuoto", pur poco indagata, è investita anch'essa da mutamenti, seppure a macchia di leopardo. Sia di carattere demografico con reinsediamenti di giovani, immigrati, "nuovi montanari" magari provenienti dai territori della "polpa"; che socio economici per progetti di vita individuali e di comunità, con nuove forme di turismo e di agricoltura, sperimentazione di nuove pratiche, anche sostenute da innovazioni tecnologiche. Mutamenti che nascono dal basso e che, come scrive **Antonio de Rossi**, curatore di questo volume, fanno intravvedere "la creazione di nuovi modelli di abitabilità e di sviluppo del territorio montano". Un pezzo importante d'Italia da "riabilitare", per trasformarla nuovamente in luoghi dell'abitare.

Antonio De Rossi (a cura)
Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste
Ed. Progetti Donzelli, 2018
pp. VIII – 594
€ 44,00

4' e 40"
Gianfranco Betta



Silvia Passerini
Dentro l'Italia. Storie di ritorno nelle aree interne
Ed. Altraeconomia, 2019
pp. 160 - € 13,00

Il testo curato da **Silvia Passerini**, architetto e cofondatrice della "Rete del ritorno ai luoghi abbandonati" presenta 20 brevi storie esemplari di un vasto movimento che riguarda soprattutto giovani (molto spesso laureati) e famiglie con bambini e non necessariamente soggetti ritirati dal lavoro. A distanza di decenni si inverte quel flusso dalla montagna alla città che soprattutto negli anni '60 aveva visto protagonisti i genitori di questi giovani alla ricerca di una busta paga e un posto fisso. Progetti culturali e di vita volti a rianimare quelle aree interne di un'Italia abbandonata, "a rischio di desertificazione demografica e sociale", sparsa tra Alpi e Appennini. Nelle stime di Passerini comprenderebbe oltre 2.000 Comuni italiani: i cosiddetti "Comuni polvere" che coprono più della metà dell'intera superficie del Paese. Tessuti economici largamente abbandonati che, grazie a questa nuova immigrazione, riprendono lentamente vita, in qualche caso beneficiando, in assenza di qualsiasi intervento statale, di qualche facilitazione messa a punto dalle amministrazioni locali, oltre alle iniziative messe in campo dalle tre Scuole del Ritorno in Italia, "proprio per aiutare chi desidera abbandonare la vita metropolitana a realizzare il proprio sogno". Più spesso però confidando solamente sul sapere acquisito studiando o lavorando nelle città, che permette a questi "neo montanari" di avviare delle nuove attività artigianali o agricole, oltre che nuove forme di turismo capaci di misurarsi anche con logiche di mercato che travalicano l'ambito locale. È un ideale rimando alla vita dei nonni piuttosto che dei genitori, diventando imprenditori e imprenditrici di se stessi, con però tutto il supporto dell'innovazione di oggi.

cestele architetti

design for **living**

laboratorio di progettazione architettonica, del paesaggio, interior design

info@d4l.it www.d4l.it 0461 706190 347 446 7630

Enogastronomia: l'identità del Trentino che diventa festa

8' e 00"
Rosario Fichera

Quando in Trentino si dice enogastronomia, quasi automaticamente si pensa all'eccellenza, alla qualità, alle tradizioni. Ormai è un fatto assodato, rappresentando uno dei motivi principali per cui il nostro territorio è scelto come meta di vacanza da un numero sempre più alto di turisti.

In questo senso, l'enogastronomia, rappresenta uno dei settori più importanti per gli operatori del mondo del turismo e della ricettività, perché fa leva sugli aspetti emozionali della vita che sono quelli che rimangono, se positivi e autentici, per lungo tempo nelle menti e nei cuori delle persone.

Per questo motivo, Trentino Marketing svolge un'intensa attività di promozione per valorizzare e raccontare le eccellenze enogastronomiche che ci contraddistinguono e che ci rendono, sotto molti aspetti, unici. Per scoprire questo affascinante mondo, basato sulla tradizione, ma allo stesso tempo sull'innovazione, siamo andati a trovare **Elisabetta Nardelli**, responsabile dell'Ufficio Produzioni Trentine ed Eventi Enogastronomici di Trentino Marketing.

