Turismo& Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

05.2022 Anno L

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

DOLOMITI DOLOMITEN DOLOMITES DOLOMITS
FONDAZIONE UNESCO
SOCIO SOSTENITORE

76° ASSEMBLEA ORDINARIA: SOSTENIBILITÀ AL CENTRO

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

LE NUOVE APT: GARDA DOLOMITI
Il presidente Rigatti racconta il post riforma

TRENTINO FILM FESTIVAL
Cala il sipario sulla 70esima edizione

TRENTINO MARKETING: L'INSERTO
Trentino Guest Platform e «Mio Trentino»

LAK.E⁶: IL NUOVO PERCORSO FORMATIVO
Sul Garda si studia l'accoglienza turistica

FEDERALBERGHI IN ASSEMBLEA GENERALE
A Parma si è svolta la 72esima edizione

ACCADEMIA D'IMPRESA
AZIENDA SPECIALE DELLA C.C.I.A.A. DI TRENTO

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI TRENTO
Pronti all'impresa

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

nitidaimmagine.it

PMI ACADEMY

La formazione manageriale
per le imprese trentine

Nuove idee per il business di oggi

#1 Formazione dinamica, flessibile e orientata allo sviluppo manageriale di chi si occupa in prima persona della gestione delle PMI

#2 Networking con altri imprenditori attivi sul territorio trentino

#3 Quote di iscrizione competitive (con il contributo dell'Accordo di programma tra Provincia Autonoma e Camera di Commercio I.A.A. di Trento)

#4 Frequenza nei fine settimana

#5 Formazione continua anche post corso con accesso gratuito ad un'area dedicata agli approfondimenti (articoli dal blog, interventi in streaming, video dei contenuti più rilevanti)

Innovazione e strategia + Customer Experience e digital marketing + Gestione finanziaria e controllo gestione + Open Management

COME ADERIRE

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

SEGUICI SUI NOSTRI CANALI SOCIAL
#accademiadimpresa

Sommario

TEMA DEL MESE

Sostenibilità del turismo come chiave per ripartire pag. 4

All'assemblea dell'Asat i vertici dell'amministrazione provinciale e di Federalberghi pag. 10

Quattro nuove stelle per l'Asat pag. 14

Tamburini: «La guerra non è un metodo risolutivo dei conflitti» pag. 16

VITA ASSOCIATIVA

Le ApT post riforma del turismo: Garda Dolomiti pag. 18

Bando SPID: 800mila euro per formazione e consulenza pag. 20

C'è voglia di respirare cultura di montagna pag. 22

SPECIALE TRENTINO MARKETING

Trentino Guest Platform pag. 23

«Mio Trentino», una super app per amica pag. 27

VITA ASSOCIATIVA

Bando provinciale per il sostegno alle nuove imprese pag. 31

LAK.e6: protagonisti nella promozione ed accoglienza turistica pag. 32

Destination Marketing e Social Media per alberghi competitivi pag. 35

New luxury pag. 36

L'esperienza unica dell'ospitalità in famiglia pag. 38

GIOVANI

Giovani Albergatori delle Alpi pag. 39

FEDERALBERGHI

A Parma la 72esima assemblea generale di Federalberghi pag. 40

CORSI CAT

La formazione di Cat Turismo pag. 42

ECONOMIA E TURISMO

I collaboratori sono il tema del decennio 2020 pag. 46

LIBRI & TURISMO

Musei del Trentino, una guida insolita pag. 48

NORMATIVE

Dubbi di maggio pag. 50

05.2022 Anno L

Chiusura 23 editoriale maggio 2022
In copertina: Panoramica di Castel Nanno, foto C. Baroni

tempo di lettura autore dell'articolo

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

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

EDITORIALE

La pace come scelta obbligata

Roberto Pallanch

L'intervento del direttore del «Sole 24 ore» all'assemblea annuale dell'Asat ha tracciato alcune grandi questioni che sono presenti e pesano per i loro effetti a livello internazionale ma non da meno nel nostro Paese e nella quotidianità di imprese e cittadini. La prima è la crisi del mondo globalizzato, la cui marcia sembrava inarrestabile ed incontrastata, grazie alla produzione e allo scambio di beni e servizi su scala mondiale e alla libera circolazione delle idee e delle persone. Questo processo si è consolidato nella convinzione pressoché comune delle classi dirigenti e degli stessi popoli degli effetti benefici sull'economia e sugli stili e livelli di vita della gente di questo modello di sviluppo. Alcune crepe si sono manifestate e non si vedono nell'immediato facili soluzioni. La contraddizione più evidente all'interno di questo modello è stato l'impoverimento di larghi strati di popolazione nel mondo occidentale provocando la reazione dei ceti colpiti contro i governi e le classi dirigenti. L'altra parte del mondo di effetti positivi della globalizzazione ne ha visti molti meno, anche se c'è chi sostiene che, grazie ad un mondo globalizzato, sono migliorate le condizioni di vita, sia pure in un contesto di povertà, di crisi migratorie e di conflitti. Le risposte dovrebbero essere trovate a partire da una revisione del modello produttivo e delle transazioni internazionali legato alla globalizzazione cercando soluzioni equilibrate e condivise attraverso la collaborazione tra i grandi paesi: Stati Uniti, Europa, Cina, Russia, India per citare solo i principali. La collaborazione presupporrebbe che nessuno guadagni o perda troppo e che si trovi un percorso di revisione dei rapporti tra economie e sistemi politici. Utopia, diranno in molti, ma questo è quello che è stato fatto in Europa dopo la Seconda Guerra mondiale a partire dalla definizione di un mercato comune. Comunque ciò che è successo è esattamente l'opposto e la crisi della globalizzazione ha portato una evidente conflittualità tra stati e sistemi politici.

La geopolitica, secondo focus del direttore Tamburini, è andata in direzione esattamente opposta e ha puntato sulle frizioni e le contrapposizioni, nell'idea che questo porti dei vantaggi ad alcuni e delle perdite ad altri. La sciagurata guerra in Ucraina è una manifestazione di questo. Ambizioni imperiali russe, americane e cinesi sono la causa di ciò che succede ed evidenti sono le conseguenze: distruzioni, sofferenze e vite cancellate.

Prosegue a Pag. 5

Sostenibilità del turismo come chiave per ripartire

8' e 50"

Dopo il Covid, ora l'incertezza e i maggiori costi dovuti alla guerra Ucraina. L'Asat: «Serve un ripensamento del sistema per far fronte alle continue emergenze e rafforzare il comparto ricettivo»

Un comparto ricettivo più forte ed attento alla sostenibilità. L'Asat nella sua assemblea annuale guarda al futuro, partendo da un'analisi dell'attualità. La crisi pandemica con il Covid e, oggi, la guerra in Ucraina sono fonti di grande incertezza. E il turismo può ripartire, guardando al futuro, dalla sostenibilità. Il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** è intervenuto in tal senso durante la sua relazione annuale. Ecco, di seguito, i tratti salienti.

Dopo un 2020 horribilis e un 2021 a corrente alternata, il 2022 si apre con l'incertezza geopolitica

«Se il 2020 è stato definito l'annus horribilis, il peggiore mai registrato dal settore turismo, con oltre 63 miliardi di euro di mancati incassi a livello nazionale, il 2021 invece si è confermato essere un anno «a corrente alternata». Siamo passati, infatti, dall'incubo della mancata stagione invernale, che ha visto il totale azzeramento dei nostri fatturati, a fronte però di costi fissi che abbiamo dovuto comunque sostenere, ad una stagione estiva che, seppur al di sopra delle aspettative, è potuta iniziare solo nel mese di giugno e non è riuscita a ridurre in maniera sensibile le perdite nei bilanci delle nostre aziende. I dati 2021 confrontati con il 2019, ultimo anno pre pandemico, descrivono un meno 34% di arrivi e meno 35,2% di presenze. Guardando al solo comparto alberghiero il bilancio è ancora più pesante, facendo segnare un meno 40,3% del movimento complessivo».

La guerra in Ucraina

«Siamo di fronte a una delle crisi più gravi che l'Europa abbia visto negli ultimi 80 anni: una crisi che è innanzitutto umanitaria, ma anche energetica e finanziaria e che, in ultima istanza, riguarda la sicurezza e la sopravvivenza economica di tutti noi. Di fronte a delle vite umane spezzate dalla mano armata di altri uomini risulta estremamente difficile fare altri tipi di commenti e di valutazioni.

Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola

Però non possiamo non considerare le ripercussioni che il conflitto stesso avrà anche sulle nostre esistenze e sulla nostra economia. I contraccolpi diretti ed indiretti per il nostro settore non tarderanno a manifestarsi. Anzi alcuni si sono già evidenziati: non bisogna considerare però solo l'impatto dell'aumento del prezzo dell'energia sui bilanci delle aziende, ma anche sul costo dei prodotti agroalimentari nonché i suoi riflessi sul potere di acquisto delle persone. Se nell'estate 2021, una volta allentate le restrizioni introdotte per contenere la pandemia, il settore ha potuto fare affidamento su una ritrovata voglia di libertà e di svago delle persone, nella stagione che è alle porte i nostri connazionali potrebbero rivedere le proprie priorità, accorciando o posticipando i periodi delle loro vacanze o riducendo il budget destinato alle stesse, anche a causa dell'aumento dell'inflazione che ha già fatto segnare un +6,7% su base annua».

Nulla sarà come prima: occasione per cambiare

«In questo momento fare delle previsioni è molto difficile: l'instabilità rende estremamente complicato prendere qualsiasi tipo di decisione che abbia un orizzonte temporale più lungo di alcuni mesi. L'incertezza è nemica dell'impresa e, per quanto ci riguarda, nemica del turismo. Il cambiamento, sociale e ambientale, che stiamo vivendo può essere una straordinaria opportunità di rivedere il nostro modo di fare turismo, di ripensare i modelli di business delle nostre imprese. Nel mese di novembre la nostra Associazione ha sottoscritto, assieme ad altri importanti attori del nostro territorio, il Patto per lo Sviluppo Sostenibile, un primo atto concreto per rendere più efficace il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Ecco perché per la nostra assemblea abbiamo scelto il titolo «Turismo sostenibile: necessità o opportunità?». È necessario prendere delle decisioni che mettano le nostre aziende in condizione di continuare a prosperare con scelte che devono rappresentare un'opportunità per muoversi in maniera decisa verso un turismo più sostenibile».

... Segue dalla prima pagina

La pace come scelta obbligata

Roberto Pallanch

La terza questione è l'impatto della guerra sull'Europa e sul nostro Paese. Gli effetti delle sanzioni imposte alla Russia sono pagati il 3% dagli Stati Uniti, e per la massima parte da Italia e Germania, le cui economie manifestano a causa di questo gravi segni di deterioramento: calo drastico della crescita, inflazione, riduzione del potere d'acquisto delle famiglie, crisi nei rifornimenti di materie prime, aumento dei costi, chiusura di attività economiche, perdite occupazionali.

Può reggere a lungo questa situazione? E al di là della giusta e doverosa solidarietà e del sostegno al popolo ucraino, bisogna porre in atto tutti gli sforzi per dare spazio alla diplomazia e alle mediazioni. Il mondo non è mai stato governato dalla morale ma piuttosto dalla realpolitik. Bisogna inoltre guardare anche agli interessi dell'Italia e dell'Europa per evitare conseguenze disastrose sull'economia e i loro popoli. E magari come dice Papa Francesco, pregare per la pace se si crede, o invocare percorsi parole e scelte di pace per chi è laico. Ne abbiamo bisogno.

Passare ad un sistema sostenibile per il turismo

«Innanzitutto è necessario che ci sia un impegno di tutto il sistema per una gestione più efficiente dei flussi turistici, soprattutto quando questi, si spera, torneranno ai livelli pre pandemici. La concentrazione delle presenze in alcuni mesi dell'anno è dannosa sia per i turisti che per i residenti, oltre che ovviamente per le bellezze naturali del Trentino. Se vogliamo mantenere la promessa che facciamo al nostro ospite di naturalità, di spazi aperti e di rigenerazione, non possiamo più spingere sull'aumento delle presenze nelle stagioni classiche ma è necessario

lavorare su prodotti di qualità che convincano le persone a venire in Trentino anche nei mesi primaverili e autunnali. Inoltre, per migliorare l'esperienza di chi comunque continuerà a venire nei consueti periodi, bisognerà adottare subito soluzioni che consentano di gestire in maniera intelligente i flussi di persone già presenti sul territorio, indicando loro il grado di affollamento di determinati luoghi e consigliandone di alternativi».

Mobilità sostenibile e efficiente per un turismo sostenibile

«Un altro tema importante quando si parla di sostenibilità ambientale è senza dubbio quello della mobilità. Il Trentino ha bisogno di un sistema di mobilità integrato che consenta alle persone di raggiungere facilmente il nostro territorio e di potersi muovere agevolmente all'interno di esso. Il Tunnel del Brennero, la nuova circonvallazione ferroviaria di Trento - il grande progetto finanziato con le risorse del PNRR - e le diverse opere accessorie, una volta terminate, cambieranno profondamente le modalità di accesso sul nostro territorio. La maggiore sensibilità rispetto a queste tematiche ci deve far riflettere sui servizi che gli ospiti si aspettano di trovare sul nostro territorio: colonnine di ricarica, servizi di noleggio, un sistema di trasporto pubblico integrato e cadenzato che tenga conto delle esigenze di mobilità turistica. A questo proposito voglio ricordare che tra poco più di quattro anni il Trentino ospiterà le gare di alcune discipline delle Olimpiadi invernali 2026 Milano - Cortina: riteniamo che non sia più rinviabile la questione di un collegamento strutturato ed efficiente con l'Aeroporto Valerio Catullo di Verona».

Olimpiadi occasione per il Trentino, ma servono risorse per riqualificare gli alberghi

«I Giochi Olimpici rappresentano una straordinaria vetrina per far conoscere il Trentino al resto del mondo e dobbiamo presentarci nel migliore dei modi: è necessario che, quanto prima, vengano stanziate le risorse e definiti gli strumenti che consentano agli operatori del ricettivo ed alle altre imprese turistiche interessate di poter programmare gli interventi per elevare la qualità delle proprie strutture e della propria offerta. La sostenibilità va considerata anche dal punto di vista economico e sociale. Aziende sane portano benessere al territorio sotto forma di occupazione, tasse versate ed indotto generato. Questo vuol dire che le problematiche che riguardano il nostro settore devono essere presenti nell'agenda di tutta la giunta provinciale ma anche del governo nazionale».

Problema di reperimento dei lavoratori

«Le giovani generazioni cercano di coniugare l'aspetto economico a quello del proprio benessere, sia sul posto di lavoro sia come qualità della vita. Le aziende devono avere la capacità di assicurare

La platea dell'assemblea annuale 2022

un'organizzazione flessibile del lavoro, ma anche la possibilità di poterlo fare: l'attuale concezione del lavoro e le relative normative sono anacronistiche e non più in grado di dare le risposte che il sistema si aspetta. Mi riferisco ad una normativa fiscale e contrattuale di maggior favore che consenta di agire sul cuneo fiscale e che preveda strumenti di flessibilità. Abbiamo presentato una nostra proposta all'assessorato alle attività economiche. Se riuscissero ad allungare i periodi di attività delle aziende del settore distribuendo in maniera più efficiente le presenze nei mesi e sui territori sarebbe possibile ipotizzare una diversa durata dei rapporti contrattuali che, attraverso un corretto bilanciamento tra lavoro, formazione e sostegno al reddito, consentirebbe di dare maggiore stabilità e certezze a chi decide di individuare nel turismo una scelta professionale e di vita. Ciò comporterebbe anche dei benefici in termini di gettito fiscale per la nostra provincia derivanti dalla maggiore residenzialità dei dipendenti. È evidente come anche la strategia di gestione dei flussi turistici diventa un presupposto essenziale ed una leva importante per cercare di attrarre più addetti».

Mancanza di manodopera: cosa fare nell'immediato

«La definizione e l'implementazione di queste politiche richiedono tempi lunghi. Nell'immediato cosa si può fare? Innanzitutto bisogna continuare ad efficientare il sistema di incontro tra domanda e offerta di lavoro: tanto è stato fatto con i protocolli sottoscritti con Agenzia del Lavoro e le altre parti sociali, ma i numeri non sono ancora sufficienti per dichiararci soddisfatti. I Centri per l'Impiego possono e devono avere un ruolo importante nella presa in carico dei disoccupati percettori di sussidi per profilarli, attivando momenti di confronto con le imprese, in modo da adeguare gli interventi di formazione con le concrete necessità di manodopera delle aziende. La condizionalità, in presenza di sostegni al reddito, deve trovare effettiva applicazione: non può rimanere un principio puramente teorico. Le imprese devono poter certificare il rifiuto di una congrua offerta di lavoro da parte del candidato: al terzo rifiuto deve obbligatoriamente scattare la perdita del sostegno. È necessario lavorare assieme al sistema formativo provinciale, soprattutto quello della formazione professionale, per migliorare la coerenza dei piani di studio con

Il direttore dell'Asat Davide Cardella

le mutate aspettative delle aziende, attraverso uno scambio costante di competenze ed esperienze. Le aziende dal canto loro devono imparare a sfruttare maggiormente strumenti che già oggi sono a loro disposizione come l'apprendistato in cicli stagionali e la formazione duale che consentono di poter inserire in azienda delle risorse giovani e, al tempo stesso, di poter contribuire alla loro formazione secondo le proprie esigenze specifiche».

Misure per venire incontro alla tensione finanziaria delle imprese turistiche

«La situazione di tensione finanziaria in cui si trovano la maggior parte delle imprese dopo due anni di pandemia, con costi fissi sempre più pesanti, ci porta a chiedere con forza che vengano confermate le principali misure che hanno consentito alle aziende di poter arrivare fino a qui. Abbiamo accolto con favore il provvedimento relativo alla sottoscrizione del protocollo quater tra Provincia, banche e Confidi che consente alle aziende di richiedere l'attivazione di linee di finanziamento sul «Plafond Ripresa Trentino». Resta il limite di dover sottostare alla discrezionalità dell'istituto di credito, pur in presenza della garanzia Confidi.

Per fare fronte al rincaro delle materie prime e del costo dell'energia chiediamo che vengano prorogate anche altre misure quali l'esenzione dall'IMIS ed il credito d'imposta sugli affitti; in questo modo si consentirebbe alle imprese di recuperare una liquidità sufficiente a garantire la continuità aziendale in attesa che la situazione sui mercati internazionali si stabilizzi».

Fondo salva alberghi

«Siamo favorevoli in merito alla costituzione di un fondo immobiliare pubblico-privato che possa intervenire in situazioni di criticità aziendale ma soprattutto che sia in grado di affiancare le aziende che hanno in cantiere progetti di riqualificazione ambiziosi. In tal senso la Provincia ha già anticipato l'intenzione di lavorare ad un Fondo Alberghi a capitale misto. Sul territorio regionale ci sono iniziative similari già definite. Non riuscire a far convergere le diverse iniziative e unire le risorse economiche in un unico progetto sarebbe un danno enorme per il nostro settore. Da parte nostra c'è la volontà di essere parte attiva di questo progetto favorendo la nascita di una rete di imprese che possa intervenire, a sostegno dell'investimento, con una gestione manageriale che sia in grado di garantire il successo di un'iniziativa di tale portata».

Turismo, tutti remino nella stessa direzione

«La terza ed ultima riflessione riguarda la necessità che, una volta che il sistema provinciale ha stabilito le priorità del turismo tutti i soggetti, imprese e imprenditori, istituzioni e funzionari che, a diverso titolo, hanno la responsabilità della sua applicazione e messa a terra lo facciano celermente, in maniera univoca e coerente, rispettando i tempi che il mercato impone. A volte ci sentiamo ostaggi di cavilli e carte bollate: siamo di fronte ad un vero e proprio accanimento burocratico. Nel nostro Paese c'è, infatti, il vizio di tartassare chi opera alla luce del sole, mentre si fa poco o niente per combattere l'abusivismo, come ad esempio nel settore degli alloggi turistici non dichiarati».

UN RINGRAZIAMENTO AI PARTNER DELLA 76° ASSEMBLEA ORDINARIA

CASSA RURALE BANK NOVELLA E ALTA ANAUNIA
CREDITO COOPERATIVO ITALIANO

ValoMon

SCREENLINE
the screen makes the difference

cape
consorzio acquisto prodotti energetici

C4UH
Care4UHotel

VIGNAIOLI ITALIANA INDIPENDENTI

ILTRENTINO DEI VIGNAIOLI

Dolomiti energia
SOSTENIBILE PER NATURA
SOSTENIBILE PER SCELTA

TRENTINGRANA
Latte, sale, caglio e rispetto.

Melinda

GRATIS PER TE 6 MESI DI CANONE TELEPASS!

Aderisci presso la tua filiale entro il 31/8, ***GRATIS*** *per* ***te 6 MESI di canone,*** *moltissimi* ***sconti e vantaggi esclusivi.***

Inoltre, se sei ***cliente Telepass Family****, con* ***Urbanpass*** *puoi percorrere gratis la tratta* ***Trento Nord – Rovereto Sud*** *in entrambe le direzioni. Maggiori informazioni sul sito* ***www.autobrennero.it***

Telepass

CASSE RURALI TRENTINE

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Iniziativa riservata ai nuovi clienti che sottoscrivono un contratto Telepass Family presso le filiali interessate dall'iniziativa, entro il termine indicato nell'apposito Regolamento, disponibile nella sez. Moduli e Contratti su sito www.telepass.com. Il perfezionamento del contratto Telepass Family è soggetto a limitazioni e all'accettazione da parte di Telepass. Per ulteriori informazioni e per le condizioni economiche del servizio Telepass Family, consultare la documentazione contrattuale nella sez. Moduli e Contratti su www.telepass.com.

Il presidente della Provincia di Trento Maurizio Fugatti

All'assemblea dell'Asat i vertici dell'amministrazione provinciale e di Federalberghi

4' e 20" Andrea Rudari

Fugatti: «Il Trentino ha bisogno di un sistema turistico moderno ed efficiente»

All'assemblea annuale dell'Asat non hanno voluto mancare i rappresentanti della politica trentina, dai parlamentari ai vertici della Provincia di Trento, in primis il presidente **Maurizio Fugatti** e l'assessore **Roberto Failoni**, ma anche molti consiglieri provinciali delle varie forze politiche.

È toccato a Fugatti, per primo, il compito di portare i saluti della Provincia: «Pensavamo che, dopo il lungo periodo della pandemia, le cose potessero andare un po' meglio, ma ora purtroppo abbiamo il problema della guerra in Ucraina ad impensierirci. Dobbiamo anche dire che, grazie ai fondi messi a disposizione dal Governo, siamo riusciti ad avere buone risorse da impegnare sul Fondo Montagna, che hanno aiutato numerose imprese nel momento negativo della pandemia. I prossimi anni ci vedranno impegnati negli investimenti legati al PNRR quali la realizzazione della circonvallazione ferroviaria di Trento o i lavori del tunnel del Brennero; ma ci sono anche le altre opere infrastrutturali attese dalla nostra comunità, in primo luogo quelle legate alle Olimpiadi invernali del prossimo 2026 (viabilità, strutture sportive e

quant'altro) che è nostro preciso impegno ultimare affinché tutto sia pronto e disponibile all'inizio delle manifestazioni». «Ed in tema di infrastrutture della mobilità - ha aggiunto - voglio ricordare il nostro impegno per sviluppare sempre più l'hub aeroportuale di Verona, che tanto interessa anche agli albergatori trentini per le sue potenzialità di crescita e le opportunità, in un confronto che prosegue con i colleghi del Veneto. A Villafranca abbiamo investito molto in immagine, mettendo in bella evidenza le immagini del Trentino all'interno dello scalo, affinché il messaggio del nostro territorio arrivi immediatamente a tutti gli utenti dell'aeroporto».

Fugatti ha anche fatto riferimento all'evento musicale del concerto di Vasco Rossi, ritenendolo sicuramente un investimento anche in termini turistici; per questo si è voluto entrare in un circuito di livello, che permetterà di avere a Trento altri eventi simili che potranno portare presenze turistiche anche in periodi fuori stagione, quelli che spesso faticano di più. «Il vostro settore ha sofferto molto - ha concluso - ma avete saputo tenere duro ed oggi il Trentino ha bisogno di un sistema turistico moderno ed efficiente e voi vi state impegnando per fare tutto questo».

Da parte sua, l'assessore al turismo Failoni - che è anche albergatore - ha innanzitutto ricordato l'ottimo rapporto ormai consolidato sia con l'Asat che con il presidente Battaiola, anche nel suo ruolo di presidente di Trentino Marketing. «Il Covid ha portato in ognuno di noi operatori tanta stanchezza, anche psicologica, nell'affrontare un momento molto duro - ha proseguito - ma siamo riusciti ad uscirne parando il colpo, sia come istituzioni che come imprese. Le stagioni sono andate in modo discreto e quindi meno peggio di quello che temevano. Ed in un momento così negativo, gli operatori turistici hanno voluto comunque investire e scommettere nelle proprie attività. Il Bando Qualità, che abbiamo emanato lo scorso anno, ha evidenziato che c'è ancora voglia di ammodernare, ristrutturare ed abbellire le proprie strutture. Perciò abbiamo voluto riproporre il Bando per una seconda tornata, che partirà a metà giugno».

Anche Failoni ha condiviso la preoccupazione espressa in molti interventi per quanto riguarda il problema dei dipendenti, «che sarà sicuramente un tema da affrontare, a partire dalle scuole, dove ritengo che si debba impostare diversamente alcune modalità di formazione». «In merito alla Trentino Marketing, rivendico la scelta di avere un Consiglio d'amministrazione non politicizzato ma formato da professionisti del turismo, perché dobbiamo fare sistema e le proposte ed il contenuto del prossimo piano strategico della promozione ne è una dimostrazione».

L'assessore al turismo Roberto Failoni

Con un collegamento video online da Roma, anche il Presidente nazionale **Bernabò Bocca** è riuscito a portare il proprio saluto ai colleghi trentini. «Siamo reduci dalla recente assemblea Federalberghi di Parma, che abbiamo incentrato sull'enogastronomia collegata all'ospitalità, ed il tema ha avuto un forte riscontro ed anche risalto nei media. Ci siamo ritrovati dopo i mesi del Covid, che hanno fatto riscoprire le località di vacanza italiane ai nostri connazionali, che non potendo andare all'estero sono rimasti in Italia. Ma anche le ultime feste pasquali hanno avuto un buon riscontro, segno che l'Italia piace ed è una riscoperta anche per tanti turisti di casa nostra; dobbiamo ora consolidare questo trend per le prossime ferie estive».

Bocca si è soffermato sul rincaro dei costi energetici ricordando che Federalberghi ha chiesto con decisione aiuti immediati e concreti da parte del Governo, perché le imprese alberghiere consumano molto per offrire i propri servizi, e il caro-energia sta pesando in modo insopportabile sui bilanci aziendali. «Altro tema dolente - ha detto - è quello della ricerca di personale, comune a tutte le aziende italiane: io credo che ci sia qualcosa che non funziona nel sistema del reddito di cittadinanza e degli altri ammortizzatori, perché non può essere che ormai più nessuno (nonostante la disoccupazione che abbiamo) voglia lavorare nei nostri alberghi anche a fronte di trattamenti buoni. Bisogna trovare nuove regole più stringenti, laddove l'interessato si rifiuti di farsi assumere, altrimenti avremo grosse difficoltà».

Una parola Bocca la ha spesa anche sul tema della concorrenza sleale che viene fatta alle imprese del ricettivo da chi offre sul mercato alloggi non registrati e non ufficiali: «"Stesso mercato, stesse regole", ripetiamo ormai da anni. Non possiamo più accettare che ci sia chi lavora rispettando tutte le innumerevoli norme oggi in vigore e chi, invece, non lo fa, risparmiando così sui costi di gestione d'impresa ed anche sulle tasse da versare allo Stato».

Il presidente nazionale ha chiuso con un pensiero alle prossime Olimpiadi invernali, che saranno un momento importantissimo non solo per i giorni delle gare, che tante persone porteranno in Italia dando così visibilità e immagine, ma anche per quanto riguarda ciò che potrà restare per il futuro, cioè gli investimenti nelle strutture, nei collegamenti e nella mobilità, nelle reti informatiche e tecnologiche in genere che verranno robustamente implementate ed ampliate.

Il videocollegamento con il presidente di Federalberghi Bocca

COLLEZIONE OUTDOOR LIVING

Atmosfera con comodi mobili e articoli da giardino

PIANTA DESIGN
VIA J.KRAVOGL 5/B
39100 BOLZANO
TEL. +39 (0)471 934 810

pianta design Ambiente

PIANTA DESIGN FILIALE
VIA MICHAEL PACHER 12/A
39031 BRUNICO
TEL. +39 (0)474 531 299

INFO@PIANTADESIGN.COM I WWW.PIANTADESIGN.COM

Quattro nuove stelle per l'Asat

3' e 40" Fabia Sartori

Foto di gruppo delle Stelle dell'albergatore 2022

Dopo la lunga pausa legata alla pandemia, torna all'assemblea la cerimonia di consegna delle prestigiose onorificenze

Elda Brentari - Albergo Elda di Smarano

Elda Brentari è nata a Smarano il 23 novembre 1927. Ha conseguito licenza elementare, proseguendo poi gli studi presso l'Istituto Sacro Cuore di Trento, che ha frequentato dal 1942 al 1945. Ha lavorato come commessa presso la cooperativa di Smarano, dove ha conosciuto il marito Giuseppe Fattarsi, direttore della cooperativa, che ha sposato nel 1954 e con cui ha avuto due figli: Franco e Claudio (1955 e 1959). Insieme al marito ha acquisito licenza e aperto attività propria di negozio alimentari dal 1959, gestendo contemporaneamente alcune stanze, affittate durante il periodo estivo con ristorazione per i villeggianti.

Dal 1969 ha iniziato la vera e propria attività alberghiera aprendo quello che è oggi l'Albergo Elda. Il negozio alimentari è rimasto aperto fino al 1982, anno in cui l'edificio è stato ristrutturato lasciando posto all'attuale bar. Da allora, dopo il decesso del marito Giuseppe, Elda ha gestito l'attività con la collaborazione del figlio Claudio, diplomato cuoco nel 1977. L'edificio ha subìto due ristrutturazioni dei locali nel 1982 e successivamente nel 1996.

Rita Ruatti - Albergo Job di Dimaro

Rita Ruatti è nata il 24 novembre 1949 a Cavizzana. Nel 1971 ha iniziato a lavorare come dipendente presso il Motel di Dimaro. Con il marito Dario Job, nel 1972, ha rilevato l'hotel che poi prenderà il nome di famiglia, divenendo l'attuale Albergo Job. Rita è rimasta vedova nel 1977 con quattro figli in tenera età (Lina, Ivano, Katia e Mirco) a cui badare. E nonostante le molteplici difficoltà da affrontare, con sacrificio e dedizione ha proseguito la strada intrapresa con il marito: l'attività di famiglia ha continuato a crescere, fino ad oggi. Attualmente l'Albergo Job continua ad essere gestito da Rita. Lavoro, passione e totale dedizione hanno contrassegnato tutta la sua vita.