Innanzitutto tutto cosa rappresenta per voi l'enogastronomia?

«È l'espressione della nostra identità, del nostro territorio, inteso come ambiente naturale, tradizioni, cultura. Ma è anche la storia delle persone, di famiglie che lavorano la terra, che allevano gli animali, che si tramandano arti e saperi antichi, dove la sapienza, la pazienza e soprattutto il contatto e l'amore con la natura costituiscono le eredità più importanti che si tramandano da padre in figlio. E rappresenta una nuova opportunità che coinvolge sempre più giovani capaci, attenti alla qualità, alla sostenibilità del ciclo produttivo anche attraverso l'inserimento di significative innovazioni».

Il vostro compito è quindi di valorizzare e raccontare questa realtà?

«Sotto molti aspetti sì, ma in tutto quello che facciamo i veri protagosti sono e rimangono sempre i produttori: sono loro che raccontano la passione per la qualità che nel tempo ha contraddistinto il Trentino come terra autentica per i suoi sapori e produzioni locali.

Senza naturalmente scordare il ruolo importantissimo di albergatori, rifugisti e ristoratori quali ambasciatori delle produzioni trentine di qualità e promoter di bellissimi eventi legati appunto alle produzioni locali».

Anche quest'anno Trentino Marketing rinnova l'iniziativa *Latte in Festa*

Qual è la chiave che utilizzate per raccontare questa realtà?

«Parlare di cibo significa parlare di qualità della vita, di benessere, di aspetti che afferiscono la nostra sfera emozionale. Anche la nostra comunicazone è quindi emozionale. In questo senso l'enogastronomia in Trentino rappresenta una vera e propria festa, soprattutto d'estate, quando gli ospiti cercano relax, natura e sapori genuini. La stagione estiva si trasforma così in uno straordinario momento di piacevole e divertente scoperta, da condividere insieme, dove attraverso un ricco programma di eventi dedicati ai prodotti del Trentino, si possono conoscere luoghi e tradizioni autentiche e genuine di cui soprattutto oggi si avverte sempre più il bisogno. Il tutto con un minimo comun denominatore…».

Quale?

«Il cibo, sano e di qualità, prodotto secondo i dettami della tradizione».

Foto Gloria Ramirez

Quali sono gli eventi che avete in programma per l'estate?

«Sono davvero numerosi, tra questi posso ricordare, per esempio, l'evento "Latte in Festa" che valorizza i tratti distintivi della filiera del latte fresco di montagna, dai pascoli, alla produzione dei formaggi di malga e casearia, fino alla tavola: in particolare proporremo undici appuntamenti diffusi, su tutto il territorio trentino, con passeggiate, trekking guidati, escursioni, incontri, momenti dedicati ad animazioni per i bambini con giochi e laboratori, spettacoli per tutti e, per finire, le degustazioni. Anche in questo caso avremo un comune denominatore di tutti gli appuntamenti e cioè il sapore inconfondibile dei prodotti lattiero caseari dell'alpe trentina: un ambiente unico per la purezza della natura e l'elevato grado di biodiversità, veri punti di forza del nostro territorio».

Quando sono previsti i primi appuntamenti di questo programma di eventi?

«Latte in Festa 2019 partirà dal primo fine settimana di giugno e terminerà a fine settembre. Gli 11 eventi si svolgeranno nel fine settimana; in particolare il calendario si aprirà il weekend del 7 - 9 giugno a Favrio di Fiavè, in collaborazione con l'Apt Terme di Comano - Dolomiti di Brenta. L'appuntamento conclusivo sarà invece, in contemporanea, in Valle del Chiese durante la rassegna "Mondo Contadino", a Roncone di Sella Giudicarie e in Val di Sole, in località Plan nella Val di Rabbi, il fine settimana del 21 - 22 settembre. In tutti gli appuntamenti di Latte in Festa sarà presente un divertente spazio dedicato ai piccoli per far scoprire i prodotti Qualità Trentino giocando. Si potranno colorare le divertenti illustrazioni inerenti ai prodotti certificati mettendosi alla prova con il gioco del memory e sfidando gli amici al gioca dell'oca».