Celestino Lasagna e Daniela Ghetta - Hotel Andes di Vigo di Fassa

Celestino Lasagna nasce a San Benedetto Po (Mn) il 1° luglio 1950. Dal 1973 è residente a Vigo di Fassa (TN). Nel 1975 ha sposato Daniela Ghetta, da cui ha avuto due figli: Sabrina e Guglielmo. Nel 1981 Celestino e Daniela hanno dato vita all'Hotel An-

des a Vigo di Fassa. Dal 1978 al 1986 è stato consigliere dell'Azienda Autonoma di Soggiorno del Centro Fassa e per tre anni è stato vicepresidente della stessa. Dal 1981 al 2004 è stato socio fondatore e presidente dell'Associazione culturale «Arcabuan». Dal 1982 al 1990 è stato socio fondatore e componente del Comitato manifestazioni Vigo di Fassa. Dal 1990 al 2001 è stato vice presidente dell'associazione Calcio Fassa.

È stato per lungo periodo presidente l'Associazione albergatori Centro Fassa ed è componente della giunta Asat. È stato anche consigliere di Federalberghi. Dal 2005 al 2019 è stato componente della giunta Asat nella quale ha rivestito anche la carica di vice presidente. Dal 2007 al 2009 è stato presidente dell'Ente bilaterale del turismo trentino.

È stato consigliere comunale e capogruppo di minoranza, oltre che consigliere dell'ApT della Val di Fassa. È uno dei soci fondatori della Strada dei Formaggi delle Valli di Fassa, Val di Fiemme e Primiero. Celestino ha fatto molto e continua a fare molto per la sua valle. Dal 2015 è Cavaliere della Repubblica.

Celestino, uomo di grande impegno sociale e comunitario, è supportato appieno nell'attività lavorativa alberghiera dalla moglie Daniela, nata il 29 ottobre 1955. In oltre quarant'anni di attività lavorativa all'Hotel Andes, Daniela si è sempre prodigata con dedizione ed attenzione minuziosa alla gestione della struttura ricettiva a conduzione familiare. Colonna portante e pilastro anche della famiglia, oltre che dell'attività ricettiva, Daniela ha saputo instillare la passione per il turismo e la ricettività nel figlio Guglielmo, che attualmente ha preso le redini della gestione dell'Hotel Andes puntando in particolare l'attenzione sull'accoglienza e la ricettività di famiglie con bambini.

Ermanno Bernard - Hotel Chalet Alaska di Pozza di Fassa

Ermanno Bernard è nato il 15 marzo 1943 a Pozza di Fassa. Esattamente cinquant'anni fa, Luigia, la mamma di Ermanno, insieme alla sua famiglia diede vita ad una piccola «pensione» a Pozza di Fassa, precursore dell'attuale Hotel Chalet Alaska. Dalla sua fondazione, la struttura ricettiva è sempre stata gestita da Ermanno, che praticamente da cinquant'anni vive in hotel e si occupa di dare «linfa vitale» allo stesso. Già, perché l'impegno di Ermanno per l'hotel, oggi affiancato nella gestione familiare dalla nipote Christine, è sempre stato attivo e produttivo. A partire proprio dalla disponibilità verso gli ospiti, che Ermanno ha sempre portato in escursione in montagna oppure a sciare nella stagione invernale (Ermanno è maestro di sci).

Energia ed idee innovative sono due degli aggettivi che meglio descrivono Ermanno, sia in ambito lavorativo sia nel suo impegno per il paese e per la comunità. Il tutto per migliorare la ricettività del proprio hotel e di tutta la comunità. Molte le idee accolte anche dal paese di Pozza di Fassa, come ad esempio lo stimolo a realizzare la pista Vulcano oppure ad organizzare la *Festa ta mont* o l'iniziativa *A Spass con la musega*.

IL SALUTO ALL'EX DIRETTORE PALLANCH

Al termine della cerimonia di consegna delle Stelle dell'Albergatore, lo staff dell'Asat al completo ha voluto salutare l'ex direttore **Roberto Pallanch**, che ad aprile ha lasciato il posto all'attuale direttore Davide Cardella. Con la presenza di tutti i dipendenti, del presidente Battaiola e del direttore Cardella sul palco, accanto a Pallanch, l'Asat ha voluto esprimere la sua gratitudine all'ex direttore che ha contribuito in maniera significativa a far crescere l'Associazione e renderla operativa, efficiente ed efficace nella sua mission. Pallanch ha augurato all'Associazione di «proseguire nella sua lunga e gloriosa storia».

Il momento di saluto a Roberto Pallanch

Tamburini: «La guerra non è un metodo risolutivo dei conflitti»

«Il futuro dell'Occidente sarà caratterizzato da grossi problemi: è opportuno trovare un nuovo equilibrio valoriale»

3' e 10" Arianna Bertagnolli

Intervento atteso, nel finale della 67esima assemblea dell'Asat, è stato quello dell'economista **Fabio Tamburini**, oggi direttore del quotidiano Il Sole 24 Ore e presidente del Comitato Scientifico Editoriale del Festival dell'Economia di Trento 2022. Il direttore è intervenuto con una relazione dal titolo «Dopo la pandemia e la guerra in Ucraina nulla è più come prima. Cosa è cambiato e cosa sta cambiando».

L'analisi di Tamburini è partita dal constatare il clima di inconsueta incertezza sui modelli mondiali che saranno adottati in futuro dopo anni difficili di pandemia e dopo lo scoppio, inatteso, di una guerra ai confini dell'Europa, in Ucraina. «Nonostante l'impossibilità di prevedere l'escalation violenta tra Russia e Ucraina - ha detto - si avvertiva già da qualche tempo la necessità di cambiamenti sia dal punto di vista economico e sociale ma soprattutto ambientale. L'ordine mondiale, fino ad oggi concentrato unicamente sul modello della globalizzazione, non sta fornendo risposte al mondo di oggi e la pandemia ha semplicemente fatto da *acceleratore di cambiamento*».

Tamburini, dichiaratosi all'inizio un inguaribile ottimista, ha però voluto sottolineare che in questo momento di incertezza, con la fine del modello della globalizzazione, le variabili per il futuro non sembrano essere rosee. Il direttore de Il Sole 24 ore, infatti, ha dichiarato che se da una parte la svolta green sia doverosa dal punto di vista ambientale, per l'economia potrebbe non essere così sostenibile. L'Unione europea ha varato un pacchetto di proposte idonee a ridurre le emissioni nette di gas a effetto serra di almeno il 55 % entro il 2030, il *Green Deal europeo* farà diventare l'Europa il primo continente a impatto climatico zero entro il 2050.

Ma quali saranno le conseguenze? Secondo l'economista le conseguenze economiche e sociali si faranno sentire anche in Italia. Un esempio importante sarà l'evoluzione green del mercato automobilistico. L'auto elettrica fra qualche anno sarà l'unico modello di auto che si fabbricherà nel mondo. Il nostro Paese attualmente è leader della componentistica per auto tradizionali: con la svolta green e il nuovo mercato automobilistico elettrico si prevede che ci sarà un forte aumento della disoccupazione italiana, perché non specializzata nel settore elettronico. «Le aziende automobilistiche, come Volkswagen - ha stimato Tamburini - potrebbero licenziare fino a 30mila dipendenti». Un rischio, quindi, quello di un aumento della disoccupazione nel vecchio Continente, ma che non sarà l'unico. Secondo Tamburini, infatti, l'utilizzo dell'energia solare porterebbe l'Europa e l'intero Occidente a dipendere in maniera assoluta dalla Cina, potenza leader mondiale per la filiera produttiva elettronica, con un conseguente spostamento dell'equilibrio geopolitico internazionale. Russia e Cina contrapposti all'Occidente in termini valoriali, ma al tempo stesso unici fornitori dell'energia a livello mondiale.

Quale sarà quindi la direzione del mondo nei prossimi anni? E l'Italia cosa vivrà? Secondo l'analisi di Tamburini queste domande non

avranno una risposta in tempi brevi e sicuramente non avranno un risvolto positivo. L'economista ha sottolineato quanto il futuro dell'Occidente, dell'Europa ma soprattutto dell'Italia sarà caratterizzato da grossi problemi. In primis ci sarà una forte crisi demografica: in Italia fra 20 anni un italiano su tre avrà oltre 65 anni e sarà necessario e doveroso ripensare a un nuovo sistema pensionistico. Tamburini prevede anche un forte aumento del debito pubblico: «L'Italia - ha chiarito - non sarà in grado di pagare il debito pubblico che aumenterà con l'aumento dell'inflazione mondiale. Il nostro Paese conoscerà anche una crisi nello sviluppo economico: già oggi ha difficoltà a tenere il passo nei confronti di altri Paesi europei anche confinanti».

In questo scenario difficile e complicato Tamburini ha però una certezza: «Sia a livello economico, ma soprattutto sociale, il mondo dovrà trovare un nuovo equilibrio valoriale. E sarebbe un errore imperdonabile per le nuove generazioni se si adottasse la guerra come unica misura di risoluzione dei conflitti. Nel mondo attualmente sono oltre 60 le guerre attive, un numero altissimo se si pensa al prezzo sia sotto il profilo umano ma anche sociale, ambientale ed economico che tutti stiamo pagando. Un'escalation nucleare sarebbe una tragedia che il mondo non può più permettersi». Nel concludere l'intervento, Tamburini ha ricordato le parole di pace che Papa Francesco pronuncia in ogni occasione possibile: «Solo attraverso la pace il mondo sceglierà il suo nuovo modello, solo attraverso la pace il nuovo mondo si fonderà su un modello di civiltà».

Il direttore del Sole 24 Ore Fabio Tamburini

Le ApT post riforma del turismo: Garda Dolomiti

3' e 00" Luca Marsili

Il presidente Silvio Rigatti racconta i cambiamenti, le differenze e i progetti futuri

La riforma del turismo in Trentino ha ridefinito gli ambiti territoriali delle ApT, ma limitarne la lettura a un elemento geografico sarebbe molto riduttivo. Perché la nuova impostazione ha reso indispensabile un lavoro di coordinamento e riorganizzazione dal punto di vista amministrativo, ma forse ancora di più ha comportato per le ApT la necessità di rivedere l'essenza stessa della proposta turistica. Ripensandola in un'ottica più ampia, con le difficoltà ma anche le opportunità che questo porta con sé, nel senso di sinergie possibili su territori ampi e con proposte e potenzialità anche molto diverse. In quest'ottica l'Asat desidera prendere in esame le diverse ApT territoriali e, in una serie di articoli, descrivere l'esperienza di ciascuna nella ridefinizione dell'ambito territoriale di competenza.

Silvio Rigatti è il presidente della ApT «Garda Dolomiti», nata con la fusione delle «vecchie» ApT di Garda Trentino, Valle di Ledro e Comano Terme. Con in più l'aggiunta della Valle dei Laghi. Un marchio solidissimo e secolare come quello del Garda, quello altrettanto storico ma molto più di nicchia delle Terme di Comano, una zona di turismo più recente ma che ha assunto una dimensione e caratteristiche importanti come Ledro. E una di grandi potenzialità ma ancora lontana dai grandi flussi come la Valle dei Laghi.

Cosa è cambiato nel vostro modo di lavorare?

«Il cambiamento, radicale, è nell'impostazione della comunicazione e della promozione. Che vediamo oggi molto più legata ai temi che non alle singole località. Se prima l'ApT Garda Trentino poteva lavorare sul far cono-

Silvio Rigatti, presidente ApT Garda Dolomiti

Foto archivio

Il lago di Ledro

scere Riva, Torbole e Arco, come vent'anni fa, prima dell'accorpamento, facevano su scala ancora minore le singole aziende di promozione turistica di ognuno dei tre centri, oggi lavoriamo molto di più sul tipo di vacanza che il nostro territorio può ospitare in modo ideale. Quindi per esempio sulle opportunità per i bikers o sugli altri settori dell'outdoor. Promuovere una attività, un modo di vivere la vacanza.

Noi amiamo dire che «l'ospite non conosce confini»: allo stesso modo vogliamo che possa scoprire le ricchezze della nostra zona seguendo il filo conduttore di quello che ama fare. Spaziando oltre il contenitore di questa o quella località».

L'accorpamento vi ha portato a un ambito geograficamente omogeneo e relativamente uniforme per vocazioni turistiche, ma anche molto diverso per storia e strutture.

«Le differenze sono notevoli. Il Garda è a saturazione per capacità ricettiva e sta lavorando sulla qualità. La Val di Ledro ha fortissimi flussi turistici estivi e una offerta ricettiva legata soprattutto ad extra alberghiero e campeggi, con molte seconde case. Anche lì bisognerà lavorare sulla qualità per contenere l'effetto negativo che l'impatto di flussi eccessivi molto concentrati nel tempo possono avere sull'offerta turistica della zona.

La Valle dei Laghi ha pochi posti letto e un territorio di pregio assoluto. Comano, al contrario, ha più offerta ricettiva che domanda: un retaggio di tempi diversi, quando le terme erano considerate cura e, quindi, si potevano frequentare in malattia (e non in ferie) e a spese delle casse previdenziali. Oggi le Terme di Comano si stanno rilanciando, in un settore che gode di ottimo interesse ma da parte di una nicchia minore di utenti. Ma quella zona è anche perfetta per il «turismo lento», legato a territorio e enogastronomia, che pensiamo sarà la marcia in più dei prossimi decenni. Punti di forza e criticità da affrontare in un'ottica complessiva di armonizzazione dei territori e di sinergie».

A che punto siete?

«Abbiamo già elaborato il piano di posizionamento per il Garda Trentino. Nel corso di quest'anno arriveranno anche quelli di Comano, Ledro e Valle dei Laghi: ci stiamo lavorando. Si tratta di analizzare la situazione del territorio dal punto di vista turistico, valutarne potenzialità e problemi e arrivare a individuare in modo condiviso, con operatori e amministrazioni locali, le direttrici di sviluppo. Ovvero, quale turista si vuole raggiungere, per chi si lavora. E di conseguenza, cosa è giusto fare e cosa no. Il piano sarà la base del lavoro dei prossimi anni: è un passaggio essenziale per la programmazione di tutto il comparto turistico, dei comuni e della promozione».

Bando SPID: 800mila euro per formazione e consulenza

2' e 20"

La Camera di Commercio promuove l'utilizzo di tecnologie innovative per digitalizzazione e sostenibilità

La **Camera di Commercio di Trento** mette a disposizione delle imprese trentine risorse fino a 800mila euro per interventi di formazione e consulenza volti a promuovere la conoscenza e l'adozione di tecnologie innovative nel campo della digitalizzazione e della sostenibilità. Il bando ha come finalità, tramite l'utilizzo di contributi a fondo perduto (voucher), quella di finanziare gli interventi di innovazione tecnologica relativa a servizi di formazione e consulenza realizzati dalle imprese per interventi di digitalizzazione e gli interventi mirati al monitoraggio e allo sviluppo della sostenibilità ambientale, sociale e di governance.

Gli ambiti tecnologici di innovazione digitale ricompresi nel presente bando dovranno riguardare almeno una tecnologia dell'Elenco 1 con l'eventuale aggiunta di una o più tecnologie dell'Elenco 2.

L'Elenco 1 prevede l'utilizzo delle seguenti tecnologie, inclusa la pianificazione o la progettazione dei relativi interventi e, specificamente:

- robotica avanzata e collaborativa;
- interfaccia uomo-macchina;
- manifattura additiva e stampa 3D;
- BIM;
- prototipazione rapida;
- internet delle cose e delle macchine;
- cloud, fog e quantum computing;
- cyber security e business continuity;
- big data, analytics e user experience;
- intelligenza artificiale;
- blockchain;
- soluzioni tecnologiche per la navigazione immersiva, interattiva e partecipativa (realtà aumentata, realtà virtuale e ricostruzioni 3D);
- simulazione e sistemi cyberfisici;
- integrazione verticale e orizzontale;
- soluzioni tecnologiche digitali di filiera per l'ottimizzazione della supply chain;
- soluzioni tecnologiche per la gestione e il coordinamento dei processi aziendali con elevate caratteristiche di integrazione delle attività (ad esempio: ERP, MES, PLM, SCM, CRM, incluse le tecnologie di tracciamento; ad esempio: RFID, barcode);

- sistemi per lo sviluppo e il monitoraggio della sostenibilità secondo i criteri ESG (ambientali, sociali e di governance) e dei 17 obiettivi delle Nazioni unite (SDGs), finalizzati alla realizzazione di modelli per la produzione e consumo etico e sostenibile.

L'Elenco 2, a sua volta, prevede l'utilizzo di altre tecnologie digitali, purché propedeutiche o complementari a quelle già previste al precedente Elenco 1:

- sistemi fintech;
- sistemi EDI, electronic data interchange;
- geolocalizzazione;
- tecnologie per l'in-store customer experience;
- system integration applicata all'automazione dei processi;
- tecnologie della Next Production Revolution (NPR);
- connettività a Banda UltraLarga (BUL);
- sistemi per lo smart working e il telelavoro.

Ogni singola impresa può presentare una sola domanda. Sono ammissibili le spese per:

- servizi di consulenza e/o formazione relativi a una o più tecnologie tra quelle nell'Elenco 1;
- servizi di consulenza e/o formazione relativi a una o più tecnologie tra quelle nell'Elenco 2;
- acquisto di beni e servizi strumentali, inclusi dispositivi e spese di connessione, funzionali all'acquisizione delle tecnologie abilitanti. Le eventuali fasi realizzative che portano alla produzione e alla realizzazione dei beni e servizi strumentali, come ad esempio attività di sviluppo e/o personalizzazione di software applicativi, loro installazione, implementazione, integrazione o aggiornamenti saranno considerati acquisto di beni e servizi strumentali.

Tutte le spese devono essere fatturate e liquidate a partire dal 1° gennaio 2022 fino al 120° giorno successivo alla data di ricezione della PEC di ammissione della domanda: la comunicazione a riguardo verrà inoltrata sulla PEC indicata nel modulo di domanda. Le domande devono essere presentate a partire dalla mezzanotte del 23 maggio 2022 fino alle ore 24 del giorno 10 giugno 2022 (termini tassativi).

n-project.com | mendinidesign

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

www.grandimpiantinoselli.com

PROJECT COOK COOL WASH SERVICE GASTRO EQUIPMENT

GRANDIMPIANTI
Noselli
Partner of Niederbacher Gastrotec

C'è voglia di respirare cultura di montagna

2' e 40"

Il Trento Film Festival si chiude con numeri entusiasmanti

Quasi 14mila i biglietti venduti per le proiezioni al Cinema Modena e al Supercinema Vittoria dei 107 film selezionati, provenienti da 28 differenti paesi, di cui 26 in gara nel Concorso Internazionale. Più di 9mila spettatori hanno partecipato agli oltre 100 eventi in 37 differenti location della città: quasi sempre sold out il Teatro Sociale, affollatissima la tradizionale e imperdibile «serata Messner» all'Auditorium Santa Chiara, ma il pubblico ha riempito di entusiasmo anche le altre sale utilizzate dal Festival, dall'Auditorium di palazzo Paolo Prodi allo spazio archeologico SASS, fino al Salotto Letterario di *MontagnaLibri*. Nel padiglione allestito in piazza Fiera quasi 15mila visitatori hanno potuto sfogliare i 600 libri esposti, tra romanzi, biografie, saggi, guide sui temi della montagna, dell'esplorazione, dell'avventura e delle culture delle terre alte. Ai laboratori ed eventi per i più piccoli al *Parco dei Mestieri - T4Future* nel Giardino del MUSE hanno partecipato 400 bambini, nonostante la pioggia abbia condizionato la programmazione annullandone molti, e oltre 2mila studenti sono stati coinvolti sulla piattaforma online con più di 100 proiezioni per le scuole: 800 invece gli studenti e 100 gli insegnanti coinvolti al cinema e in attività in presenza. Non nasconde la soddisfazione il presidente del Trento Film Festival **Mauro Leveghi**, alla chiusura di una 70esima edizione che per dieci giorni ha animato la città di Trento, riportando il pubblico nelle sale cinematografiche, a teatro, nel padiglione di MontagnaLibri e nelle oltre trenta location che hanno ospitato proiezioni, incontri, eventi, mostre. «Lavoravamo a questa edizione da più di un anno, ma possiamo dire che dall'inizio della pandemia ci siamo impegnati per ritornare a vivere le emozioni di un Festival pienamente in presenza, diffuso e partecipato», ha affermato Leveghi. «Rivedere le sale del cinema piene in ogni ordine di posti ci ha quasi commosso: c'era voglia di Festival, c'era voglia di respirare cultura di montagna. Il Trento Film Festival si è dimostrato ancora una volta una rassegna non solo straordinariamente resiliente, ma plurale, felice e inclusiva: al fianco dell'alpinista di fama e della giovane climber a Trento puoi vedere l'anziano cinefilo, la lettrice vorace, l'attivista ecologista, bambine e bambini curiosi, i nuovi comunicatori digitali e migliaia di persone che vedono nel Festival un'opportunità di crescita, confronto, conoscenza».

In termini di riconoscimenti è *Gaucho Americano* del cileno **Nicolás Molina** il miglior film Genziana d'oro al 70esimo Trento Film Festival. Molina racconta la vita dei suoi connazionali emigrati per lavorare in un ranch tra gli spettacolari paesaggi dell'Idaho, dove impareranno cosa significa essere stranieri. La Genziana d'oro per il miglior film di alpinismo, popolazioni e vita di montagna (Premio Cai) va al film cinese *Dark Red Forest;* la Genziana d'oro miglior film di esplorazione o avventura (Premio «Città di Bolzano») a *La panthère des neiges;* le Genziane d'argento miglior contributo tecnico-artistico a **Akeji**, le souffle de la montagne e miglior cortometraggio al basco **Heltzear**; premio della giuria a *Lassù* di **Bartolomeo Pampaloni**. I premi del pubblico vengono vinti da «Fire of Love» e da «The Last Mountain». In particolare, il premio del pubblico miglior film di alpinismo (Rotari) è andato al film *The Last Mountain,* la storia degli alpinisti **Alison Hargreaves** e **Tom Ballard**, madre e figlio, entrambi morti nell'Himalaya. Il film *Fire of Love* di **Sara Dosa**, presentato in anteprima italiana al Trento Film Festival, si aggiudica invece il premio del pubblico miglior lungometraggio (DAO Conad). Infine, il vincitore della prima edizione della nuova sezione del Trento Film Festival «Quarta Parete» è *ICEBERG LAKE in SWITZERLAND: an incredible result of GLOBAL WARMING* del content creator **Bruno Pisani.**

Trentino Guest Platform

La piattaforma che «rivoluziona» e migliora la relazione con l'ospite e l'esperienza in Trentino

9' e 10"

Il Trentino è una delle prime destinazioni in Europa ad avere sviluppato, con un sistema di tecnologie intelligenti, un proprio e innovativo modello di relazione con il turista che consente una vera personalizzazione dell'esperienza dell'ospite basandosi su dati comportamentali e geolocalizzati. Un'iniziativa che coinvolgerà tutto il sistema turistico della provincia, con protagonisti strategici le ApT e tutti gli operatori. A fine maggio è previsto il rilascio delle versioni definitive per Android e IOS della super app «Mio Trentino», uno tra i primi *touchpoint* (punti di contatto con il turista) centrali della nuova piattaforma trentina.

«Il futuro è già qui». Si potrebbe prendere a prestito questa nota frase per descrivere la «**Trentino Guest Platform**», l'innovativa piattaforma territoriale destinata a cambiare, anzi a «rivoluzionare», il mondo dell'ospitalità trentina nei prossimi anni. **Progettata e sviluppata in Trentino**, fortemente voluta dalla Provincia autonoma di Trento e novità assoluta tra le destinazioni turistiche europee, questa piattaforma permette di conoscere in modo profondo i comportamenti del turista durante la sua permanenza nel nostro territorio, sulla base dei quali proporgli poi, in tempo reale e in mobilità, le esperienze più adatte a lui e ai suoi gusti, come se avesse al suo fianco un vero e proprio «amico Trentino».

Una reale rivoluzione nel processo di relazione con l'ospite, grazie a un modello territoriale costruito con le tecnologie intelligenti, ma dove al centro rimane sempre l'uomo.

La fase operativa di questo importante progetto, condotto da un pool di esperti coordinato da **Sabrina Pesarini**, sino a pochi giorni fa responsabile Team CRM e Digital Marketing di Trentino Marketing, è iniziata a gennaio 2020 e a fine 2021 sono state rilasciate, in fase sperimentale, oltre alla piattaforma, le due versioni per Android e Ios della super app «**Mio Trentino**» che costituisce uno dei più importanti *touchpoint* collegati alla stessa piattaforma e che saranno disponibili al pubblico in una versione più completa e definitiva nei prossimi mesi.

L'iniziativa ha preso il via in queste settimane e numerosi sono gli ospiti ed i trentini che stanno scaricando sui propri telefonini l'app Mio Trentino, considerandola uno strumento utilissimo per programmare le gite fuoriporta e per scoprire, a seconda di dove ci si trova gli angoli anche più piccoli e meno conosciuti, ma altrettanto affascinanti, del nostro territorio.

Per scoprire a nostra volta gli ingredienti di questo successo, ci siamo rivolti a Sabrina Pesarini che non ha nascosto il suo entusiasmo per questo progetto sfidante, fortemente proiettato al futuro, che rappresenta un concentrato di alta tecnologia, ma soprattutto pensato e sviluppato *per* e *attorno* alle persone.

Partiamo dalle premesse, perché è nata questa iniziativa?

«Nel 2019 ci siamo posti il tema centrale dell'esperienza dell'ospite durante la sua vacanza in Trentino e di come poterla effettivamente personalizzare in base ai suoi rispettivi comportamenti, interessi, bisogni, gusti. Per realizzare questo obiettivo siamo partiti da un dato di fatto importante e cioè che come sistema siamo stati sempre molto bravi ad attrarre nel nostro territorio i turisti, ma una volta arrivati in Trentino, di loro, per così dire, «perdiamo le tracce», sapendo poco se non addirittura nulla di come vivono realmente la loro vacanza (e parliamo di milioni di persone). Saperlo diventa, invece, fondamentale per migliorare la loro esperienza e attuare un modello di relazione improntato alla vera personalizzazione. Occorre, quindi, non perderli di vista, raccogliendo, attraverso i vari punti digitali con i quali entrano in contatto con il sistema turistico trentino, i cosiddetti *touchpoint,* quanti più dati possibili sui loro comportamenti, informazioni che poi dovranno essere «lavorate». Questi dati, però, acquistano un valore solo se sono uniti, se cioè non sono sparsi in tanti silos differenti. Così si è deciso di creare una piattaforma territoriale (la prima del genere in Europa nell'ambito delle destinazioni turistiche) che consente, da un lato, di raccogliere in un unico «contenitore» centralizzato, nel rispetto assoluto della privacy, tutte queste numerosissime informazioni comportamentali; dall'altro, sulla base di questi dati, di consigliare e offrire al turista, in tempo reale e in mobilità le esperienze più adatte a lui, di fidelizzarlo e di poterlo re-ingaggiare una volta tornato a casa».

Detta così sembra semplice, sappiamo però che dietro c'è un lavoro molto complesso.

«Sì, in effetti si tratta di un progetto particolarmente complesso: per quanto riguarda i dati non abbiamo costruito una semplice anagrafica, ma qualcosa di molto più articolato che restituisce, a tutto il sistema turistico, in tempo reale e per singolo comprensorio, una straordinaria fotografia comportamentale degli ospiti. Una volta che il turista è stato «agganciato», il dato più importante che ci interessa non è tanto sapere che si chiami Mario o Michele o che arrivi dalla Toscana o da un'altra regione italiana, quanto il fatto che, per esempio, sia un biker, che viene due volte all'anno in Trentino, una volta da solo e un'altra con la famiglia, che ami fare delle visite ai musei e che prediliga spostarsi con i mezzi pubblici. Dalla conoscenza di questi dati comportamentali si scatena poi tutta una serie di attività, come per esempio il reingaggio profilato con tecniche di marketing *automation*. Ci siamo posti, quindi, l'obiettivo di costruire un data base incrementale che ci permettesse di conoscere veramente il turista, i suoi bisogni, gli interessi, cosa fa sul nostro territorio, in modo da avere con lui una relazione paragonabile a quella che si ha con un amico che ti sa assistere, consigliare perché ti conosce bene».

Questa piattaforma si potrebbe paragonare a una sorta di «direttore d'orchestra» digitale del territorio?

«In un certo senso sì: è un'architettura come si diceva complessa, costruita secondo una logica 100% cloud, composta, così come un'orchestra sinfonica, da diversi elementi, tra i quali, un sistema per la gestione dei contenuti (CMS); un archivio centralizzato (DAM); un sistema di Customer Re-

lationship Management (CRM) per gestire la relazione con i turisti; un «Data lake», cioè un sistema centralizzato per l'archiviazione di grandi quantità di dati provenienti da fonti diversificate; e poi un marketplace, in fase di sviluppo, che permetterà la vendita al turista di esperienze, attività, servizi e mobilità attraverso un carrello multiplo; «un'orchestra» caratterizzata, infine, anche da un'importante componente di intelligenza artificiale. Nella piattaforma sono integrati inoltre i vari *touchpoint*, cioè i punti di contatto digitale con il quale il turista entra appunto in contatto con il sistema Trentino, dai siti, alle card, come la Guest Card, fino alle super app, per Android e Ios, «Mio Trentino», attraverso le quali riusciamo a seguire l'ospite e a capire moltissimo dei suoi comportamenti. Inoltre, attraverso un metodo di autenticazione (SSO) che consente agli utenti di accedere a più applicazioni con un solo accesso e un solo insieme di credenziali, saremo in grado di rendere la vita ancora più semplice al nostro turista, raccogliendo, allo stesso tempo i suoi dati».

Tra i *touchpoint* un ruolo chiave lo gioca la super app «Mio Trentino». Quali sono le sue caratteristiche principali?

«È un *touchpoint* agganciato alla piattaforma che permette, come dicevo prima, di raccogliere una quantità sorprendente di dati comportamentali e di **assistere e consigliare**, in tempo reale e in mobilità, **l'ospite durante la sua vacanza in Trentino**, affinché possa vivere e programmare esperienze personalizzate, tagliate come un abito sartoriale su misura per lui, in base ai suoi gusti. In particolare si tratta di una cosiddetta super app *«all in one»* che permette di accompagnare il turista durante la sua vacanza in Trentino, come se avesse accanto un amico («l'amico Trentino») che, conoscendolo bene, lo indirizza e lo consiglia. **Attraverso l'app il turista può così conoscere e vivere, in tempo reale, nell'area in cui si trova le esperienze più adatte ai suoi gusti**, avendo, inoltre, a portata di click le risposte puntuali alle sue necessità o bisogni d'informazioni, fino a conservare e condividere con gli altri i suoi ricordi. Mio Trentino si compone, nello specifico, di quattro contenitori principali: un «Travel planner», per pianificare la propria vacanza in Trentino con le esperienze preferite; un contenitore relativo a tutti i servizi disponibili sul territorio; la «Community», dove il turista ha la possibilità di essere riconosciuto come un testimonial e un *ambassador* del territorio; e infine il «My concierge» che permette di mantenere sempre vivo il contatto con l'ospite, sia durante la vacanza, sia successivamente. È importante ricordare che il *tool* Travel Planner integra anche tutti i servizi della Trentino Guest Card».

Questo significa che la Guest Card deve essere attivata attraverso l'app Mio Trentino?