Tra gli eventi figurano anche le albe in malga.

«Sì, sono appuntamenti molto apprezzati per le emozioni che regalano a chi vi partecipa perché raccontano i veri ritmi dell'alpeggio. L'iniziativa si svolgerà da fine giugno a metà settembre, con il coinvolgimento di 13 ambiti e un totale di 38 eventi. In molte malghe si può anche pernottare».

Che cosa proporrete in questo caso?

«L'iniziativa prevede, generalmente, un'escursione notturna insieme a una guida alpina o un accompagnatore di territorio per raggiungere l'alpeggio, in tempo per assistere all'evento dell'alba sulle cime. Poi i partecipanti vengono accompagnati a vedere le fasi di mungitura, ascoltare i racconti dei malgari, assaggiare il latte fresco appena munto, sentire il gusto della cagliata, scoprire la magia della panna che diventa burro nonché imparare a riconoscere i germogli e le erbe spontanee. Terminato il lavoro viene offerta una colazione genuina con latte, yogurt, formaggi, torte, confetture, uova, salumi e pane casereccio, tutti prodotti del territorio. Per un programma completo si può consultare il nostro sito».

Foto Ronny Kiaulehn

Nuovi orientamenti in materia di somministrazione di alimenti e bevande

Consumo sul posto in esercizi di vicinato e laboratori di gastronomia

Il Consiglio di Stato dichiara legittimo l'uso di tavoli e sedie dedicati

2' e 05"

Andrea Rudari

Stravolgendo quanto fino ad oggi sostenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico, il Consiglio di Stato ha recentemente ritenuto legittimo l'uso di arredi (tavoli e sedie) all'interno di laboratori di gastronomia. I giudici si sono espressi sul caso di un laboratorio di gastronomia, sanzionato a causa della presenza di arredi considerati tipici dell'attività di somministrazione.

Il Ministero aveva sempre sostenuto che il divieto di somministrazione assistita comporta come conseguenza il divieto di utilizzare, all'interno di laboratori ed esercizi di vicinato, tavoli e sedie abbinabili. Più precisamente, il Ministero riteneva ammissibile solo l'utilizzo di piani di appoggio di dimensioni congrue all'ampiezza ed alla capacità ricettiva del locale, nonché la fornitura di stoviglie e posate a perdere e la presenza di un limitato numero di panchine o altre sedute non abbinabili ed eventuali piani di appoggio, essendo invece tipica di bar e ristoranti la consumazione seduti al tavolo.

Il Consiglio di Stato ha invece contestato l'efficacia delle circolari ministeriali e ha ritenuto erronee, in quanto non prescritte da alcuna norma o previsione regolamentare, le indicazioni che vietano la collocazione di tavoli e sedie abbinabili nei laboratori gastronomici: "In assenza di un vero e proprio servizio al tavolo da parte di personale impiegato nel locale, la presenza sui tavoli di stoviglie e sottopiatti non fornisce un univoco indice dell'attualità di un servizio al tavolo ad opera del gestore del locale e la semplice disposizione degli arredi non può definirsi una componente organizzativa ed aziendale tipicamente destinata alla somministrazione.

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 Guardini 33 | 38121 Trento | I
tel. 0461 390136
info@studiogiovanelli.com
consulenza@studiogiovanelli.com

Primo soccorso nei luoghi di lavoro

Le attrezzature minime obbligatorie nelle aziende

4' e 05"
Stefano Hueller

La legge indica i presidi sanitari da avere in azienda

Vogliamo qui approfondire il tema delle attrezzature minime obbligatorie per il primo soccorso nelle aziende alla luce delle leggi in materia di sicurezza ed ai documenti via via elaborati dall'Inail. Ai fini di cui stiamo parlando, le aziende o unità produttive sono raggruppate in:

Gruppo A: aziende con un indice infortunistico di inabilità permanente molto elevato (superiore a quattro) quali quelle industriali, centrali termoelettriche, minerarie, per la fabbricazione di esplosivi, e simili;

Gruppo B: le aziende con tre o più lavoratori che non rientrano nel gruppo A;

Gruppo C: le aziende con meno di tre lavoratori che non rientrano nel gruppo A.