«Esatto: quando l'ospita arriva in hotel, quest'ultimo emette il codice della Guest Card, con il quale, attraverso l'app Mio Trentino, può poi accedere a tutti i servizi della stessa card, peraltro recentemente arricchita. Nel *tool* sono state integrate anche le card di valle e grazie al sistema di geolocalizzazione il turista può vedere sul proprio telefonino, in tempo reale, tutto ciò che c'è da fare intorno a sé, in base ai propri interessi, potendo programmare le possibili esperienze come desidera. Inoltre **l'app consente di chiedere**, con un semplice messaggio, **informazioni sulla località** dove ci si trova, **alle quali risponderà** (naturalmente durante gli orari di apertura al pubblico) **il rispettivo ufficio ApT di competenza**, offrendo così al turista un importante servizio di *customer care* in mobilità. Sappiamo che ad oggi il 10% circa dei turisti passa dagli uffici d'informazione turistica locale per richiedere informazioni, il resto si muove in autonomia o attraverso internet o informandosi con gli operatori direttamente sul territorio.

Offrire al turista uno strumento di relazione diretta con il territorio, attraverso il quale si possano chiedere informazioni in tempo reale, in mobilità e personalizzate diventa pertanto un plus importante e unico. A tal fine, insieme alle ApT, ci siamo adoperati per sviluppare e configurare ben 12 sistemi di CRM, uno per ogni ApT».

Le ApT svolgono quindi un ruolo molto importante in questo progetto?

«Direi fondamentale, centrale: come Trentino Marketing abbiamo sviluppato la tecnologia, le ApT sono le protagoniste del progetto e definiscono e producono contenuti e proposte, gestiscono la *customer care* in mobilità, sono lo snodo strategico principale per stimolare l'offerta turistica con proposte di qualità e per incoraggiare l'adesione alla Trentino Guest Platform da parte degli operatori turistici del proprio ambito.

Quali sono i principali vantaggi per loro?

«Numerosi, a cominciare dalla possibilità di rendere visibile la propria proposta ad un grande potenziale di turisti/residenti. L'operatore turistico avrà quindi visibilità su un mercato molto ampio, aumentando le occasioni di business. Grazie al modulo di CRM implementato all'interno della piattaforma, gli operatori, tramite le ApT, avranno inoltre a disposizione un patrimonio inestimabile di informazioni e insight utili per definire le proprie proposte e migliorarle. Le ApT potranno disporre infatti di una *dashboard* attraverso la quale avere una panoramica dettagliata del profilo comportamentale dei turisti per migliorare l'interazione e la relazione (per esempio sapere quali attività ha fatto, se si è spostato dalla destinazione dove è alloggiato, con quale mezzo); accedere ai dati in tempo reale ovunque, in qualsiasi momento (come sapere quali attività sono più richieste nello stesso giorno, capire i flussi dei turisti).

Tutto questo grazie anche al passaggio a una logica di relazione con il turista basata sulla cosiddetta omnicanalità?

«Sì, con questo progetto si passa da una logica «multicanale», caratterizzata dalla possibilità di sfruttare più *touchpoint* con il turista contemporaneamente, ad una logica omnicanale, cioè basata sull'integrazione dei punti di contatto con l'ospite. Questo permette di rendere l'esperienza del turista più fluida e continua, e di ottimizzare le performance dei singoli canali in modo sinergico: ogni *touchpoint* diventa così un'opportunità per raccogliere un pezzo di informazione che viene poi elaborata in tempo reale e restituita al territorio attraverso le *dashboard* di cui abbiamo accennato prima. L'impatto di questa piattaforma sarà, pertanto, davvero rilevante da molti punti di vista, non solo tecnologico, ma anche per i modelli organizzativi esistenti e per i processi attraverso cui vengono svolte molte attività».

In pratica, come abbiamo detto, una vera e propria «rivoluzione».

«Direi trasformazione ed evoluzione, dove al centro ci sono le persone, con le tecnologie intelligenti al loro servizio».

«Mio Trentino», una super app per amica

3' e 00"

Chi l'ha ideata lo ha fatto con un obiettivo ben preciso: creare uno strumento utile e innovativo per vivere appieno questo territorio. E visti i primi risultati c'è riuscito in pieno.

Stiamo parlando della super app **Mio Trentino** realizzata da Trentino Marketing nell'ambito del progetto «Trentino Guest Platform» già rilasciata, nelle due versioni per i sistemi Android e Ios, in fase sperimentale a Pasqua e che vedrà una completa release a fine giugno 2022.

Una super app pensata mettendo al centro il turista, e molto piacevole alla vista che sta riscuotendo già un buon successo tra i turisti e i residenti perché riesce, così come farebbe un amico che ti conosce bene, a consigliarti le varie esperienze che puoi fare durante la tua vacanza in Trentino, a seconda del luogo dove ti trovi e alle tue passioni, fornendoti in tempo reale tutta una serie di servizi utili.

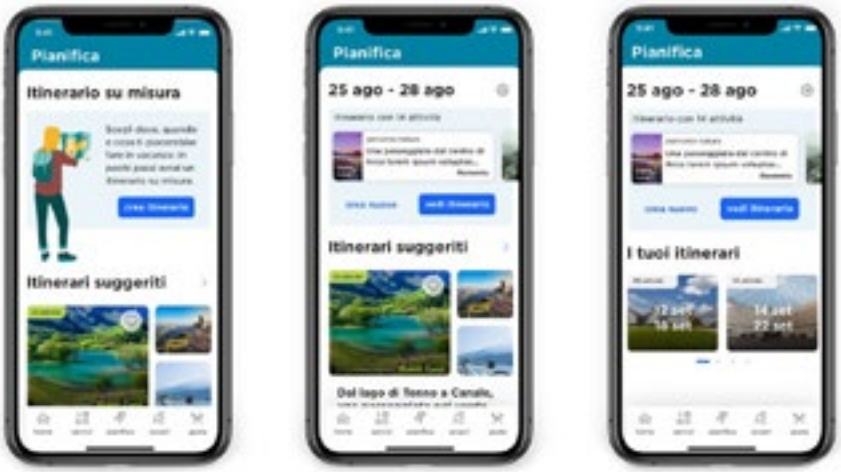
Sono queste alcune delle caratteristiche più emblematiche che rendono davvero unica e innovativa questa super app agganciata alla Trentino Guest Platform, che integra anche i servizi della Trentino Guest Card e delle card di valle. Uno strumento attraverso il quale si può avere, sotto tutti i punti di vista, «il Trentino in tasca».

Partita nella fase sperimentale in italiano, entro giugno Mio Trentino sarà implementata anche con le versioni in lingua inglese e tedesca.

In particolare, l'app si compone di quattro contenitori principali, rispettivamente, **Travel Planner, Servizi, Community e My Concierge**.

Travel Planner. Questo contenitore consente al turista la pianificazione e la gestione delle esperienze in piena libertà, selezionando quelle preferite, organizzandole per giornate e fasce orarie. In pratica una sorta di puzzle che può essere scomposto e ricomposto a piacere. Nel Travel Planner si concretizza la possibilità di fruire di tutta l'offerta esperienziale di valore del territorio: in un unico luogo, a portata di mano, ma soprattutto su misura. Le varie attività pianificate potranno essere inoltre acquistabili o usufruibili se incluse nella Trentino Guest Card o nelle card locali, così come il ticketing delle mobilità; è inoltre in fase di implementazione anche la possibilità di prenotare ed acquistare attività ed esperienze.

Servizi. Questa sezione dell'app Mio Trentino è pensata per rispondere in modo semplice e rapido ai bisogni più immediati del turista. Il valore aggiunto sta proprio nell'avere in un unico luogo, a portata di mano, i servizi del territorio integrati, per farli conoscere e incentivarne l'utilizzo. Attraverso l'app il turista può avere informazioni sui luoghi dove mangiare, suddivisi per tipologia, situati nelle vicinanze *(around me)* oppure riferiti a uno specifico luogo; può contattare telefonicamente il ristoratore o avere indicazioni su orario di apertura, fino alla possibilità di prenotare un tavolo quando gli operatori saranno pronti per attivare questo servizio. Inoltre l'ospite può avere informazioni sui trasporti pubblici, con un dettaglio su orari, tratte e



usufruire della funzione ticketing. A treni e autobus si stanno aggiungendo, progressivamente, gli ambiti relativi a bike e car sharing, parcheggi, impianti a fune per skipass o bike pass, non mancheranno alert meteo e bollettini neve, wi-fi e nuovi modelli di customer care.

Community. In questa sezione il turista (ri)trova il calore dell'accoglienza di un territorio e il senso di appartenenza ad una comunità, è il luogo dove s'incontrano e ritrovano i veri appassionati, i «Trentino Lovers». Nella community il turista ha la possibilità di diventare un esperto, di essere riconosciuto come un testimonial e un *ambassador* del territorio. Saranno coinvolti come protagonisti del progetto anche i *locals* trentini, ossia i residenti, i veri conoscitori del territorio che potranno contribuire a popolare la community con le loro esperienze. Saranno anche attivati meccanismi di badge gratifica per offrire premi e riconoscimenti al turista.

My Concierge. Questa contenitore di Mio Trentino assolve alla funzione di mantenere sempre vivo il contatto con il turista, sia durante la vacanza, sia quando quest'ultima è terminata. Durante la vacanza, l'app si trasforma in una sorta di *personal assistant,* l'amico trentino in tasca, sempre al fianco del turista.

Uno straordinario cruscotto di dati per le ApT

Grazie al modulo di CRM (Customer Relationship Management) implementato all'interno della Trentino Guest Platform, Trentino Marketing e le ApT potranno avere a disposizione delle *dashboard* che consentono una **panoramica dettagliata** del profilo comportamentale dei turisti delle varie località e migliorare l'interazione e la relazione con loro (per esempio sapere quali attività l'ospite ha fatto e quali sono i suoi principali interessi, se si è spostato dalla destinazione, con quale mezzo e così via); accedere ai dati **in tempo reale ovunque**, in qualsiasi momento (per esempio sapere quali attività sono più richieste nello stesso giorno, capire i flussi dei turisti); **tenere traccia** dei principali indicatori di performance (KPI) con gli strumenti di reporting.

Il Marketplace per i fornitori di esperienze

Nell'ambito della Trentino Guest Platform è in fase di studio per il 2023 una piattaforma di **marketplace** che permetterà al turista, tramite la super app Mio Trentino, di acquistare esperienze, attività, servizi e mobilità attraverso un carrello multiplo. In questo modo si favorirà lo sviluppo della digitalizzazione di fornitori di esperienze e attività. Attualmente si sta valutando il tipo di organizzazione che dovrà essere realizzato per la gestione di questa iniziativa e dei relativi rapporti con gli utenti/clienti e con i singoli fornitori locali dei servizi. Tale marketplace sarà gestito dalle ApT territoriali.

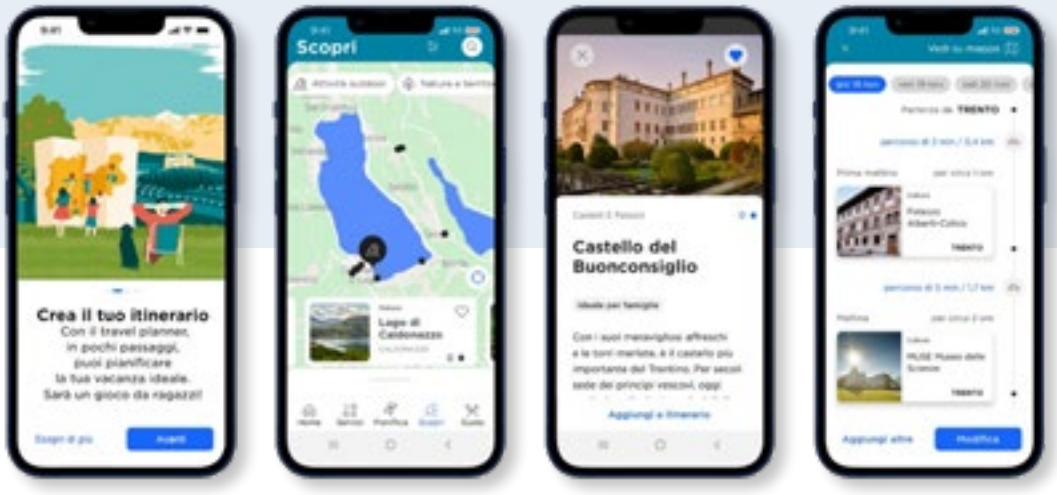
Le opportunità della Trentino Guest Platform per i fornitori di servizi turistici

La Trentino Guest Platform offre numerose opportunità per gli operatori turistici:

Visibilità. L'obiettivo è di arrivare a un target di 3 milioni di turisti a fine progetto previsto per il 2025. L'operatore turistico avrà quindi visibilità su un mercato molto ampio, senza costi di accesso. Da un lato la presenza di un'offerta articolata e personalizzata è un servizio necessario e a valore aggiunto per il turista, dall'altro è un elemento di valorizzazione commerciale della proposta del singolo operatore.

Focus sul core business. L'operatore potrà concentrarsi sulla propria attività principale, senza doversi preoccupare eccessivamente degli aspetti tecnologici che saranno messi a disposizione a parità di condizioni a tutti gli operatori interessati.

Incremento delle vendite. Grazie alla grande visibilità geolocalizzata, la proposta turistica dei singoli operatori arriverà ai clienti maggiormente interessati, attraverso suggerimenti personalizzati e raccomandati grazie ad algoritmi di intelligenza artificiale, facilitando il processo di acquisto.



Bando provinciale per il sostegno alle nuove imprese

2' e 10"

Il portale per la presentazione delle domande aperto per tre mesi a partire dal 28 aprile scorso

La **Provincia autonoma di Trento**, come già fatto altre volte in passato, ha deciso di promulgare un nuovo bando per la concessione di aiuti e sostegno alle piccole imprese di nuova costituzione e promosse da neoimprenditori, anche a partecipazione femminile o giovanile. L'avviso «Nuova impresa 2022» propone di finanziare i costi di avviamento sostenuti per la nascita e lo sviluppo di nuove imprese da parte di neoimprenditori - quali giovani, donne, soggetti svantaggiati - per la nascita di nuove imprese, nella logica del rilancio territoriale e del rafforzamento e dell'incentivazione del sistema trentino. Si introduce anche una premialità maggiore per le iniziative imprenditoriali la cui acquisizione di beni e servizi avviene in modo preponderante attraverso il sistema economico locale, creando ricadute sullo stesso.

Per «impresa promossa da un neoimprenditore» si intende quella di proprietà di una o più persone fisiche ove il neoimprenditore esercita attivamente ed esclusivamente, nel ruolo di titolare o legale rappresentante dell'impresa o socio, l'attività di gestione ed organizzazione dell'impresa, come risultante dal Registro delle imprese. Il neoimprenditore deve, inoltre, rientrare in almeno una delle seguenti categorie:

- essere una donna;
- essere un/una giovane di età compresa tra 18 anni e 35 anni alla data di costituzione dell'impresa;
- essere un/una disoccupato/a iscritto/a ad un Centro per l'impiego sul territorio nazionale, da almeno sei mesi alla data di presentazione della domanda di agevolazione.

Le spese ammesse a contributo sono quelle relative ai costi di avvio e all'acquisizione di beni e servizi necessari all'avvio competitivo dell'impresa. L'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto a parziale copertura delle spese sostenute (al netto di IVA), determinato in percentuale all'importo della spesa ritenuta ammissibile in domanda, la quale dovrà essere pari almeno a 20.000 euro e non superiore a 100.000 euro. La percentuale di contributo viene stabilita in base ad un punteggio, che viene dato ad ogni singolo progetto presentato, dopo un'analisi effettuata da apposita Commissione provinciale.