Da quanto sopra, possiamo dedurre che, di fatto, le nostre imprese devono ritenersi inquadrate nel gruppo B (con tre o più lavoratori) o nel gruppo C (con meno di tre lavoratori).

La norma prevede poi la necessità della presenza di una cassetta di pronto soccorso, con la dotazione minima prevista, per le imprese classificate nei gruppi A e B, mentre per le imprese del gruppo C è richiesto solo un pacchetto di medicazione, con la dotazione minima prevista.

Secondo il decreto il contenuto minimo della cassetta di pronto soccorso è il seguente:

- Guanti sterili monouso (5 paia);
- Visiera paraschizzi;
- Flacone di soluzione cutanea di iodopovidone al 10% di iodio da 1 litro (1);
- Flaconi di soluzione fisiologica (sodio cloruro - 0,9%) da 500 ml (3);
- Compresse di garza sterile 10 x 10 in buste singole (10);
- Compresse di garza sterile 18 x 40 in buste singole (2);
- Teli sterili monouso (2);
- Pinzette da medicazione sterili monouso (2);
- Confezione di rete elastica di misura media (1);
- Confezione di cotone idrofilo (1);
- Confezioni di cerotti di varie misure pronti all'uso (2);
- Rotoli di cerotto alto cm. 2,5 (2);
- Un paio di forbici;
- Lacci emostatici (3);
- Ghiaccio pronto uso (due confezioni);
- Sacchetti monouso per la raccolta di rifiuti sanitari (2);
- Termometro;
- Apparecchio per la misurazione della pressione arteriosa".

Il pacchetto di medicazione deve invece contenere:

- Guanti sterili monouso (2 paia);
- Flacone di soluzione cutanea di iodopovidone al 10% di iodio da 125 ml (1);
- Flacone di soluzione fisiologica (sodio cloruro 0,9%) da 250 ml (1);
- Compresse di garza sterile 18 x 40 in buste singole (1);
- Compresse di garza sterile 10 x 10 in buste singole (3);
- Pinzette da medicazione sterili monouso (1);
- Confezione di cotone idrofilo (1);
- Confezione di cerotti di varie misure pronti all'uso (1);
- Rotolo di cerotto alto cm 2,5 (1);
- Rotolo di benda orlata alta cm 10 (1);
- Un paio di forbici (1);
- Un laccio emostatico (1);
- Confezione di ghiaccio pronto uso (1);
- Sacchetti monouso per la raccolta di rifiuti sanitari (1);
- Istruzioni sul modo di usare i presidi suddetti e di prestare i primi soccorsi in attesa del servizio di emergenza.

La cassetta e il pacchetto di medicazione devono essere mantenuti in condizione di efficienza e pronto impiego, custoditi in luogo idoneo e facilmente accessibile, nonché eventualmente integrati sulla base dei rischi specifici presenti nei luoghi di lavoro.

Pagamento dei compensi SCF per i "diritti fonografici"

Regolarizzazione in caso di mancato pagamento degli anni pregressi

1' e 45"

Entro il 31 maggio 2019 le strutture ricettive dovranno versare a SCF i compensi annuali per "diritti fonografici".

Segnaliamo che SCF sta avviando un'azione di recupero nei confronti di strutture ricettive che non hanno regolarmente versato i compensi dovuti negli anni passati, le quali riceveranno da SCF l'invito a versare entro il prossimo 31 maggio, insieme al compenso per il 2019, quanto dovuto per gli anni precedenti usufruendo eccezionalmente dello sconto associativo del 15% previsto dalla Convenzione sottoscritta tra Federalberghi e SCF. La riscossione dei compensi SCF è stata affidata alla Siae, che invierà alle aziende un avviso di pagamento con allegato il Mav bancario, elaborato sulla base di dati già in suo possesso.

Le aziende potranno comunque avvalersi per il pagamento degli sportelli Siae, a cui ci si dovrà comunque rivolgere in caso di variazioni rispetto a precedenti comunicazioni ed in caso di nuovi abbonamenti.

Il pagamento potrà essere effettuato anche on-line attraverso il "Portale Musica d'ambiente" attivato sul sito *https://www.siae.it*. Per ottenere gli sconti previsti è necessario munirsi del certificato di Federalberghi così come per i pagamenti Siae. Vi ricordiamo infine che collegandosi al sito *http://www.scf.federalberghi.it* è possibile ottenere tutte le informazioni relative al diritto in questione, e calcolare il compenso dovuto.

Dubbi Quotidiani Maggio 2019

Intorno al mio albergo il comune sta predisponendo il cambio degli stalli a parcheggio da sosta gratuita ed illimitata a sosta a pagamento, e non ne resterà alcuno libero. È corretto?

Il Codice della strada oggi vigente prevede che qualora un comune disponga in una determinata area l'installazione dei dispositivi di controllo di durata della sosta, su parte di detta area o su altra parte nelle immediate vicinanze deve riservare una adeguata area destinata a parcheggio rispettivamente senza custodia o senza dispositivi di controllo di durata della sosta. Il che vuol dire, strisce bianche e parcheggi liberi da ogni vincolo. Anche più circolari ministeriali degli anni scorsi hanno confermato questa interpretazione. Quindi eventuali decisioni del Comune che non tenessero in considerazione questa disposizione sarebbero nulle o quantomeno censurabili.

Il nostro albergo ha una convenzione con un parcheggio privato che ci permette di acquistare dei ticket parcheggio per offrire il servizio ai clienti interessati. La vendita del servizio di parcheggio è in abbinata alla stanza e si configura come servizio accessorio alberghiero. In ricevuta comparirà il costo della stanza comprensivo di parcheggio. Il dubbio è se l'IVA applicata sulla vendita del ticket parcheggio è sempre al 10% oppure al 22%.

Il servizio di parcheggio, così come viene offerto nella situazione prevista dal quesito, può essere considerato un servizio accessorio, essendo finalizzato ad integrare e completare l'operazione principale, che in questo caso è l'attività ricettiva. Quindi, ai sensi dell'art. 12 del Dpr 633/72, i servizi accessori non sono soggetti autonomamente all'imposta, ma seguono il regime e la stessa aliquota dell'operazione principale, che nel caso prospettato sarà del 10%.

Il commercialista mi dice che devo riportare sul sito web dell'azienda i contributi che ho ricevuto dall'ente pubblico. È vero?

I soggetti che esercitano attività commerciali pubblicano nel bilancio gli importi e le informazioni relative a sussidi, contributi o aiuti, in denaro o in natura, agli stessi effettivamente erogati nell'anno precedente da parte di amministrazioni pubbliche. Invece le micro-imprese, le imprese individuali e le società di persone devono pubblicare le suddette informazioni nel proprio sito Internet entro il 28 febbraio di ogni anno successivo a quello del ricevimento dei contributi. Tuttavia, gli obblighi di pubblicità non sono applicabili nel caso in cui l'importo dei vantaggi economici effettivamente erogati sia inferiore a € 10.000, inteso in senso cumulativo, riferendosi al totale degli apporti pubblici ricevuti e non alla singola erogazione.

Nei parcheggi pubblici, non solo posti a pagamento

Non saremo i campioni del mondo ma abbiamo un gran bel servizio!

mettiamoci in gioco

esperia.tn.it

Questa non è una finestra.

FINSTRAL Finestre Porte d'ingresso Verande

Questa è FIN-Project Ferro-line in colore giallo zinco. Una dichiarazione estetica senza compromessi funzionali. Componga la Sua finestra perfetta nello Studio Finstral più vicino: **www.finstral.com**