Al momento di rendicontare le spese, il beneficiario deve aver rispettato tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari. In particolare, la documentazione giustificativa della spesa deve riportare, già in origine da parte del fornitore, il Codice Unico di Progetto (CUP) assegnato in sede di determinazione del contributo (lo stesso vale per i pagamenti/bonifici).

L'intervento, finanziato con risorse provinciali, è attivato attraverso l'erogazione di un contributo in regime de minimis. Il soggetto istruttore dell'iniziativa è individuato nella società Trentino Sviluppo S.p.A., cui sono affidate le procedure per la raccolta delle domande, la determinazione del contributo, la liquidazione e la gestione dell'istruttoria relativa alle agevolazioni a favore dell'avvio di nuove imprese giovanili e/o femminili e/o disoccupati sul territorio della Provincia autonoma di Trento. A pena di esclusione, la domanda di contributo deve essere presentata, dall'impresa richiedente o da un suo delegato, esclusivamente in modalità telematica tramite il sito https://agora.trentinosviluppo.it, dal giorno 28 aprile 2022 al giorno 28 luglio 2022 ore 15. Quale data di presentazione fa fede il giorno e l'ora in cui la domanda viene registrata nel sistema.

LAK.e^6: protagonisti nella promozione ed accoglienza turistica

5' e 10"

Prende avvio da settembre 2022 l'innovativo percorso provinciale di diploma professionale che forma i giovani per lavorare negli ambiti della ricettività, dell'organizzazione dei viaggi, degli eventi fieristici e congressuali

LAK.e^6 è «l'identity brand» del nuovo percorso formativo, presentato alla comunità trentina in occasione della firma dell'accordo di partenariato progettuale avvenuta il 21 dicembre 2021 alla presenza dell'assessore provinciale **Roberto Failoni**. L'intento dei firmatari dell'accordo (Associazione albergatori ed imprese turistiche della provincia di Trento (Asat), ApT Garda Dolomiti, Enaip Trentino, Istituto Ivo De Carneri, Riva Fiere e Congressi Spa, Unione Albergatori (Unat) - Confcommercio Trentino), è quello di poter disporre sul territorio provinciale di un'offerta formativa specificatamente dedicata alla «promozione e accoglienza 4.0» in grado di promuovere le competenze richieste nei servizi funzionali a «scegliere, vivere e scoprire» le opportunità offerte dal contesto trentino in termini di vacanza, benessere, eventi legati al business e alla fruizione artistico-culturale.

L'identity brand LAK.e^6, presentato ufficialmente durante Hospitality, mette a sintesi due aspetti di questo innovativo percorso formativo. In primo luogo, la sua «collocazione territoriale» (Alto Garda), per consolidare la presenza di una filiera formativa professionalizzante completa (dato il raccordo con l'Alta formazione professionale per Tecnico superiore dei servizi della filiera turistica e ricettiva) ed in grado di rappresentare uno dei pilastri fondamentali di una strategia settoriale e territoriale di più ampio respiro, funzionale all'operatività nell'Alto Garda di un «Hospitaly and Tourism Promotion Campus». In secondo luogo, il richiamo ai sei caratteri identitari del modello formativo adottato: «ecologico, e-learning, emozionale, esperienziale, esplorativo, etico», così declinati dal team di progetto:

- *ecologico*: per vivere, comprendere e valorizzare il patrimonio naturale e paesaggistico;
- *e-learning*: per vivere ambienti «smart» in grado di valorizzare al meglio i propri stili di apprendimento;
- *emozionale*: per imparare a vivere le proprie emozioni per comprendere e aiutare gli altri;
- *esperienziale*: dove è proprio l'esperienza personale che favorisce la capacità di far vivere esperienze;
- *esplorativo*: per mettere in campo le proprie passioni e imparare a trasmetterle agli altri;
- *etico*: per cogliere ogni giorno i valori e comprendere le responsabilità che entrano in gioco nell'essere al servizio degli altri.

Si tratta di un modello formativo innovativo fondato sui seguenti elementi di fondo:

- offrire un'esperienza di crescita per tutti i giovani che intendano attivarsi e mettersi in gioco per prepararsi a lavorare come professionisti dell'accoglienza e dell'ospitalità turistico-culturale e territoriale;

Il lago di Garda

- assicurare una piena aderenza ai fabbisogni del mondo del lavoro attraverso lo sviluppo di competenze individuate dalle associazioni di categoria che hanno definito la figura professionale («Tecnico dei servizi di accoglienza e promozione») in uscita dai quattro anni di formazione, guidate dalla consapevolezza che i nuovi trend del turismo mondiale possono essere intercettati e messi a valore sul territorio provinciale solo in presenza di giovani adeguatamente formati e propensi ad investire professionalmente nel settore, ovviando al vuoto di qualificazione professionale attualmente presente nel contesto trentino;

- preparare risorse umane che, seppur giovanissime, dispongano, proprio per l'utilizzo di nuove metodologie formative di un «framework di base fondato sui processi della promozione e accoglienza», su cui le varie comunità professionali e le imprese del settore andranno ad innestare gli elementi di specializzazione in termini di prodotto e di servizio, grazie anche alla significativa presenza di periodi di formazione direttamente nel contesto lavorativo. Il percorso formativo è, infatti, supportato da una robusta WBL (Working Based Learning), articolata in diverse forme (progetti di simulazione, stage osservativi, project work, praticantato) e concepita come un segmento formativo effettivamente integrato a quello laboratoriale presso il Centro di formazione professionale, che assume il ruolo di «leva» per rispondere pienamente alle dinamiche che caratterizzano i diversi processi lavorativi, difficilmente replicabili o simulabili nel contesto scolastico. In questo modo, la formazione non dovrà mai rincorrere il settore perché gli studenti saranno dotati di un bagaglio di «sapere liquido», principalmente basato su una solida consapevolezza dei significati e dei valori in rapporto a tutto ciò che implica il promuovere e l'accogliere, dunque in grado di adattarsi continuamente alle diverse situazioni ed ai cambiamenti;

- impiegare nuove metodologie e approcci di insegnamento, in grado di integrare e rendere equivalenti sul piano formativo diversi contesti (formale, non formale, informale), diversi ambienti (aule, laboratori, spazi digitali, contesti lavorativi, territorio) e diverse modalità di apprendimento (collaborativo, indipendente, condiviso) per valorizzare e capitalizzare tutte le esperienze che possono entrare in gioco durante il percorso formativo. Per questa particolarità (l'equivalenza formativa tra contesti, ambienti e modalità) LAK. e6 è il primo percorso di formazione professionale che, a livello nazionale, adotta gli standard della Raccomandazione europea del 5 agosto 2021 relativa all'apprendimento misto per un'istruzione primaria e secondaria di alta qualità e inclusiva;

- utilizzare, guardando all'Europa, i più innovativi «framework europei» (ad esempio, European Digital Competence for Citizens, European e-Competence Framework, E.S.C.O, LifeComp) come guide per declinare e valutare i risultati di apprendimento sviluppati dalle varie discipline previste dal percorso formativo;

- favorire l'apprendimento della matematica, della storia, della geografia, dell'arte, delle scienze, dell'economia sulla base di un modello «VET-STEAM» (Vocational Education and Training - Science Technology Engineering Art Mathematics) che consenta la fruizione di attività interdisciplinari di insegnamento svolte direttamente sul territorio e non solo in aula o in laboratorio;

- affidare alla significativa e costante presenza di laboratori di ideazione, creazione, progettazione, elaborazione, il ruolo di *guidance* degli studenti in percorsi di creatività supportati dalle infinite e coinvolgenti opportunità digitali, grazie anche alla messa a disposizione, in modalità «open», di spazi con un layout e setting di insegnamento e apprendimento innovativi, coinvolgenti a supporto delle attività di studio e di lavoro sia di gruppo che individuali;

- supportare l'opportunità di esplorare le proprie inclinazioni professionali lungo i primi tre anni, attraverso progetti e stage osservativi, e scelta del proprio ambito di specializzazione (ricettività turistica, agenzie viaggi, congressuale e fieristico) al quarto anno;

- accogliere lo studente, presso il Centro di formazione, in modo personalizzato, avvalendosi di uno specifico percorso personalizzato di accompagnamento all'accesso in grado sia di mettere in trasparenza le qualità personali che meglio possano essere valorizzate e promosse dall'esperienza formativa che lo attende, sia di rafforzare la consapevolezza delle risorse personali ed esperienziali utili per avviare e vivere con successo la formazione, grazie anche a una comprensione del contesto professionale. Si tratta di un percorso rivolto a chi intende esplorare e consolidare la propria propensione formativa rispetto all'ambito della promozione e dell'accoglienza (studenti in fase di orientamento rispetto alla scelta scolastica) oppure a chi si trova in fase di ri-orientamento;

- impiegare forme avanzate di tutoring e coaching in grado di poter guidare gli studenti secondo le loro inclinazioni, propensioni, risorse possedute per una messa in valore della propria identità personale nella prospettiva di una specifica identità professionale.

Questi i tratti essenziali di questa importante innovazione della formazione professionale turistica provinciale, che raccoglie le molteplici sfide del settore per guardare al futuro dei giovani e della comunità trentina. Per maggiori informazioni e accedere al percorso personalizzato di accompagnamento all'accesso al nuovo quadriennale LAK. e^6, il Centro di formazione professionale Enaip di Riva del Garda mette a disposizione risorse professionali dedicate all'orientamento e all'accoglienza dei giovani trentini interessati, a partire da settembre 2022, a diventare protagonisti nella promozione ed accoglienza turistica.

Destination Marketing e Social Media per alberghi competitivi

Nuovo momento di formazione per i Gat con il professor Umberto Martini dell'Università di Trento

1' e 40" Monica Basile

Formazione dei GAT presso l'Università di Siviglia (pre Covid)

Quali strategie di marketing introdurre per essere competitivi in un mercato che cambia velocemente? È così importante stringere partnership con gli influencer per far conoscere i servizi dell'hotel tramite i social? Questi ed altri argomenti sono stati affrontati durante i due seminari di marketing all'interno del progetto *Il Futuro del Turismo, Il Turismo del Futuro* sviluppato con il co-finanziamento della Fondazione Trentino Università in partnership con l'Asat e il gruppo Giovani albergatori del Trentino (Gat). L'Asat, partendo dall'analisi dei bisogni formativi espressi dai Gat e dagli opinion leader rilevati tramite un questionario, ha pianificato due seminari con **Umberto Martini**, professore ordinario di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento.

Il primo seminario *Guardare oltre la ricettività per essere competitivi: prodotto, territorio, destinazione* ha avuto luogo il 29 marzo. La formazione ha inquadrato i servizi ricettivi nella prospettiva più ampia del marketing di destinazione, la nuova competitività dell'offerta turistica, proponendo il binomio servizio ricettivo/offerta territoriale quale fattore di competitività. Gli oltre 30 membri del Gat iscritti al corso hanno potuto, così, capire in quale direzione è opportuno lavorare per rinforzare la competitività di una struttura ricettiva attraverso l'adozione di logiche di rete e cogliere la rilevanza della creazione di servizi integrati di offerta.

Il secondo seminario dal titolo *Digital marketing: alleato o avversario?* si è svolto il 5 aprile ed ha analizzato il comparto del marketing digitale, dal web ai social media, inquadrandolo nei processi di marketing delle aziende turistiche. I Gat hanno, così, potuto conoscere i meccanismi che stanno alle spalle delle strategie sulle piattaforme digitali e cogliere gli aspetti salienti della strategia di presenza digitale della propria impresa.

Ricordiamo che tutti i seminari sono offerti gratuitamente ai Gat iscritti al Gruppo nell'anno 2022 e che tutto il ciclo di seminari è stato registrato, al fine di fornire l'opportunità di rivedere le sette formazioni. Per conoscere le modalità di iscrizione al gruppo Gat potete inviare una mail a: *gat@asat.it* oppure consultare il sito istituzionale dell'Associazione *www.asat.it*. Per info sulla ricerca e sulla formazione potete contattare la referente del progetto: responsabile Ufficio marketing & ricerche dott. Monica Basile (*m.basile@asat.it* | tel: 0461.923666 - int 3).

New luxury

2' e 50" Francesca Maffei

Sostenibilità ambientale e pulizia di alto livello sono due fattori imprescindibili per gli odierni 5 stelle

La definizione di lusso non è mai statica, è qualcosa di ineffabile che cambia costantemente e gli hotel a 5 stelle ne stanno ridisegnando il concept, investendo a cascata anche tutte le altre categorie. C'era un tempo in cui avere la zona wc e bidet separata dal resto del bagno costituiva la quintessenza del lusso che un albergo poteva offrire. Oggi, nessuno si sogna di immaginare un brand alberghiero di alta fascia che offra come credenziali un simile servizio, diventato peraltro ormai una commodity. Che cosa fa sì oggi che una struttura ricettiva possa essere definita hotel di lusso? Il numero delle stelle? La presenza di uno chef famoso o meglio ancora stellato? Una location esclusiva lontana dalle rotte più inflazionate? La risposta è tutto questo e molto altro. Perché naturalmente il mix fluido di cui si compone il lusso include anche l'esperienza che uno specifico hotel può offrire o meno.

Durante la pandemia l'ultima cosa che ognuno di noi aveva in mente era probabilmente il lusso nella sua accezione più tradizionale, eppure nonostante le sfide e i costi causati dal Covid-19, questo biennio ha inevitabilmente cambiato anche il concetto stesso di cosa è lussuoso, cosa lo è diventato e cosa non lo è più, così come si è evoluto il modo di viaggiare e i viaggiatori. È una rara opportunità per trasformare i fan di una certa tipologia di alberghi in superfan.

I due fattori messi sotto la lente d'ingrandimento negli ultimi due anni sono la sostenibilità ambientale e il livello di pulizia, elementi che costituiscono le fondamenta dell'ospitalità di altissimo livello. Naturalmente, gli ospiti dei 5 stelle si aspettavano già prima un'igiene impeccabile. Ma ora tale esigenza deve sposarsi con i diktat dell'ambientalismo più estremo. Ciò veniva messo in pratica in precedenza dalle aziende più virtuose e tecnologicamente avanzate, oggi la clientela richiede delle prove tangibili che mettano al riparo da ogni possibile accusa di praticare greenwashing, ovvero comunicare un ecologismo che in realtà è solo di facciata, asservito a mere finalità di marketing. Inoltre le procedure di housekeeping in termini di disinfezione e sanificazione, così come i prodotti utilizzati, devono uscire un po' di più allo scoperto, nella maniera più elegante possibile. I purificatori d'aria vanno posizionati in modo che siano visibili al pubblico, ad esempio.

Un altro punto divenuto cruciale è la presenza di spazi aperti; nei periodi di lockdown o quarantena, il vero lusso era di chi poteva godere di un ampio terrazzo magari con vista sulla natura circostante o meglio ancora di un giardino, per quanto piccolo, per non dire di un parco. Le aree outdoor sono uno dei nuovi lussi ricercati dai viaggiatori e spetta agli albergatori studiarne modalità di fruizione innova-

tive. Non si tratta di aggiungere un angolo fumatori o un'altra sdraio alla zona solarium, bensì di ripensare ai colori, ai materiali, ai tessuti, con nuances e profumi che ricordino la dimensione naturale e che possano aiutare le persone a ritrovare il loro equilibrio e il loro benessere psicofisico. Zone esterne in cui certamente non fa difetto il wifi, ma dove anche chi viaggia per lavoro può vivere attimi rigeneranti.

Il tipo di luxury da implementare va trovato identificando il proprio pubblico di riferimento e posizionandosi di conseguenza. La difficoltà sta nel fatto che la situazione attuale è molto frammentata, ma costituisce d'altro canto un'occasione per distinguersi maggiormente, diventando famosi a livello internazionale per peculiarità che solo il proprio hotel può offrire. Si tratta di esperienze multisensoriali legate a quella particolare location, e amplificate dalla connotazione lussuosa che solo una struttura ricettiva può conferire. Un'offerta che, fortunatamente per chi lavora nel settore, non può essere replicata a livello digitale, né sui social media e tantomeno nel famigerato Metaverso che si propone di sostituirsi alla vita reale e, quindi, persino alle vacanze reali.

«L'IMPRESA DI METTERSI IN PROPRIO» IN MOSTRA A PALAZZO ROCCABRUNA

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

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

L'esperienza unica dell'ospitalità in famiglia

2' e 00"

Assemblea ordinaria Bed and Breakfast di Qualità del Trentino

Si è svolta martedì 10 maggio, nella cornice delle Cantine Ferrari, la **diciassettesima Assemblea dell'Associazione B&B di Qualità del Trentino, affiliata ad ASAT** (Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento). La prima in presenza dopo due anni condizionati dalla pandemia.

La presidente **Stefania Angeli** ha dedicato la prima parte dell'incontro alla relazione di bilancio e a quello previsionale. Approvato all'unanimità l'esercizio economico, l'assemblea si è arricchita degli interventi delle massime autorità del turismo trentino. Nella relazione della presidente Angeli, un passaggio importante sul valore dell'ospitalità trentina soprattutto in questo delicato momento delle relazioni geopolitiche internazionali oltre all'analisi dei progetti e delle attività svolte.

Dopo il contributo del professor **Annibale Salsa** esperto di antropologia culturale e filosofica, già Presidente del CAI, che ha incentrato la sua riflessione su identità, relazione e storia, in relazione ai luoghi del turismo è stata la volta dell'Assessore provinciale **Roberto Failoni** che si è intrattenuto sui temi strategici legati al prodotto B&B di Qualità del Trentino. In collegamento esterno è intervenuto il presidente di ASAT e Trentino Marketing **Giovanni Battaiola**, seguito dalla vice presidente **Maria Emanuela Felicetti**. **Davide Cardella**, neo direttore di ASAT ha parlato dell'importanza del ruolo associativo in seno ad ASAT, - casa del turismo trentino - per un'associazione di piccole imprese turistiche come quella dei B&B di Qualità.

La qualità del prodotto messo sul mercato turistico dall'Associazione, nasce dalla formazione continua fornita da **Accademia d'Impresa** agli associati. Di questo ha parlato, il direttore di Accademia, **Bruno Degasperi**. Sono intervenuti anche il presidente della Strada del Vino, **Sergio Valentini**, **Francesco Antoniolli** del coordinamento nazionale. Della preziosa rete degli **Ecomusei del Trentino**, ha parlato il responsabile, **Stefano Delugan**, **Mirta Valentini** di Trentino Marketing, ha illustrato la nuova campagna di promozione del Trentino, focalizzata sul concetto di "belle stagioni" collegato anche alla proposta dei B&B di Qualità del Trentino. **Virna Pierobon**, responsabile della comunicazione strategica, ha parlato del cambio di passo nella comunicazione social e delle prossime azioni di co-marleting con alcuni partner territoriali.

La presidente Angeli con l'Assessore Failoni

Momento clou dell'assemblea è stata la presentazione del **nuovo logo** dell'Associazione, creato dall'architetto e designer, **Ascanio Zocchi**, proprietario di un B&B di Qualità del Trentino. Il restyling del logo, legato all'identità storica del marchio. Un lavoro minuzioso, durato quasi due anni. Un viaggio dentro la variegata identità paesaggistica dei luoghi dove si trovano le strutture, ispirato altresì nella riscrittura grafica, dalla visione futurista di Fortunato Depero, considerando altresì la necessità di includere la parola identificativa "QUALITÀ", nel logo. Il nuovo marchio è stato accolto con grande entusiasmo dai presenti.

In conclusione dell'assemblea, il contributo di **Natale Rigotti**, presidente d'Accademia d'Impresa, che è andato alla ricerca delle origini dell'ospitalità familiare, quella ereditata dai bed and breakfast di tutto il mondo. Un appassionante viaggio a ritroso nel tempo fino ai tempi dell'Impero Romano.

Il Gruppo dei Giovani Albergatori dopo i seminari nell'Università Estera di Glion, Svizzera

Giovani Albergatori delle Alpi

1' e 40" Francesca Maffei

In Val d'Aosta il primo meeting sul tema della sostenibilità ambientale, sociale e culturale

Sotto il patrocinio di **ADAVA** (Giovani albergatori della Valle d'Aosta) dal 26 al 29 aprile scorsi a Saint-Vincent e dintorni si è tenuto il primo meeting degli **Young Hoteliers of the Alps**. Un gruppo nuovo che coinvolge albergatori e ristoratori attivi nelle rispettive associazioni di categoria, tra i 18 e i 39 anni e provenienti dalle regioni alpine italiane ed europee di Austria, Francia, Principato di Monaco, Germania, Liechtenstein, Croazia, Slovenia, Svizzera e Ungheria. La dimensione montana in generale e alpina in particolare, recita la mission del gruppo, sta alla base della visione di poter progettare insieme il futuro di questi territori, fondamentale per la crescita delle aziende che vi appartengono.

Argomento all'ordine del giorno, nelle sue varie declinazioni, è stato quello della sostenibilità: ambientale (interna ed esterna), principalmente perché la stagionalità presto non sarà più percorribile; sociale, al fine di tornare appetibili in termini di opportunità lavorative valorizzando maggiormente il capitale umano; culturale, per trasmettere ai viaggiatori storia e tradizioni dei popoli di montagna in chiave innovativa.

La kermesse si è aperta a Chatillon, presso la Fondazione per la formazione turistica, per poi proseguire la mattina successiva risalendo con la funivia Skyway sul Monte Bianco, dove si è tenuta la seconda riunione, e con una visita al centro di Aosta nel pomeriggio. Il terzo giorno i lavori si sono svolti presso il Forte di Bard, corredati da un brunch promosso dai produttori locali.

Una realtà, quella degli Young Hoteliers of the Alps, che punta quindi a travalicare i confini del Cnga su scala internazionale e, al tempo stesso, a escludere le regioni non alpine, ma restando naturalmente aperto a qualsiasi giovane albergatore desideroso di parteciparvi. La connotazione geografica nasce dal desiderio di confrontarsi con colleghi simili, con i quali poter ampliare il numero di progetti attuabili e al tempo stesso intercettando l'attenzione ed evitando l'allontanamento di chi, non di rado, non si sente rappresentato da organismi nazionali e con sede a Roma. Non da ultimo, i Giovani Albergatori delle Alpi costituiscono il primo vero approccio su scala europea dopo l'esperimento dei Giovani Albergatori d'Europa, di cui fu promotore il Cnga stesso oltre 15 anni fa con il Meeting Europeo di Bruxelles, ma ottenendo al tempo solo timidi segnali di riscontro da parte della Spagna e altri sporadici episodi d'interesse negli anni successivi.

A Parma la 72esima assemblea generale di Federalberghi

5' e 20"

Bocca: «Il turismo settore fertile. Serve aiuto per l'emergenza sui costi dell'energia»

«Siamo tornati insieme, felicemente in presenza. Rimetteremo a fuoco i nostri obiettivi dopo essere stati letteralmente travolti da due anni di pandemia e trovandoci di fronte oggi ad una nuova colossale difficoltà quale è il conflitto in Ucraina. Abbiamo come sempre messo a disposizione le nostre aziende per poter venire incontro alle necessità dei profughi, mai tradendo la nostra vocazione di attenzione al sociale. Ma è certo che per ricominciare a sentirsi forti abbiamo bisogno di essere accompagnati ancora per un po' e supportati al massimo dai nostri governanti con ogni strumento utile. Vogliamo dire le nostre priorità? La diminuzione della pressione fiscale, in primis riducendo le tasse sugli immobili che gravano sulle imprese anche quando sono chiuse o semivuote; il sostegno agli investimenti con il potenziamento del credito di imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive; il contrasto all'abusivismo dilagante in tema di locazioni brevi».

Scalda così la platea **Bernabò Bocca**, presidente di Federalberghi, di fronte ai circa 300 albergatori italiani che si sono dati appuntamento a Parma per l'apertura dei lavori della 72a Assemblea Generale della federazione. Un incontro atteso per il comparto, finalmente in presenza, che si celebra alla presenza del Ministro del Turismo **Massimo Garavaglia** e del Governatore dell'Emilia-Romagna **Stefano Bonaccini**, e che sancisce un ritorno alla normalità dopo la sofferta ed inevitabile interruzione delle convention sui territori, subìta nel periodo più buio della pandemia.

L'intervento del presidente Bernabò Bocca

«Il nostro comparto è fertile - ha dichiarato Bocca - va coltivato costantemente. Non può essere considerato importante solo quando va bene. Perché per andare bene devono esserci condizioni di stabilità garantite. Tutti siamo investiti dai pesantissimi rincari del costo dell'energia - ha proseguito il presidente di Federalberghi - Ma forse vale la pena sottolineare che le nostre sono aziende energivore. Se vogliamo misurare in prospettiva gli effetti di questa situazione di grave emergenza, le impennate del caro energia, dovute anche alle conseguenze del conflitto, hanno letteralmente triplicato i costi. E nonostante le misure di contenimento già adottate dal Governo, molte imprese sono a rischio chiusura dovendo affrontare un aumento della bolletta energetica per gas ed elettricità troppo oneroso. Nel nostro ambito ce ne eravamo già accorti. C'è da auspicare davvero che arrivino aiuti sempre più incisivi per uscire da questo guado - ha sottolineato Bocca. - Ma non vogliamo rinunciare al nostro ottimismo - ha aggiunto - Senza lasciarci trascinare da alcuna deriva, andiamo incontro alla stagione più importante dell'anno contando sulla voglia degli italiani di tornare a viaggiare, voglia che abbiamo già constatato vedendo i risultati del movimento turistico interno a Pasqua e durante il ponte primaverile del 25 aprile. E contiamo anche sulla bellezza dei no-

stri territori e sulla ripresa del turismo straniero che si profila grazie all'allentamento delle restrizioni che erano dettate dalla necessità sanitaria. Tuttavia continueremo ad usare prudenza e terremo attivi i protocolli di sicurezza nelle nostre aziende, con la prospettiva di vederci impegnati con continuità».

In apertura dell'Assemblea parmense, negli spazi Ipogei dell'Auditorium Paganini, il Ministro del Turismo ha fatto il suo intervento dinanzi al vasto pubblico di albergatori, accanto a Bonaccini e all'assessore per le Attività Produttive, Turismo, Commercio e Sicurezza Urbana del Comune di Parma **Cristiano Casa** che a loro volta hanno portato il saluto istituzionale.

«Tolto il tappo, abbiamo tanta voglia d'Italia tra i turisti del mondo. Una sorta di 'revenge tourism' come dice **Roberta Garibaldi** dell'Enit - ha dichiarato Garavaglia - Dai primi dati notiamo che su aprile, maggio e giugno l'Italia ha un tasso di riempimento delle strutture ricettive di 10 punti superiore alla Spagna, nostro tradizionale competitor. E questa è un'ottima notizia. Non si vedeva da anni, c'è un rimbalzo ma dobbiamo renderlo strutturale».

Nello stesso contesto della giornata di lavori nella capitale italiana del gusto, si è svolta poi la tavola rotonda sul tema «Enogastronomia e Turismo testimonial del brand Italia - Dai territori ai prodotti una rete per raccontare l'eccellenza» alla quale hanno preso parte lo chef stellato **Carlo Cracco**, l'amministratore delegato di Enit Roberta Garibaldi, e lo stesso Bocca. Quello della ristorazione in hotel rappresenta un valore aggiunto, molto potente in termini di comunicazione riguardo i territori e l'eccellenza dei prodotti, da offrire sulla tavola ai viaggiatori che scelgono di soggiornare in hotel. È una freccia in più al proprio arco per l'associazione di categoria che cura in primis l'ospitalità.

«Dopo due anni difficili - ha dichiarato **Emio Incerti**, Presidente Federalberghi Parma - e il rinvio dell'evento in programma per il 2020, anno di Parma Capitale Italiana della Cultura, possiamo finalmente ospitare la 72esima assemblea nazionale Federalberghi. Inizia la ripresa: dopo un inizio 2022 caratterizzato da un calo di presenze, il ritorno alla possibilità di viaggiare e la ripresa dell'economia hanno riportato i turisti nella nostra città. C'è voglia di tornare a muoversi: già a Pasqua abbiamo visto un grande afflusso, con circa l'80% delle camere occupate a Parma e provincia. A seguire grazie alla manifestazione Cibus tutte le camere delle strutture ricettive erano prenotate. Ci sono buone prospettive per i prossimi mesi, soprattutto per eventi in programma come il Giro d'Italia e la Mille Miglia».

«Se c'è un settore di fronte al quale si richiede un aggiornamento continuo è proprio quello del food and beverage, soprattutto nel campo della ricettività - ha dichiarato Bocca - ed è ben augurante ragionare di questi temi nella capitale italiana dell'enogastronomia. Abbiamo chef in Italia che sono dei numeri uno. Con la loro cucina e la loro creatività sostengono indirettamente il turismo italiano ed arrivano a fare destinazione. Strutturare al meglio tutto questo per il nostro turismo sarà come lavorare l'oro». «La forza attrattiva del turismo enogastronomico è andata rafforzandosi, soprattutto grazie all'immagine consolidata di eccellenze nell'arte culinaria e alla pluralità di risorse ed attrazioni diffuse, sia nelle città principali che in quelle minori. - ha detto Garibaldi - Questa crescita di interesse dei viaggiatori italiani e stranieri genera nuove opportunità, anche per il settore alberghiero, favorisce lo sviluppo di circuiti virtuosi, creando ad esempio nuove connessioni con i produttori, ristoratori e comunità locali». «Il brand Italia si esporta nel mondo anche grazie all'eccellenza dei prodotti che il nostro Paese possiede in misura direi infinita. La cucina d'autore rappresenta la virtù che si applica alla materia prima - ha sottolineato Cracco - Ho sempre sostenuto che fare rete nel comparto dell'enogastronomia significa diventare più forti - ha aggiunto - pensiamo a quanto hanno funzionato in questo senso i modelli europei. Facendo sistema e collegandosi ai vari organismi preposti si può strutturare un'attività come Ambasciatori del Gusto, rendendo la nostra qualità enogastronomica e il nostro sapere un elemento sempre più forte di attrattività anche per il turismo straniero. Negli ultimi tempi, soprattutto dopo la pandemia, si è certamente notato una carenza di forza lavoro sia in sala che in cucina, forse anche una disaffezione a questo lavoro, alla quale bisogna rispondere mettendo al centro di tutto la formazione. È da qui che dobbiamo ripartire, investendo sulle scuole, sull'insegnamento e sulla preparazione professionale di questi ragazzi, cercando di dare loro una possibilità di crescita e nuovi sbocchi professionali».

La formazione di Cat Turismo

CAT TURISMO
FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGIA

Tutti gli appuntamenti con i corsi di giugno e luglio 2022

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

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

Il corso è rivolto ai titolari/responsabili, al personale di cucina e di sala.

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
20/06/2022	14.00-18.00	ONLINE

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

CORSO AGGIORNAMENTO PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
20/06/2022	14.00-18.00	ONLINE

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

PRIMO SOCCORSO

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

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

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.

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
06/06/2022	14.00-18.00	AULA - TRENTO

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

ANTINCENDIO

DESTINATARI: Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

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

Corso OBBLIGATORIO per tutti i tipi di aziende. La durata varia a seconda del grado di rischio presente nella struttura ed è riconducibile a tre fasce dettate nell'allegato I del Decreto Ministeriale del 10 marzo 1998.

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, secondo il livello di rischio le aziende in:
- rischio d'incendio basso - GRUPPO A - 4 ore;
- rischio d'incendio medio - GRUPPO B - 8 ore;
- rischio d'incendio elevato - GRUPPO C - 16 ore.

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

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

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

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
13/06/2022	09.00-13.00	AULA - TRENTO

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

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.

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
13/06/2022	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - 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)

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
13/06/2022 14/06/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO

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

LAVORATORI / LAVORATRICI

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

- FORMAZIONE BASE: concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro: 4 ore - CREDITO PERMANENTE;
- FORMAZIONE SPECIFICA: in funzione dei rischi riferiti alle mansioni e ai possibili danni e alle conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda (rif. codici ATECO) - DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE E' 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
CORSO GENERICO (4 ORE) + CORSO SPECIFICO (4 ORE)

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
07/06/2022 08/06/2022	14.00-16.00	ONLINE
11/07/2022 12/07/2022	09.00-13.00	ONLINE

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.

ESTATE	ORARIO	MODALITÀ
07/06/2022 08/06/2022	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
11/07/2022 12/07/2022	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE

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

CORSI AZIENDALI

Percorsi di formazione per la tua azienda. Anche a km. zero!

La Formazione aziendale è una modalità di accesso alle risorse che l'Ente mette a disposizione annualmente per l'aggiornamento e la qualificazione degli operatori del settore turistico trentino.

È possibile, **in qualsiasi momento dell'anno**, richiedere di realizzare uno o più corsi (percorso) scelti sulla base di proprie specifiche esigenze o fabbisogni, che saranno organizzati sulla base di specifiche necessità, orari e sede (anche presso l'azienda richiedente).
Il tutto è **gratuito** per le aziende in regola con i versamenti all'ente.

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

Ente Bilaterale
Turismo del Trentino
www.ebt-trentino.it

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

I collaboratori sono il tema del decennio 2020

Gli albergatori sono spesso esperti multifunzionali ed esperti nel lavorare in questa situazione turbolenta

4' e 00" David Raccanello e Alois Kronbichler

La gestione dei collaboratori (o gestione delle risorse umane) è diventata negli ultimi anni uno dei compiti centrali di ogni albergatore. Con i diversi ruoli nei quali un albergatore deve destreggiarsi (tra cui controller ed esperto finanziario, stratega, responsabile della qualità, guru del marketing, innovatore, narratore), è anche suo compito trovare i collaboratori giusti: trovarli e possibilmente legarli alla propria azienda. Quello che era un compito importante prima del Covid, ed era classificato come un fattore essenziale e critico per il successo nell'industria del turismo, lo è ancora di più nell'attuale situazione post-Covid. Il focus della gestione delle risorse umane è principalmente sulla fidelizzazione dei collaboratori, ovvero quella parte di Employer Branding che è diretta verso l'interno. L'obiettivo è rafforzare l'identificazione e l'impegno del team nell'attività alberghiera al fine di aumentare la disponibilità alla prestazione e la loro soddisfazione.

Il modo in cui un albergatore tratta i suoi collaboratori ha anche un forte impatto sul modo in cui loro vedono l'azienda stessa. Questo è importante anche perché il passaparola è ancora la misura pubblicitaria più efficiente e migliore quando si tratta di trovare collaboratori (per esempio cosa dicono del loro posto di lavoro i vostri collaboratori durante le loro uscite serali?). Nella gestione dei collaboratori è quindi importante agire ora con lungimiranza, perché ogni decisione attuale può avere un impatto positivo o negativo sull'azienda.

Consigli per una corretta gestione dei collaboratori

1. **Mettete in discussione la strategia dei collaboratori nella vostra azienda perché costituisce la base per la loro fidelizzazione e gestione!** Per prima cosa dovete prendere coscienza della situazione attuale della vostra azienda in termini di collaboratori, ovvero la vostra strategia per loro. Solo allora potrete prendere le decisioni giuste. Quale era e quale sarà la vostra Employer Value Proposition (EVP) per i collaboratori in futuro? Che valore vorreste avere per i vostri collaboratori?

   Queste domande dovrebbero trovare una risposta:

   - cosa rende unica la vostra azienda dal punto di vista dei collaboratori?
   - perché i collaboratori dovrebbero rimanere nella vostra azienda?
   - perché i collaboratori dovrebbero impegnarsi per la vostra azienda?

2. Fate in modo che i valori della vostra azienda colpiscano anche i vostri collaboratori: servono da orientamento! Lo splendore dell'hardware da solo, ovvero avere la più grande area benessere, la camera più moderna, la migliore piscina, non è sufficiente per attirare gli ospiti. Dipende dal software, ovvero dal servizio, dalle emozioni e dall'empatia degli albergatori e dei collaboratori. È necessaria una maggiore profondità perché ora serve mettere in scena i valori dell'azienda. Da un lato i valori aziendali che sentono i vostri ospiti, dall'altro lato i valori aziendali che sentono i vostri collaboratori. Il modo in cui vi comportate come imprenditori e manager determina come questi valori vengono trasmessi dai collaboratori agli ospiti. È quindi importante definire chiaramente il significato dei propri valori aziendali e calarli nella realtà quotidiana, per voi e per i vostri collaboratori. Inoltre, i valori forniscono un orientamento sul motivo per cui i collaboratori (dovrebbero) lavorare per voi.

3. È richiesta una leadership forte e concreta! Come imprenditore e manager, avete il compito di guidare i vostri collaboratori. Alcuni suggerimenti per una leadership forte e concreta:

- il 90% del lavoro di leadership consiste nella comunicazione! Ciò significa che lo scambio di informazioni con i vostri collaboratori è più importante che mai nella situazione attuale!
- forse la componente più importante di qualsiasi leader è l'empatia: vedere attraverso gli occhi degli altri, ascoltare attraverso le orecchie degli altri e sentire con il cuore degli altri!
- siate un modello! «Dovete essere voi stessi un modello e fare da apripista se volete guidare con successo»;
- infine ma non ultimo, sfidate i vostri collaboratori! Sappiamo che è più facile a dirsi che a farsi nell'attuale era dei problemi con i collaboratori ma tutti hanno bisogno di compiti che abbiano un senso e attraverso i quali crescano (come persone e come professionisti)!

Alois Kronbichler e David Raccanello di Kohl & Partner

4. Rendete più attraenti i punti di contatto dei collaboratori nella vostra azienda! In base alla strategia, le fasi chiave del ciclo di vita dei collaboratori sono:

1. attrazione (ricerca di lavoro);
2. recruiting (selezione);
3. onboarding e orientamento (primo giorno di lavoro);
4. sviluppo e crescita;
5. exit (uscita)
6. follow up (aftercare anche quando il collaboratore non è più in azienda).

Per riflettere e ottimizzare continuamente, coinvolgete i vostri collaboratori di lunga data in questo processo e pensate insieme:

- quali sono i vantaggi di base dei vostri collaboratori?
- cosa vi aspettate da loro?
- cosa desiderate da loro?
- quali momenti magici potete pianificare in termini di ricerca e mantenimento dei collaboratori?

6. Rompete i vecchi schemi di gestione delle risorse umane. Se il Covid ci ha insegnato qualcosa, questo è la flessibilità, sia nella sfera privata che professionale. Ciò vale anche per la gestione dei collaboratori come le mansioni, la gestione o il sistema salariale. Kohl&Partner vede la necessità di agire, soprattutto per quanto riguarda il sistema salariale, per spezzare i vecchi schemi salariali nel settore alberghiero e diventare più flessibili al loro interno. Qui la costruzione di un sistema salariale individuale per i vostri collaboratori (ad esempio secondo il principio della modularità con criteri come esperienza, responsabilità, orari di lavoro, alloggio, lealtà, identificazione con l'azienda) è un campo d'azione centrale per mantenere i collaboratori attuali e attirarne di nuovi. Un altro compito della gestione delle risorse umane che terrà gli albergatori ancora più impegnati in futuro.

Musei del Trentino, una guida insolita

2' e 20" Gianfranco Betta

AA.VV.

131 MUSEI DEL TRENTINO

Editoriale Programma, 2021

pp. 208 - 14 euro

Chiedersi oggi se un museo possa rappresentare un fattore di attrattività turistica, risulta essere una domanda piuttosto superflua se non inutile alla luce della crescente consapevolezza ormai acquisita della valenza anche turistica dell'offerta culturale, entro cui possono essere collocati i musei.

Ma cosa si intende per museo, si chiedono gli stessi autori di questo agile volumetto? L'International Council of Museums (ICOM), che raggruppa i musei e i loro professionisti, ne ha dato una definizione fondata su alcune parole chiave: si deve intendere «un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società, e del suo sviluppo, aperta al pubblico, che effettua ricerche sulle testimonianze materiali e immateriali dell'uomo e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, e le comunica e specificamente le espone per scopi di studio, educazione e diletto».

Siamo lontani dalle Wunderkammer o «gabinetti delle curiosità», raccolte private degli oggetti più disparati ed eterogenei, un collezionismo per diletto personale all'insegna della straordinarietà di quanto accumulato, affermatesi nel '500 e diffusosi nei due secoli successivi con lo scopo di suscitare stupore per la loro eccezionalità.

Da alcune di queste «eccentriche» raccolte nacque l'idea di museo, inteso in un primo momento come esposizione aperta a tutti: si pensi alla collezione di bronzi di papa Sisto IV esposta dal 1471 in piazza del Campidoglio, che darà vita al primo nucleo dei Musei Capitolini. Concezione democratica ante litteram che riceverà particolare impulso con l'Illuminismo e la Rivoluzione francese. Non a caso il Louvre apre i battenti nel 1793, preceduto qualche decennio prima da altri importanti musei come la Galleria degli Uffizi o il British Museum, vere icone dell'idea di «museo», inteso come raccolta di opere d'arte, soprattutto pittoriche (museo - pinacoteca).

Nei decenni e secoli successivi l'idea di «museo» si è allargata, come ben evidenziato dalla definizione ICOM, fino a comprendere da ultimo i musei che raccontano e cercano di esprimere un territorio, gli «ecomusei» che vedono la luce per la prima volta in Francia negli anni '70 del secolo scorso. In provincia di Trento sono nove e la Guida qui presentata li tratta in una sezione specifica, come una proposta particolare di musei che forse la definizione ICOM escluderebbe. I 131 Musei aperti in Trentino e riportati dalla Guida sono aggregati per macrocategorie e sono descritti in brevi schede informative. Partendo dalla Bassa Valsugana e Tesino si attraversa tutto il territorio provinciale in un movimento a spirale che arriva ad avvolgere, in chiusura, la città di Trento. Volendo trovare delle costanti, numerosi musei citati documentano il passato rurale del Trentino attraverso le raccolte di attrezzi agricoli, oggetti della civiltà contadina, della vita in malga, in campagna, nel bosco. Altri, quasi altrettanto numerosi, documentano la Grande Guerra, dal Lagorai a Canazei, da Moena a Vermiglio e Peio, da Ledro a Giustino, fino al più famoso Museo della Guerra a Rovereto. Non mancano esempi molto particolari, quasi unici nella loro dimensione modesta, frutto spesso di collezioni private. Mi piace rammentare tra gli altri, ad esempio, il **Museo del paracarro open air** a Canezza, il **Museo delle streghe** a Peio, quello **delle bilance e delle affettatrici d'epoca** a Cognola, o i **Musei del caffè** di Rovereto e di Riva, che fanno riferimento a due importanti case di torrefazione locali.

Gusto che conquista

Un concentrato di design e tecnologia per offrire
le migliori bevande a base di latte fresco e caffè in grani.
Bella da mostrare, facile da usare e costante
nell'erogazione, Karisma garantisce prestazioni notevoli.
Per un risultato sorprendente, tazza dopo tazza.

NECTA

Tel. 035 606 265 | necta.evocagroup.com

Dubbi di maggio

2' e 10"

Devo installare un nuovo cogeneratore nel mio hotel. Quali contributi concede la Provincia di Trento?

«La Provincia di Trento agevola interventi per la promozione di misure di protezione ambientale, cioè investimenti finalizzati al risparmio e all'utilizzazione razionale di energia e di risorse naturali. A fronte di detti investimenti, i costi ammissibili sono rigorosamente limitati ai costi di investimento supplementari («sovraccosti») necessari per eseguire gli obiettivi di tutela ambientale. Vale a dire che, sulla spesa complessiva, la Provincia agevola la parte ulteriore - rispetto al costo di una caldaia normale - che costa in più la caldaia col cogeneratore. Sulla cifra ammessa a contributo viene applicata la percentuale del 65%, che verrà concessa in forma di contributo in conto capitale».

È possibile e compatibile con la destinazione d'uso avere, all'interno del proprio hotel, appartamenti o locali a disposizione del gestore?

«Negli esercizi alberghieri la realizzazione dell'alloggio del gestore è ammessa nei limiti strettamente necessari per garantire una gestione efficiente dell'esercizio alberghiero e della struttura ricettiva all'aperto. A tal fine, per quanto riguarda l'alloggio del gestore, di norma è ammesso solamente un alloggio per impresa, nel limite complessivo di 120 metri quadrati di superficie utile netta. Nel medesimo esercizio alberghiero può essere realizzata anche un'ulteriore unità abitativa per garantire la continuità gestionale dell'attività ricettiva, anche in presenza di ricambi generazionali. La somma delle superfici dell'ulteriore unità abitativa e dell'alloggio del gestore non può essere superiore a 240 metri quadrati di superficie utile netta.

La parte della struttura alberghiera da destinare ad alloggio del gestore, inclusa l'ulteriore unità abitativa, non può superare complessivamente il 30% della superficie utile netta dell'albergo. Qualora il 30% della superficie utile netta dell'albergo è inferiore a 240 metri quadrati di superficie utile netta, il limite massimo della parte della struttura da destinare a camere per il personale e ad alloggio del gestore, inclusa l'ulteriore unità abitativa, è di 240 metri quadrati di superficie utile netta a condizione che la superficie destinata alle stanze per gli ospiti risulti comunque prevalente.

Può essere realizzata un'ulteriore unità abitativa se sussistono le seguenti condizioni:

a) al momento della richiesta del permesso di costruire il richiedente deve essere in possesso dei seguenti requisiti:
   - essere parente entro il secondo grado o affine entro il primo grado del titolare dell'impresa e svolgere al suo interno la propria attività principale da almeno tre anni;
   - essere socio o prestatore di lavoro subordinato;
   - il richiedente o il suo coniuge, non divorziati né separati giudizialmente, non devono essere titolari o contitolari, eredi o legatari, del diritto di proprietà, di uso, di usufrutto o di abitazione su un altro alloggio idoneo alle esigenze familiari, nel territorio del comune interessato o dei comuni limitrofi;

b) l'intervento non deve pregiudicare la funzionalità dell'esercizio ricettivo;

c) la parte ricettiva e quella residenziale si devono configurare, sotto il profilo tipologico, in modo unitario rispetto a ciascuna attrezzatura ricettiva.

Una caldaia a condensazione

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

Certo che no!

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

ESPERIA® printevolution

Family AUDIT

CERTIFICAZIONE DI SISTEMA DI GESTIONE DNV·GL ISO 9001 = ISO 14001

Opzione Climaticamente neutrale ClimatePartner

FSC www.fsc.org FSC® C021487 Il marchio della gestione forestale responsabile

PEFC PEFC/16-31-390 Promuoviamo la Gestione Sostenibile delle Foreste www.pefc.it

Per i nostri clienti è questa la priorità e il nostro impegno è volto a favorire una produzione a basso impatto ambientale documentabile e certificata.

Scopri quanti modi esistono per dare un'impronta verde ai tuoi stampati nell'ambito dell'**editoria**, della **cataloghistica** e del **packaging**.

info@esperia.tn.it

www.esperia.tn.it

Forza dalla Natura.

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

A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI