Turismo& Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

03.2018 Anno XXXXVI

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

Fondazione Dolomiti Dolomiten Dolomites Dolomitis UNESCO
SOCIO SOSTENITORE

IL PIANO STRATEGICO NAZIONALE DEL TURISMO

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

GIANNI BATTAIOLA ELETTO PRESIDENTE
Ecco le priorità dei prossimi mesi

UNA EXPO RIVA HOTEL POSITIVA
Edizione da archiviare con soddisfazione

CAMBIA IL LAVORO NEL TURISMO
Le nuove frontiere di welfare e contratti

VADEMECUM DEGLI INCENTIVI HOTEL
Quali le norme e le agevolazioni previste

GALLERY TRENTINO APRE AGLI ALBERGHI
Foto e video ad uso anche degli operatori

Wellness d'autore.

Hotel La Bercia
La Villa

SANAE
www.sanae.it

Sommario

TEMA DEL MESE

Il presidente Battaiola: "Ecco le mie priorità" pag. 4

VITA ASSOCIATIVA

50 azioni per far diventare l'Italia un paese per viaggiatori pag. 8
Business & coaching alberghiero pag. 12
Expo Riva Hotel 2018 pag. 14
Come cambia il lavoro: il welfare aziendale pag. 16
Inserto. Vademecum degli incentivi per investimenti in albergo pag. 20

FEDERALBERGHI

Pubblicità ingannevole dei portali di prenotazione pag. 26

GIOVANI

I Giovani albergatori a confronto su Digital transformation & industry 4.0 pag. 28

SPEAK ENGLISH

Hotels on Airbnb pag. 29

CORSI CAT

Il calendario aprile corsi obbligatori pag. 30

LIBRI & TURISMO

La guerra verticale pag. 34

TRENTINO MARKETING

È on line Gallery Trentino pag. 36

NORMATIVE

La sicurezza e salute sui luoghi di lavoro pag. 38
Dubbi pag. 42

MAGAZINE
03.2018 Anno XXXXVI

Chiusura Editoriale 09/03/2018
Foto Copertina: Scorcio del centro storico di Rovereto - Marco Simonini

tempo di lettura autore dell'articolo

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

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

Breve riflessione post elettorale

Diciamo subito che il dibattito post elettorale, con qualche eccezione, si sta avventurando su vecchi sentieri. Questo vale in sede nazionale quanto in sede locale.

Alcune parole sul Trentino. Chi ha vinto è indubbiamente il centro destra che ora guarda realisticamente alla possibilità di fare il bis nelle elezioni provinciali del prossimo autunno. In chi ha perso sembra prevalere non tanto il desiderio di comprendere il motivo della sconfitta, quanto piuttosto la volontà di ridisegnare le posizioni di partenza personali o, al più, di partito, in vista dell'appuntamento elettorale. Non una parola sugli errori eventualmente fatti, o per ribadire la bontà delle scelte del governo di questi anni. Ognuno è fabbro della propria fortuna, dice un antico motto.

In sede nazionale la situazione è molto difficile, non essendo risultato vincitore nessun polo. Quello più forte, il centro destra, rivendica la possibilità di governare sulla base di un programma e di eventuali aiuti di parlamentari volonterosi. Posizione coerente e comprensibile.

Il Movimento cinque stelle rivendica il valore della propria forza e il grande avanzamento in termini di voti e di parlamentari, che non si può negare. Però ha una pretesa forte, che è quella di governare, in assenza di numeri sufficienti e con un programma che in molti punti è incompatibile con le posizioni delle altre forze parlamentari a cui si chiedono i voti, e senza volersi confrontare e trovare un minimo comun denominatore programmatico e politico. Difficile pensare a passi in avanti senza la disponibilità a mediare su alcune posizioni di principio.

Il teatrino della politica è anche questo. Ma siamo fiduciosi, e soprattutto auspichiamo, che nelle prossime settimane possano prevalere comportamenti collaborativi e che guardino agli interessi generali dell'Italia.

Importante è che si giunga rapidamente ad un governo stabile, che faccia scelte, che dia risposte ai bisogni del Paese, delle aziende e dei cittadini.

Un programma che dia spazio alla crescita delle imprese, che riduca il debito pubblico, che rafforzi la posizione dell'Italia verso l'Europa, che dia risposte alle sacche di sottosviluppo e di povertà, insomma che porti pienamente l'Italia in un positivo sentiero di crescita economica.

Da parte nostra abbiamo rappresentato alle forze politiche prima delle elezioni le proposte concrete di Federalberghi e dell'Asat per lo sviluppo del settore turistico.

Sono misure fattibili ed economicamente sostenibili. Rimaniamo ancorati a questa concretezza, che però richiede anche coraggio e innovazione. Ci piacerebbe leggerla nei comportamenti e nelle scelte delle forze politiche e del prossimo governo.

direttore Roberto Pallanch

Il presidente Battaiola: "Ecco le mie priorità"

Dopo la nomina, traccia le linee dei prossimi impegni dell'Asat

Il presidente Gianni Battaiola

Un programma all'insegna del lavoro di squadra, dell'innovazione, della crescita del settore, della formazione e dell'ecosostenibilità. Un forte impegno verso gli associati per dare risposte ai loro problemi. Si riassume così il piano di attività di **Giovanni Battaiola**, neoeletto presidente dell'Asat.

Un'agenda condivisa con il Consiglio direttivo e la Giunta esecutiva, caratterizzata dalla continuità con gli orientamenti e le azioni fino ad oggi condotte. Con la convinzione che le diverse iniziative devono essere realizzate in un'ottica di sistema territoriale Trentino, dove il comparto alberghiero rappresenta uno dei presidi più importanti di creazione di ricchezza, con un ruolo di vero e proprio volano per lo sviluppo socio-economico di una comunità. Un presidio, però, che ha bisogno di infrastrutture adeguate, di scelte coraggiose sul fronte della fiscalità con la riduzione del carico tributario e burocratico, di soluzioni concrete e flessibili dal lato delle norme sul lavoro per rispondere alle esigenze organizzative legate alla stagionalità della maggior parte delle nostre imprese. Centrale poi l'attenzione alle norme sulla concorrenza, con riferimento particolare alle seconde case che, pur operando nello stesso mercato, non rispettano le medesime regole richieste per gli alberghi.

Una situazione, quindi, molto articolata e con numerosi temi sul tavolo. Una delle prime azioni è stata quella legata alle elezioni del 4 marzo 2018 con la definizione di un insieme di proposte da parte di Asat ai candidati trentini al Parlamento. "Prima delle elezioni, abbiamo incontrato i rappresentanti delle varie forze politiche - ha spiegato Battaiola - per creare anche per la nuova legislatura un rapporto continuo e strut-

9' e 40"

turato con i parlamentari trentini, al di là di singoli provvedimenti o necessità, per fare conoscere, in linea con le proposte di Federalberghi, le esigenze della nostra categoria e potere contribuire nella formazione dei provvedimenti che riguardano il nostro comparto, prima che gli stessi siano licenziati dalle rispettive commissioni parlamentari e poi votate dall'aula".

Nelle richieste rivolte alle forze politiche avete toccato numerosi temi "caldi"?

"Sì, innanzitutto la tutela e la difesa dell'Autonomia provinciale, al di là delle divisioni partitiche, perché essa è anche un valore per la promozione e nei confronti di chi viene come ospite in Trentino: una capacità di autogoverno che funziona per la sicurezza, per la cura dell'ambiente, per l'offerta sinergica, per la sanità. Abbiamo poi evidenziato le numerose esigenze del nostro comparto tra le quali, l'urgenza di rendere il Trentino, porta di accesso dell'Italia, una meta turistica facilmente accessibile dai turisti con adeguate infrastrutture, un sistema

La platea del teatro Sociale di Trento affollata dai soci per il 70° anniversario dell'Asat

di mobilità sostenibile e di collegamenti strutturati con i più importanti scali aeroportuali e ferroviari; la necessità di una maggiore attenzione per le esigenze e le potenzialità del turismo montano, istituendo un Ministero per il turismo con portafoglio; i problemi legati alla stagionalità del nostro lavoro, con i riflessi sul mercato del lavoro stagionale e occasionale; l'opportunità del reinserimento di strumenti flessibili come i *voucher*; il problema dell'insostenibile carico fiscale; la normativa in materia di prevenzione incendi".

Temi sui quali lavorerà con un programma che potrebbe definirsi all'insegna della continuità?

"Sì, sono stato per un lungo periodo vicepresidente di **Luca Libardi** e con lui abbiamo avviato numerose iniziative e quindi mi sembrava importante riuscire a portare a termine quei ragionamenti che avevamo ancora in itinere. Poi ho ricevuto la stima della Giunta e del Consiglio e di tanti albergatori che mi hanno invitato a ricoprire questa carica che per me è un onore ed un onere, che cercherò di svolgere con il massimo impegno possibile".

Quali sono le priorità su cui si concentrerà nei prossimi mesi?

"Alcune iniziative vanno portate a termine. Tra queste, la realizzazione completa degli obiettivi del piano strategico quadriennale dell'Asat e la revisione dello Statuto associativo. Ma anche la riorganizzazione, per la quale siamo ormai alla fine, della nostra associazione e delle società collegate, da un lato per dare risposte sempre più puntuali ai nostri associati e, dall'altro, per avere maggior solidità economica. Infine, il proseguimento del lavoro di politica turistica che sviluppiamo con l'Assessorato provinciale al turismo, Trentino Marketing, di cui siedo al Tavolo azzurro e nel board commerciale, e in sinergia con gli albergatori nelle Apt territoriali".

Un lavoro, questo con l'Assessorato e Trentino Marketing, finalizzato soprattutto ad attrarre nuovi clienti?

"Esatto. Noi possiamo chiedere la riduzione delle tasse e più incentivi, ma se riusciamo a far crescere l'impresa ed aumentarne la redditività, allora sì che facciamo goal. Ormai sul piano dei costi, dopo la crisi del 2009, abbiamo tagliato tutto ciò che era possibile, quindi la crescita dei fatturati è l'unica strada da percorrere per aumentare la redditività, obiettivo che possiamo raggiungere andando a cercare clienti disposti a spendere di più. L'attività promozionale diventa quindi essenziale per raggiungere questo scopo".

Nell'agenda di Battaiola anche i temi della mobilità "sostenibile"

Per attrarre nuovi clienti bisogna anche vendere il territorio. Cosa farete al riguardo?

"Dobbiamo diventare un veicolo di promozione del Trentino, in una logica di sistema e di sinergie che veda coinvolti tutti gli attori del territorio, dagli agricoltori ai ristoratori, ai commercianti, agli artigiani, agli operatori del tempo libero e della cultura. Vogliamo anche ragionare su una progettualità che valorizzi i prodotti enogastronomici nel contesto turistico, creando dei pacchetti che non devono essere intesi semplicemente come un regalo per l'ospite quando arriva in albergo, ma che devono servire per vendere un'esperienza attiva, da potere poi veicolare attraverso *storytelling*, su Facebook e gli altri *social*".

Per voi il territorio diventa quindi basilare e strategico?

"Certo, per questo dobbiamo pensare allo sviluppo in un'ottica di sostenibilità, di qualità ambientale, paesaggistica. Noi vendiamo il territorio e non possiamo rovinare ciò che vendiamo, sarebbe come sporcare i muri del nostro albergo, non possiamo farlo. E dobbiamo anche considerare il fenomeno di un possibile *overtourism* (situazione in cui i visitatori percepiscono che il numero di turisti è eccessivo e la qualità dell'esperienza turistica rischia di essere negativa, *ndr*) indirizzando le scelte verso presenze turistiche di qualità, non meramente sulla loro quantità".

FRANCESCA SPAGNOLLI ENTRA IN GIUNTA

E Christian Armani è stato indicato per il consiglio nazionale di Federalberghi

In osservanza degli adempimenti statutari, il Consiglio direttivo ha nominato un nuovo componente della Giunta esecutiva dell'Asat nella persona di **Francesca Spagnolli**, prima dei non eletti per il settore alberghiero nella scorsa tornata elettiva e membro del Consiglio della sezione Alto Garda e Ledro.

Cresciuta in una famiglia di grande tradizione turistica ed associativa - il nonno **Severo** è stato tra i fondatori della nostra Associazione - Francesca gestisce oggi il *Good Life Hotel Garden* di Pieve di Ledro. Le diamo il benvenuto e le auguriamo un buon lavoro.

La Giunta esecutiva ha, da parte sua, provveduto ad indicare **Christian Armani** quale componente del consiglio Nazionale di Federalberghi.

Per l'Asat il lavoro in albergo deve diventare ancora più attrattivo

Legato alla sostenibilità c'è il tema della mobilità.

"Il tema della mobilità è importantissimo: l'ospite deve arrivare velocemente in Trentino attraverso un sistema che sappia valorizzare e coordinare il trasporto aereo, quello ferroviario e quello stradale.

Poi il turista deve potersi muovere comodamente, in modo efficiente e sostenibile attraverso un sistema di mobilità moderna; per esempio, una rete di piste ciclabili e un'offerta di trasporti pubblici che permetta di spostarsi durante tutto l'arco della giornata e per tutto l'anno. E tutto ciò sarebbe sicuramente apprezzato anche dai nostri concittadini".

E per quanto attiene i collaboratori nelle aziende turistiche?

"Dobbiamo essere più attrattivi nei loro confronti, da una parte facendo capire le grandi opportunità che il settore offre, la bellezza di un lavoro che fa conoscere persone e culture diverse e che può anche dare soddisfazioni a livello di remunerazione. Un aiuto ci può venire da un rapporto più stretto tra sistema formativo ed aziende, che accresca la reciproca conoscenza e l'interesse verso il turismo. Inoltre stiamo ragionando su un contratto di secondo livello che attraverso strumenti innovativi dia soddisfazione ai lavoratori e alle aziende. Lavoreremo anche sul piano della formazione, in questo caso sia per i dipendenti, sia per gli albergatori, con attenzione alla cultura professionale e manageriale.

Nel suo programma riserva una particolare attenzione alla cultura digitale, perché?

"Perché è importantissima e prioritaria per gestire in modo completo il rapporto con i clienti, interagendo con loro attraverso i canali social, dalla fase in cui il turista cerca informazioni, a quelle della prenotazione e vendita, della permanenza in albergo e dopo la vacanza.

Se non impariamo a farlo, ci saranno altri che lo faranno al nostro posto, con costi alti, come Amazon e altri soggetti che si stanno inserendo, o sono già presenti, nella vendita dei pacchetti vacanze. Queste grandi aziende, in possesso di un gran numero di informazioni sui comportamenti di ognuno di noi, riescono a proporre nel giusto momento ciò di cui abbiamo bisogno. Contrastarle non sarà facile, ma dobbiamo fare in modo che quando qualcuno ci cerca, prenotando o acquistando una vacanza, si riesca a soddisfarne la richiesta. La digitalizzazione richiede un sistema di reti per la trasmissione dati veloce e che copra l'intero territorio provinciale, ma anche reti e strumenti informatici efficienti all'interno della struttura alberghiera, rispondendo ai bisogni di connettività dei clienti (ormai un terzo dei clienti sceglie destinazioni e alberghi dove la rete funziona bene e velocemente). E le tecnologie digitali producono anche innovazione nei processi organizzativi ed economici delle aziende: fare analisi predittive attraverso big data e big player sarà un aspetto innovativo per la redditività aziendale".

Un altro punto importante del programma è il rapporto con l'associato.

"Solamente conoscendo e analizzando i bisogni dei nostri soci e dialogando con le Sezioni territoriali, possiamo andare loro incontro e definire le linee politiche della nostra Associazione. In tal senso, a partire dalla primavera vogliamo impegnarci per girare di più il territorio ed essere presenti, organizzando incontri tematici o anche solo per scambiarci idee e confrontarci sullo sviluppo del turismo".

50 azioni per far diventare l'Italia un paese per viaggiatori

Dalle intenzioni, ai fatti. Si potrebbe annunciare così il recente avvio dell'attuazione del "Piano strategico del turismo 2017-2022" approvato, nel febbraio dello scorso anno, dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (Mibact).

Il Piano è entrato, infatti, in piena fase operativa, con la realizzazione di 50 azioni, a valenza nazionale, contenute nel cosiddetto "Programma attuativo annuale 2017-2018", un paniere d'iniziative raggruppate, in base alle funzionalità e i rispettivi ambiti d'impatto, in quattro aree d'intervento e che contribuiranno ad affermare la leadership e l'unicità dell'Italia come grande meta turistica e come "Paese per viaggiatori".

Questo Programma, primo passo del percorso di rilancio e innovazione del turismo italiano, ruota attorno ad alcuni punti chiave, tra i quali, la connessione tra grandi e meno note destinazioni turistiche, l'incentivazione di un sistema di mobilità turistica sostenibile, un'incisiva azione di marketing per lo sviluppo di mercati stranieri potenziali e la valorizzazione di territori ad alto valore ambientale, come quelli di montagna. Il tutto con un'attenzione particolare alla sostenibilità economico-finanziaria e alla digitalizzazione.

Le 50 iniziative contenute nel Programma attuativo 2017-2018 sono il frutto di una selezione di circa 200 idee e proposte pervenute al Ministero dei beni culturali e del turismo attraverso un iter partecipativo che ha visto il coinvolgimento del "Comitato permanente del turismo", di tavoli interministeriali e di diversi *stakeholder* del settore. Alle differenti proposte è stato dato poi un ordine di priorità realizzativa in base al livello di avanzamento e dettaglio dell'idea progettuale e alla sostenibilità finanziaria.

Da quest'ultimo punto di vista è da evidenziare che sia il Piano strategico, sia il Programma attuativo sono strumenti di solo orientamento e coordinamento delle politiche turistiche e non hanno risorse finanziarie proprie, non potendo incidere con oneri aggiuntivi sulla finanza pubblica. Pertanto ogni azione sarà realizzata attingendo a fondi già disponibili e nel caso specifico, per il Programma 2017-2018, sono stati già individuati 600 milioni di euro.

Le 4 aree d'intervento

In relazione agli obiettivi, le 50 azioni attuative fanno capo a quattro aree: la prima è quella delle "Grandi e nuove destinazioni", 17 iniziative che mirano a innovare, specializzare e integrare l'offerta turistica nazionale, creando una sorta di rete tra le grandi destinazioni turistiche e quelle più piccole e meno note.

Il Piano strategico del Ministero valorizza la Magna Grecia

Il "Piano strategico del turismo" entra nella fase operativa

6' e 40"

Rosario Fichera

Verrà prodotto un catalogo digitale dell'offerta turistica nazionale, contenente destinazioni, prodotti e *brand* territoriali. In pratica saranno mappate in modo continuo le destinazioni turistiche territoriali per avere un quadro chiaro dell'offerta italiana da connettere alla domanda; altra azione è quella destinata a far diventare le 14 città metropolitane hub prioritari della destinazione Italia, con un ruolo determinante nella diffusione della conoscenza degli attrattori meno noti presenti nelle destinazioni limitrofe e, al contempo, della delocalizzazione dei flussi di ospiti dai territori più turistici a nuove mete adiacenti.

In questa logica per indirizzare i movimenti turistici verso nuove destinazioni si sosterranno le iniziative culturali delle 16 città finaliste delle "Capitali italiane della cultura"; si creerà una piattaforma informativa per conoscere in tempo reale le caratteristiche di visita dei musei e delle aree archeologiche statali; in occasione del 2018 proclamato anno del cibo italiano, si organizzeranno una serie di eventi per fare conoscere la nostra cultura enogastronomica; così come si valorizzeranno le bellezze dei borghi italiani e di città come l'Aquila e Taranto; sarà redatto anche un "Atlante dei cammini e delle ciclabili e guida dei paesaggi" e un'Alta via dei musei della Magna Grecia, in una logica di percorso di turismo *slow*.

Un sistema turistico più competitivo

Nella seconda area d'interventi, denominata "Competitività innovazione e digitalizzazione", rientrano 19 azioni che si pongono l'obiettivo di accrescere la competitività del nostro sistema turistico attraverso una serie di servizi digitali e l'incentivazione della mobilità turistica sostenibile.

Sul piano della digitalizzazione sono previste diverse attività, a cominciare dalla realizzazione di una piattaforma digitale per i musei del sud Italia; sono in programma, inoltre, un data base e un portale, denominato "*Italy for movies*", per il cinema girato e da girare in Italia; un sistema (*Italia destination management system*) che permette di gestire in modo integrato l'informazione, la promozione e l'eventuale commercializzazione dell'offerta turistica nazionale con i servizi privati (ticketing dei musei, eventi, biglietti di viaggio).

Venezia, un set perfetto per il film "The Tourist" con Angelina Jolie e Johnny Depp

Per quanto riguarda, invece, la mobilità sostenibile sarà realizzato un piano straordinario della mobilità turistica a cui saranno collegate una serie di iniziative come il treno turistico *Italian express*; un piano per la mobilità turistica elettrica con la sperimentazione in cinque grandi città della riconversione dei mezzi di trasporto pubblici in mezzi elettrici. In questo senso è programmato anche un protocollo d'intesa tra l'Enel e le associazioni di categoria degli albergatori per l'installazione di colonnine di ricarica negli hotel. Ma particolare attenzione sarà data anche alla creazione di un sistema nazionale di ciclovie turistiche e alla promozione dei cammini italiani.

Sul fronte delle agevolazioni quest'area d'interventi contiene anche l'azione della cosiddetta "Tax credit", prevista dalla Legge di Bilancio 2017 con il riconoscimento, per le annualità 2017 e 2018, del credito d'imposta per la digitalizzazione e la riqualificazione delle strutture ricettive alberghiere.

L'agevolazione è prevista nella misura del 65% (dal 30% previsto in precedenza) con un credito d'imposta ripartito in due quote annuali di pari importo, fino a un massimo di 200 mila euro, nel rispetto della disciplina europea in materia di aiuti di Stato di importanza minore (c.d. de minimis). Altra azione è il "Factorympresa turismo", un programma nazionale di accompagnamento imprenditoriale e tutoraggio per sostenere la nascita di startup innovative nel turismo.

Il rilancio del turismo montano

Nel terzo ambito d'intervento, "Marketing e brand Italia", rientrano, invece, 10 iniziative che hanno l'obiettivo di sviluppare un'efficace ed innovativa azione di marketing turistico nazionale. Questo percorso sarà realizzato, innanzitutto, attraverso il "Piano attuativo Enit" (l'Agenzia nazionale del turismo) per promuovere l'offerta italiana all'estero, in stretta sinergia con enti locali e partner istituzionali; il consolidamento del brand Italia sui mercati turistici internazionali; la promozione di alcune attività, come la settimana della cucina italiana; il lancio della campagna straordinaria di comunicazione "Destinazione Italia" su mercati stranieri prioritari; dei focus promozionali su Cina e Russia.

Un occhio particolare sarà dato anche al rilancio del turismo montano italiano, invernale ed estivo, per una corretta pianificazione e promozione dei prodotti turistici in un'ottica di sostenibilità.

L'efficienza della governance

La quarta e ultima area d'intervento, "Organizzazione", prevede 4 azioni con l'obiettivo di realizzare una *governance* efficiente e partecipata. Questo obiettivo sarà portato a termine tramite la creazione del portale informativo "Piazza dei saperi" della Direzione generale del Mibact che costituirà il primo *output* del *destination management*. Il portale diventerà l'*hub* principale delle informazioni per il mondo del turismo italiano.

Inoltre sarà realizzato un nuovo sistema nazionale per la raccolta di dati statistici, aumentando il set d'informazioni disponibili e la tempestività dei dati e un sistema di monitoraggio per misurare l'efficacia complessiva di tutte le azioni messe in atto.

Anche il Ministero lavora per il rilancio del turismo montano

800.480.380 www.volkswagen-veicolicommerciali.it

Volkswagen Veicoli Commerciali raccomanda Castrol EDGE PROFESSIONAL

Un mito.
Oggi ancora più grande.

Volkswagen Multivan.
Più spazio alla tua voglia di libertà.

Dopo sei generazioni il fascino è rimasto lo stesso, ma oggi Multivan è ancora più spazioso e tecnologico. Con 7 posti, motori TDI e disponibile anche con trazione 4MOTION e cambio automatico DSG, Volkswagen Multivan rinnova il piacere di viaggiare nella massima libertà. **Scoprilo nelle nuove versioni Space e Tech.**

Volkswagen

Dorigoni

Via di San Vincenzo, 42 – Trento – Tel. 0461 381 200
www.dorigoni.com – vendita.vic@dorigoni.com

L'immagine della vettura è puramente indicativa. Per maggiori informazioni: www.volkswagen-veicolicommerciali.it
Valori massimi: consumo di carburante ciclo comb. 6,9 l/100 km – CO_2 180 g/km.

4' e 35"

Francesca Maffei

*Condurre gli albergatori al successo, non solo aziendale ma soprattutto personale. Vis-a-vis con una business coach specializzata in hotellerie, la dottoressa **Rosa Melchiorre**.*

La Business Coach Rosa Melchiorre

Business & coaching alberghiero

Una metodologia innovativa mutuata dal mondo sportivo

Quella di business coach è una figura innovativa sul panorama italiano ma ancor più in campo alberghiero: quali sono le contaminazioni internazionali?

"Il business coaching vero e proprio è iniziato nel duemila, prima in USA e poi nel resto del mondo. La metodologia in realtà fa la sua comparsa già negli anni 70 con **Timothy Galloway**, un allenatore di tennis che traspose il *coaching* dallo sport all'ambito aziendale, per superare le difficoltà e vincere le sfide."

Quali sono le differenze principali che secondo te esistono, in termini di esigenze di coaching, tra aziende di produzione o di altri servizi rispetto a quelle che operano nell'industria dell'ospitalità?

"Ci sono tanti parallelismi e altrettante distinzioni. Anzitutto, l'albergatore si butta a capofitto nella sua attività azzerando il resto. Non ha consapevolezza della propria identità professionale ed è continuamente distolto da inezie e urgenze, soggetto alla sindrome del tuttofare. Dovrebbe piuttosto chiedersi con lucidità: è necessario il mio intervento o posso delegare? Un imprenditore per portare creatività in azienda deve gestire le interferenze interne ed esterne con chiarezza d'intenti e di direzione, prendendo decisioni rapidamente." Impresa non facile, dato il senso d'impoverimento o di colpa che scaturisce dal distacco e dal tirarsi indietro: "Conosco questi stati d'animo, ma va compresa l'importanza del monitoraggio a distanza, del controllo sui processi e non dell'azione in prima persona."

Ci sono dei progressi tangibili che un albergatore può sperimentare grazie all'affiancamento di un business coach?

"Negli interventi più mirati opero una riorganizzazione aziendale, riordinando anche fisicamente il luogo di lavoro. E una volta settati gli standard di riferimento ai quali il personale deve attenersi, l'imprenditore deve dare l'esempio." Come insegna **Marie Kondo** nel suo *Il magico potere del riordino*, bisogna fare pulizia visiva in senso letterale, e quindi oltre al *back-office* Rosa si spinge anche nelle

lavanderie, nei retro-bar, nelle zone di disbrigo, in ogni reparto, con una comunicazione che da verticale diventa orizzontale. "Ottimizzo procedure e protocolli, fisso gli ordini di servizio con *role-play* dedicati e responsabilizzo il team, in modo che la qualità sia la medesima indipendentemente da chi è in turno. Un'azione di *empowerment* che accresce lo spirito di squadra e argina l'indifferenza." Ma ne guadagna anche la vita personale, con una riduzione del monte complessivo di ore lavorate e l'ottenimento di almeno un giorno libero a settimana, come precisa Rosa: "L'albergatore quando inizia la stagione turistica entra in una sorta di apnea e ci resta per mesi, trascinandosi in un'atavica stanchezza. Al contrario, deve uscire dalla trincea e non sentirsi più sempre da solo in prima linea, così da risparmiare oltre metà delle energie profuse e disperse."

Quella di affidarsi a un coach è un'esigenza più sentita tra gli hotel a gestione famigliare, che caratterizzano gran parte delle PMI alberghiere italiane, oppure la rilevi soprattutto nelle strutture di grandi dimensioni e d'impianto manageriale?

"Nelle PMI il cordone ombelicale è fortissimo e identifica l'albergatore con il suo albergo, senza considerare che la sua professionalità sarebbe rivendibile anche altrove. Spesso non c'è un organigramma con ruoli e mansioni definite, si assiste a una de-focalizzazione che non mette le persone nella condizione di fare il loro meglio e non trasmette fiducia reciproca."

Come scatta nella mente di un imprenditore la scelta di mettere a budget un investimento di questo tipo e quindi di intraprendere il percorso di coaching?

"A mio avviso la leva sta nella voglia di migliorare le performance, di posizionarsi diversamente con un lavoro di affinamento che riduca il turnover o i costi in generale, oppure in una profonda crisi di gestione, di identità o di passaggio generazionale. Talvolta la motivazione è legata a situazioni disperate."

Quella del coaching è comunque una voce che rientra nelle risorse umane e nel riassetto aziendale. "Esatto. Inoltre grande attenzione riservo sempre alla parte economica, rapportandomi con i commercialisti e i consulenti finanziari degli hotel che affianco."

Quanto tempo occorre mediamente per vedere i primi risultati?

"Dipende da volontà, costanza e dedizione, passione e determinazione nell'intrapresa del percorso. L'affiancamento può durare una stagione, un anno o manifestarsi a più riprese. Dipende anche dalla fase che l'azienda sta attraversando: ristrutturazione, passaggio di testimone, cambio di team o altri processi che richiedano di essere agevolati."

Ci sono casi più complicati di altri?

"Non rilevo mai una difficoltà oggettiva, la differenza la fa l'approccio interiore delle persone. Ogni nuovo albergo che esamino ha le sue peculiarità; è diverso, non più difficile, degli altri.

CHI È?

Dopo una laurea in legge all'Università La Sapienza di Pisa e una carriera nel top management di aziende multinazionali e gruppi alberghieri di fascia lusso, Rosa Melchiorre svolta per diventare business coach professionista con un master in coaching di primo livello e uno ad alte prestazioni, conseguito a Dubai.

Il focus sull'hotellerie non le preclude di continuare a lavorare anche in altri ambiti, ad esempio nel settore energetico o in quello sportivo – al momento segue **Giorgio Rocca**. Nel mese di marzo a Roma terrà, in partnership con il guru del digital marketing **David Meerman Scott**, il corso "Le nuove regole della vendita e del marketing".

Expo Riva Hotel 2018

Chiusa l'ultima edizione, i primi bilanci sono molto positivi

3' e 15"

La gente in coda per accedere ad Expo Riva Hotel

L'edizione 2018 di Expo Riva Hotel porta con sé numeri da record: 522 aziende presenti nelle quattro aree espositive, circa 100 incontri di formazione e 27.358 visitatori, un +5% di ingressi sull'edizione del 2017.

"Le ultime due edizioni della fiera hanno registrato un costante incremento - afferma soddisfatto **Roberto Pellegrini**, Presidente di Riva del Garda Fierecongressi SpA - un successo che conferma il ruolo di Expo Riva Hotel come una delle fiere di settore imperdibili nel panorama degli eventi italiani".

"Riva del Garda Fierecongressi ha investito molto nella formazione come filo conduttore di tutte le manifestazioni" - spiega **Giovanni Laezza**, Direttore Generale della società - perché crediamo fortemente che *workshop* e seminari di qualità siano un valore aggiunto. Essere aggiornati e conoscere le tendenze è una offerta che differenzia Expo Riva Hotel da altre fiere. Inoltre il progetto Expo Riva Hotel Academy permette di portare il nostro evento su tutto il territorio nazionale, in dieci tra le località turistiche più frequentate d'Italia. Investimenti di questo calibro hanno portato ad Expo Riva Hotel un incremento di presenze dei professionisti del settore, ovvero imprenditori, a fronte di una diminuzione del pubblico generico." Ed Expo Riva Hotel Academy ha avuto 2200 partecipanti per gli 86 seminari suddivisi in Hotel Management, RPM - Riva Pianeta Mixology e SOLOBIRRA: in particolare questi ultimi due progetti hanno incrementato le aziende espositrici presenti e il tutto esaurito per i workshop. E proprio i settori che hanno dato maggiore soddisfazione sono stati quelli dell'alimentazione, del *coffee&beverage* e dei grandi impianti.

In Fiera è stata data particolare importanza alle azioni rivolte alla sostenibilità, sia ambientale che sociale nelle fasi di allestimento, mantenimento e smantellamento degli stand. Expo Riva Hotel ha inoltre aderito, per il secondo anno consecutivo, al progetto Food For Good contro lo spreco alimentare.

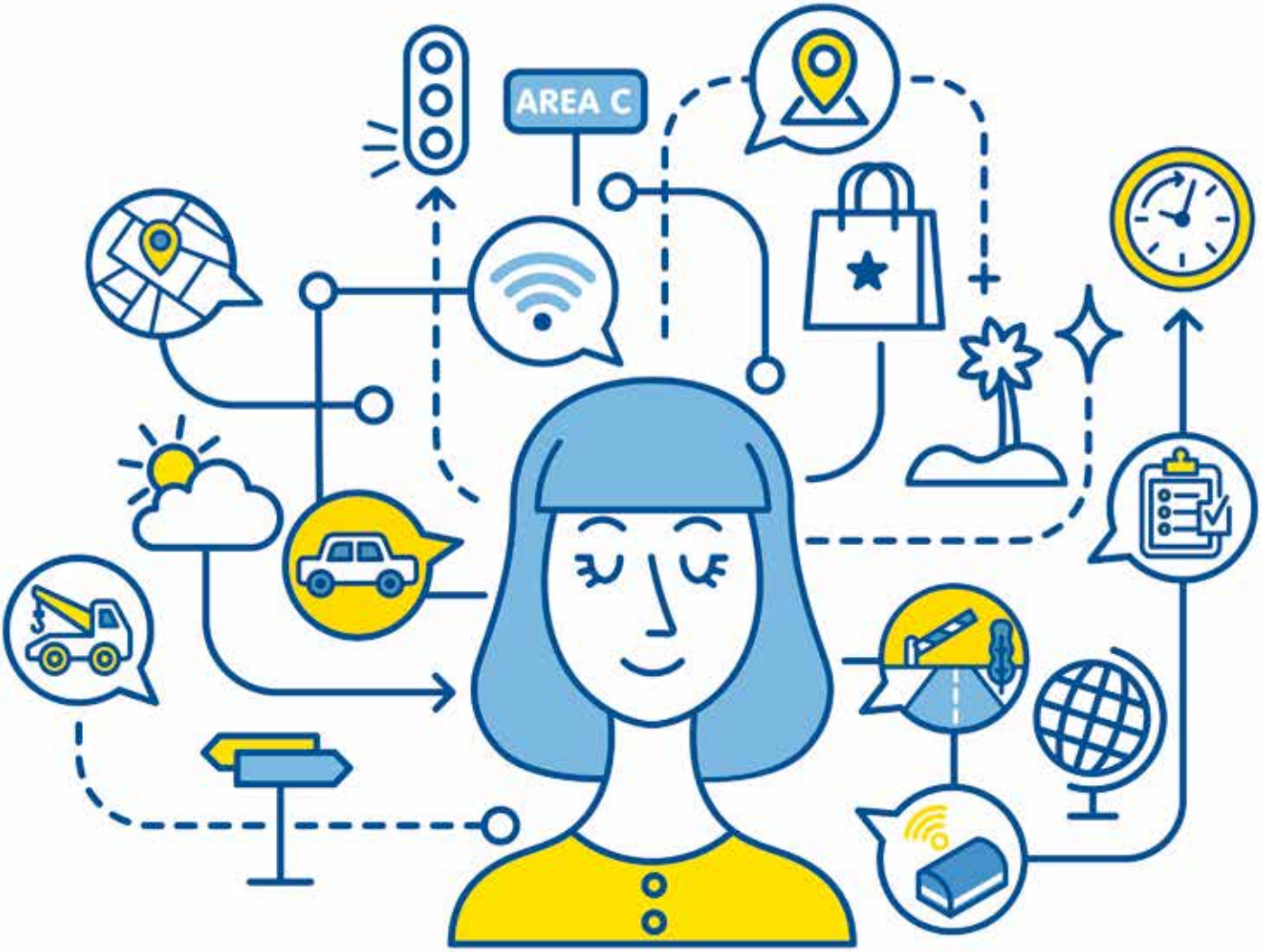
Fondamentali nel successo di Expo Riva Hotel sono stati i patrocini, tra gli altri, di Federalberghi nonché le collaborazioni con le Associazioni di categoria, in particolare con l'Asat che ha allestito un proprio stand in collaborazione con il sistema della formazione professionale della Provincia di Trento.

Ed all'interno dell'area formazione, anche l'Asat ha proposto due momenti formativi molto interessanti, uno sulle nuove forme di *welfare* e sui contratti di lavoro ed un secondo sulle possibili agevolazioni nazionali, provinciali e creditizie per chi investe nella propria struttura: "È importante che i nostri associati abbiano momenti di incontro anche su temi concreti e di attualità - ha commentato **Gianni Battaiola**, presidente dell'Asat - e noi, proprio per questo, abbiamo voluto organizzarli all'interno di questa fiera così importante per la nostra realtà territoriale".

TELEPASS

SE PARTI DA QUI, HAI ANCORA PIÙ VANTAGGI.

Scegli Telepass per pagare l'**autostrada**, i **parcheggi in struttura**, l'**Area C di Milano** e i **traghetti sullo stretto di Messina**.



Ritira il tuo dispositivo presso le nostre filiali e avrai il canone Telepass e Telepass Premium **gratuito* per 6 mesi**. Niente potrà fermarti.

Casse Rurali Trentine

** Messaggio Pubblicitario con finalità promozionale. Offerta valida per chi sottoscrive un contratto Telepass family, Telepass Premium e Telepass Twin **dal 01/02/2018 al 30/04/2018** presso le filiali aderenti all'iniziativa. La promozione è valida solo per i nuovi contratti. Al termine dei 6 mesi di gratuità il costo mensile sarà pari a 1,26 € per il Telepass Family, 1,50 € per Telepass Premium e 2,10€ per Telepass Twin (IVA inclusa). Promozione non cumulabile con eventuali altre in corso. La documentazione contrattuale Telepass è consultabile su telepass.com.*

Visita telepass.com

Come cambia il lavoro: il welfare aziendale

Un migliore rapporto fra l'impresa ed i propri lavoratori rafforza la collaborazione e favorisce la fidelizzazione

Angelo Candido responsabile del servizio sindacale di Federalberghi

Fare welfare per aumentare il benessere dei lavoratori

7' e 10"

Lorenza Di Paolo e Angelo Giuseppe Candido

Il welfare aziendale è l'insieme dei beni e servizi che un'azienda eroga a favore dei propri dipendenti al fine di migliorare le condizioni di vita e lavoro.

Queste erogazioni possono assumere la forma di buoni pasto, assistenza sanitaria, previdenza integrativa, acquisti scontati, vacanze, strumenti di conciliazione vita-lavoro o di ogni tipologia di facilitazione in grado di apportare un valore aggiunto in termini di "utilità sociale" al lavoratore. Rispetto alla pura e semplice erogazione di denaro, il welfare aziendale consente al dipendente di ottenere il servizio di cui ha bisogno per il tramite della propria impresa.

Il lavoratore non dovrà attivarsi in prima persona per individuare l'erogatore di una determinata prestazione, ma sarà l'azienda ad andare incontro alle sue esigenze e provvedere alla soddisfazione del suo bisogno.

I servizi potranno essere messi a disposizione direttamente dal datore di lavoro o forniti attraverso strutture esterne all'azienda, per il tramite di specifiche convenzioni. Ad esempio: un servizio educativo, quale un asilo per i figli dei propri dipen-

denti, può essere direttamente finanziato dall'impresa oppure, ricorrendo a strutture esterne, assicurato attraverso il pagamento delle rette scolastiche. In entrambi i casi l'impresa si occupa di fare welfare, incrementando il benessere dei propri lavoratori e offrendo loro soluzioni a esigenze educative, assistenziali o ricreative afferenti i problemi di vita quotidiana, familiare e sociale.

Diverse sono le motivazioni alla base della diffusione del welfare aziendale. Una delle motivazioni più ricorrenti è il contenimento delle dinamiche salariali a fronte di una maggiore offerta di servizi ai propri dipendenti. Gli obiettivi di carattere economico-gestionale sono considerati prioritari per le politiche di welfare aziendale, sia per incentivare la produttività del lavoro e sia per contenere il costo del lavoro grazie ai vantaggi fiscali. Altrettanto importanti sono le ragioni legate alla volontà di migliorare il rapporto fra impresa e lavoratori, rafforzando, da un lato, la collaborazione e favorendo, dall'altro, la fidelizzazione di questi ultimi.

Buoni pasto, polizze sanitarie, convenzioni per il consumo sono solo alcuni dei benefit che potranno essere elargiti ai lavoratori con la nuova contrattazione

Sotto questo aspetto, ricerche indicano nel welfare aziendale uno strumento utile per l'innalzamento della qualità della vita lavorativa, attraverso la riduzione della conflittualità, il ridimensionamento del turnover e la diminuzione della disparità di genere. Con riferimento ai benefit oggetto dei piani di welfare, i più diffusi sono la mensa aziendale e i buoni pasto (60%), la flessibilità degli orari di lavoro (46%), le polizze sanitarie (41,4%), le convenzioni per il consumo (38,2%), l'assistenza sanitaria (36,8%) e i benefit per lo studio dei figli (30%).

Si deve alla legge 28 dicembre 2015, n. 208 (legge di stabilità 2016) il merito di avere inaugurato una nuova stagione del welfare integrativo, attraverso il riconoscimento del ruolo centrale delle imprese e l'individuazione di meccanismi di incentivo.

Il provvedimento ha esteso gli incentivi fiscali a un'ampia gamma di iniziative aziendali per il benessere dei lavoratori e delle loro famiglie, prevedendo inoltre la possibilità di convertire in una determinata categoria di beni e servizi - disciplinata dall'articolo 51 del decreto Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917 - i premi di produttività concordati in sede di contrattazione collettiva aziendale e territoriale ed erogati in base a specifici criteri di misurazione.

La legge di stabilità 2016 è stata definita l'architrave del nuovo welfare aziendale per avere ridisegnato il perimetro, la misura degli incentivi ed un sistema di regole guida per le imprese e per gli altri soggetti interessati. Con l'adozione del decreto interministeriale 25 marzo 2016 si è intervenuti sui punti della legge che richiedevano disposizioni attuative, in modo particolare la disciplina relativa alla determinazione dei premi di risultato e quella dei voucher cartacei ed elettronici per il pagamento dei servizi di welfare. Nel corso del 2016 altri provvedimenti di carattere tecnico hanno precisato le modalità di

Le nuove norme nazionali spingono i piani di welfare aziendale

applicazione delle norme. La circolare dell'Agenzia delle Entrate 15 giugno 2016, n. 28/E ha fornito le informazioni relative al trattamento fiscale connesso alle iniziative di welfare aziendale, precisando quali sono i beni e servizi non soggetti a tassazione ed erogabili in sostituzione dei premi aziendali.

Numerosi interpelli hanno inoltre indotto l'agenzia a fornire chiarimenti specifici. In questo modo è stata definita la possibilità di utilizzare le piattaforme online per usufruire in modo flessibile dei benefici aziendali (*flexible benefit*).

La legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di stabilità 2017) è infine intervenuta ampliando ulteriormente il novero dei benefici aziendali incentivati, con l'inclusione delle assicurazioni per la non autosufficienza e per le malattie gravi, rafforzando gli incentivi all'utilizzo dei premi di risultato per servizi di welfare e includendo la contrattazione nazionale tra le fonti istitutive di welfare aziendale.

Alla luce delle recenti novità legislative introdotte, l'impresa che voglia procedere all'attivazione di piani di welfare, può scegliere tra più strade:

- erogare beni o servizi non contemplati dall'articolo 51 del TUIR e non beneficiando di alcuna forma di detassazione;
- stipulare con le parti sociali accordi collettivi di secondo livello che prevedano l'introduzione di premi di risultato correlati a specifici indicatori di tipo quantitativo; nel caso in cui si verifichi un incremento di almeno uno di questi indicatori, sarà possibile avere accesso alla tassazione agevolata del 10% e, se previsto all'interno dello stesso contratto, il lavoratore avrà il diritto a convertire la retribuzione variabile così maturata in beni e servizi elencati nei commi 2 - 4 dell'articolo 51 citato. I servizi e beni opzionati, in tal caso, avranno diritto alla piena esenzione fiscale;
- non sfruttare il valore aggiunto fornito dalla possibilità di convertire la retribuzione variabile in benefit e offrire misure di welfare on-top solo sulla base dell'articolo 51 del TUIR, osservando le disposizioni previste per ogni singola tipologia di servizio offerto. Tali misure di welfare devono essere previste all'interno di contratti, accordi o regolamenti aziendali oppure possono essere erogati unilateralmente dall'azienda; in tal caso sarà possibile usufruire dei vantaggi fiscali e contributivi esclusivamente nel limite del 5 per mille dell'ammontare delle spese per prestazioni di lavoro dipendente.

Oltre ai premi di risultato, la legge di stabilità riconosce anche alle somme erogate sotto forma di partecipazione agli utili d'impresa, purché corrisposte in esecuzione di accordi collettivi aziendali e territoriali, il beneficio di essere sottoposti a una tassazione agevolata del 10% o addirittura di godere di una completa defiscalizzazione nel caso in cui vengano corrisposti al lavoratore nella forma di servizi di welfare.

Offerta valida fino al 31/03/2018 solo per vetture in stock, su Transit Custom Van E6 250L1H1 TDCi 105CV Entry con Radio e clima a € 15.200,00 (IPT, messa su strada e IVA esclusa) a fronte di rottamazione o permuta di un veicolo immatricolato prima del 31/12/2012, grazie al contributo dei Ford Partner. Esempio di Leasing Ford Credit comprensivo del servizio facoltativo Ford Protect 7 anni/140.000 Km: prezzo di vendita € 15.855,74 (IPT, messa su strada e IVA esclusa). Primo Canone anticipato € 542,44 (comprensivo di prima quota leasing € 242,44 e spese gestione pratica € 300), 47 quote da € 242,44 (IVA e spese incasso € 4,00 escluse); opzione fi nale di riscatto ad € 7.619,67. Importo totale del credito di € 17.134,62, comprensivo dei servizi facoltativi Guida Protetta, Assicurazione vita e invalidità. Totale da rimborsare € 19.760,79. Imposta di bollo in misura di legge all'interno della prima quota mensile. TAN 4,95%, TAEG 5,98%. Salvo approvazione FCE Bank plc. Per informazioni sulle condizioni generali del fi nanziamento fare riferimento alla Brochure Informativa disponibile sul sito www.Fordcredit.it. Prezzo raccomandato da Ford Italia S.p.A. I veicoli in foto possono contenere accessori a pagamento. **Ford Transit Custom: consumi da 6,0 a 7,6 litri/100km (ciclo misto); emissioni CO2 da 156 a 197 g/km.**

Ford
ford.it

MARGONI
WWW.MARGONIAUTO.COM
VENDITA ASSISTENZA CARROZZERIA

TRENTO
Via Bolzano, 61
T. 0461 957311

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

VOLANO
Via Panizza, 51
Tel. 0464 432277

Spesso i nostri associati chiedono quali sono le agevolazioni oggi disponibili in caso di lavori nel proprio esercizio o per l'acquisto di nuovi mobili o attrezzature. E spesso non è semplice districarsi tra le molte possibilità che le leggi nazionali o provinciali prevedono.

Abbiamo quindi redatto questo breve vademecum con l'intento di riepilogare i principali incentivi previsti nelle normative vigenti a sostegno degli investimenti nelle imprese. Per ciascun tipo di intervento, viene riportato lo strumento di agevolazione corrispondente. Invitiamo gli associati a consultarlo con attenzione ed eventualmente rivolgersi ai nostri uffici per ulteriori informazioni e delucidazioni in merito, ricordando che le agevolazioni statali e quelle provinciali di norma non sono cumulabili tra loro (0461.923666 - tasto 2).

VADEMECUM DEGLI INCENTIVI PER INVESTIMENTI IN ALBERGO

RISTRUTTURAZIONI E RIQUALIFICAZIONI ALBERGHIERE

TAX CREDIT

Stato

Per interventi di ristrutturazione e di riqualificazione edilizia, alla condizione che i lavori abbiano anche finalità di incremento dell'efficienza energetica o di riqualificazione antisismica, le imprese alberghiere esistenti alla data del 1° gennaio 2012 godono di un credito d'imposta del 65% sulle spese sostenute dal 1° gennaio 2017 al 31 dicembre 2018. Sono agevolati gli interventi di: ristrutturazione edilizia (ad esempio: demolizione e ricostruzione nel rispetto della volumetria; modifica dei prospetti anche con nuove porte esterne e finestre; realizzazione di balconi; recupero dei sottotetto; trasformazione di balconi in veranda; sostituzione di serramenti esterni ed interni con altri aventi caratteristiche migliorative; nuova pavimentazione o sostituzione della preesistente; installazione o sostituzione di impianti di comunicazione ed allarme e di impianti di prevenzione incendi), incremento dell'efficienza energetica (installazione impianti fotovoltaici, schermature solari esterne mobili, coibentazione degli immobili, pannelli solari per acqua calda, impianti elettrici, termici e idraulici finalizzati alla riduzione del consumo energetico), eliminazione delle barriere architettoniche.

La procedura per ottenere le agevolazioni è quella del *click day*. L'istanza e le attestazioni delle spese sostenute si presentano tramite il Portale dei Procedimenti del Ministero dei beni culturali; le assegnazioni vengono fatte in ordine di arrivo. Il prossimo click day utile sarà nel corso del mese di febbraio 2019. Il credito di imposta è ripartito in due quote annuali di pari importo; esso è alternativo e non cumulabile, in relazione alle medesime voci di spesa, con altre agevolazioni di natura fiscale.

COMPENSAZIONE FISCALE

Provincia Autonoma di Trento

La compensazione fiscale prevede un contributo fisso, a titolo di aiuto "de minimis" del 15% sulla spesa ritenuta ammissibile; non vigono per il settore turismo, le maggiorazioni aggiuntive a detta percentuale previste per altre forme di agevolazione. La compensazione si applica ad investimenti il cui importo sia compreso da un minimo di 50mila euro (30mila nel caso di lavori su rifugi escursionistici) ad un massimo di 300mila. La domanda va inviata tramite Pec a Confidi Trentino Imprese tra il 1° gennaio ed il 30 aprile di ogni anno; essa va corredata da fatture o documenti equipollenti emessi ed integralmente pagati nei diciotto mesi precedenti la data di presentazione della domanda. Non sono ammessi pagamenti in contanti o per assegno, ma solamente pagamenti con bonifico o Riba su cui siano ben riportati il numero e la data della fattura che viene così pagata. Si può utilizzare la carta di credito ma solamente per acquisti telematici non pagabili nei modi predetti. Il beneficiario potrà avvalersi della compensazione fino al completo esaurimento, attraverso i servizi telematici offerti dall'Agenzia delle Entrate.

PROCEDURA VALUTATIVA

Provincia Autonoma di Trento

La procedura valutativa si applica alle domande per interventi il cui importo sia compreso tra i 300mila ed i 2,5 milioni di euro. Per le nuove iniziative il limite minimo è inferiore; le spese relative all'investimento debbono essere sostenute dopo la presentazione della domanda. Anche eventuali ordini e contratti devono essere successivi alla domanda, eccetto che per il regime de minimis.

Possono beneficiare delle agevolazioni per questo tipo di investimenti i proprietari che gestiscono direttamente gli esercizi alberghieri nonché quelli extra-alberghieri (che somministrino la prima colazione agli alloggiati e non abbiano più del 70% dei posti letto in unità abitative con servizio autonomo di cucina), i campeggi ed i rifugi. Per le piccole imprese la percentuale di contributo parte dalla base del 15% più eventuali maggiorazioni che dipendono dalle tipologie di investimento e che possono portare ad un 23% di agevolazione. Nel caso di nuova impresa fatta da donne, la percentuale arriva fino al 30% della spesa ammessa. Si applicano comunque le regole UE sulla dimensione di impresa e ciò può comportare la riduzione delle suddette percentuali.

PROCEDURA NEGOZIALE

Provincia Autonoma di Trento

La procedura negoziale si applica alle domande per interventi il cui importo sia superiore ai 2,5 milioni di euro; anche in questo caso le spese relative all'investimento debbono essere sostenute dopo la presentazione della domanda.

I soggetti beneficiari delle agevolazioni sono gli stessi di cui sopra. La percentuale di contributo sono le medesime della procedura valutativa. Su una quota di spesa si applica tuttavia la percentuale ridotta del 5%. In questo caso, visto l'ingente valore dell'investimento, la pratica di contributo va gestita attraverso un "accordo" con la Giunta provinciale.

ACQUISTO DI BENI MOBILI, ATTREZZATURE, ARREDAMENTO

TAX CREDIT

Stato

Alle imprese alberghiere esistenti alla data del 1° gennaio 2012 è riconosciuto un credito d'imposta nella misura del 65% per le spese sostenute dal 1° gennaio 2017 al 31 dicembre 2018, relative a interventi che abbiano finalità di ristrutturazione e di riqualificazione edilizia, a condizione che abbiano anche finalità di incremento dell'efficienza energetica o di riqualificazione antisismica. Possono essere agevolati anche i beni mobili che rientrano nei lavori di cui sopra.

Tra le spese considerate rientrano: acquisto, rifacimento o sostituzione di cucine o di attrezzature professionali per la ristorazione con altre aventi caratteristiche migliorative in termini di sicurezza, efficienza energetica, prestazioni; acquisto di mobili e di arredi da interno e da esterno; acquisto di mobili ed arredi fissi per bagno; arredi e strumentazioni per la convegnistica; attrezzature per parchi giochi e attrezzature sportive; arredi e strumentazioni per la realizzazione di centri benessere.

La procedura per ottenere le agevolazioni è quella del click day. L'istanza e le attestazioni delle spese sostenute si presentano tramite il Portale dei Procedimenti del Ministero dei beni culturali; le assegnazioni vengono fatte in ordine di arrivo. Il prossimo click day utile sarà nel corso del mese di febbraio 2019. Il credito di imposta è ripartito in due quote annuali di pari importo; esso è alternativo e non cumulabile, in relazione alle medesime voci di spesa, con altre agevolazioni di natura fiscale.

SUPER AMMORTAMENTO

Stato

È un'agevolazione fiscale per l'acquisto di beni materiali strumentali nuovi e consiste in un incremento del 30% della base di calcolo degli ammortamenti deducibili per detti investimenti, nonché per quelli in veicoli utilizzati esclusivamente come beni strumentali nell'attività dell'impresa. Il beneficio spetta per l'acquisto dei beni da terzi in proprietà o in leasing. La maggiorazione del 30% riguarda solo i beni materiali. L'Agenzia delle entrate ritiene che il super ammortamento, sostanziandosi in una maggiorazione (30%) del costo fiscalmente riconosciuto in relazione agli investimenti in beni strumentali nuovi, si differenzia profondamente dal credito d'imposta per le imprese alberghiere, che è un vero e proprio contributo pubblico; conseguentemente, detta misura si può cumulare con il vantaggio fiscale del super ammortamento.

NUOVA SABATINI

Stato

È un incentivo per l'acquisto di beni strumentali nuovi (macchinari, impianti e attrezzature) erogato come contributo in conto interessi pari all'ammontare complessivo degli interessi calcolati al tasso del 2,75% su un piano convenzionale di ammortamento, con rate semestrali costanti e della durata di cinque anni, di importo corrispondente al finanziamento. Le imprese possono beneficiare anche della garanzia del Fondo di garanzia per le piccole e medie imprese, fino alla misura massima prevista dalla vigente normativa (80% dell'ammontare del finanziamento), sul finanziamento bancario, con priorità di accesso. La procedura di accesso alle agevolazioni è a sportello. Sono agevolabili tutti gli investimenti per acquistare o acquisire in leasing macchinari, attrezzature, impianti, beni strumentali ad uso produttivo, nonché hardware, software e tecnologie digitali destinati a: creare una nuova unità produttiva o ampliare una unità produttiva esistente. La domanda di contributo va presentata ad una banca con la richiesta di finanziamento.

Queste agevolazioni possono essere cumulate con altre agevolazioni, che a loro volta consentano la cumulabilità, nel limite dei massimali fissati dalla normativa comunitaria. Inoltre, tali agevolazioni possono coesistere, sugli stessi beni, con tutte le norme che, prevedendo benefici di carattere fiscale applicabili alla generalità delle imprese, non sono da considerare "aiuti di Stato" e non concorrono, quindi, a formare cumulo.

COMPENSAZIONE FISCALE

Provincia Autonoma di Trento

La compensazione fiscale prevede un contributo fisso, a titolo di aiuto "de minimis" del 15% sulla spesa ritenuta ammissibile; non vigono per il settore turismo, le maggiorazioni aggiuntive a detta percentuale previste per altre forme di agevolazione.

La compensazione si applica ad investimenti il cui importo sia compreso da un minimo di 50mila euro (30mila nel caso di lavori su rifugi escursionistici) ad un massimo di 300mila. Si possono agevolare spese per investimenti mobiliari da collocare in locali oggetto di opere di ristrutturazione o ampliamento; oppure per sostituzione di impianti, arredi e attrezzature destinati all'alloggio, alla ristorazione o alla fornitura di servizi alla clientela. La domanda va inviata tramite Pec a Confidi Trentino Imprese tra il 1° gennaio ed il 30 aprile di ogni anno; essa va corredata da fatture o documenti equipollenti emessi ed integralmente pagati nei diciotto mesi precedenti la data di presentazione della domanda. Non sono ammessi pagamenti in contanti o per assegno, ma solamente pagamenti con bonifico o Riba su cui siano ben riportati il numero e la data della fattura che viene così pagata. Si può utilizzare la carta di credito ma solamente per acquisti telematici non pagabili nei modi predetti.

Il beneficiario si avvale della compensazione fino ad esaurimento della cifra concessa, attraverso i servizi telematici offerti dall'Agenzia delle Entrate.

PROCEDURA VALUTATIVA

Provincia Autonoma di Trento

La procedura valutativa si applica alle domande per interventi il cui importo sia compreso tra i 300mila ed i 2,5 milioni di euro. Per le nuove iniziative il limite minimo è inferiore; le spese relative all'investimento debbono essere sostenute dopo la presentazione della domanda. Anche eventuali ordini e contratti devono essere successivi alla domanda, eccetto che per il regime de minimis. Possono beneficiare delle agevolazioni per questo tipo di investimenti i proprietari che gestiscono direttamente gli esercizi alberghieri nonché quelli extra-alberghieri (che somministrino la prima colazione agli alloggiati e non abbiano più del 70% dei posti letto in unità abitative con servizio autonomo di cucina), i campeggi ed i rifugi. Per le piccole imprese la percentuale di contributo parte dalla base del 15% più eventuali maggiorazioni che dipendono dalle tipologie di investimento e che possono portare ad un 23% di agevolazione. Nel caso di nuova impresa fatta da donne, la percentuale arriva fino al 30% della spesa ammessa. Si applicano comunque le regole UE sulla dimensione di impresa e ciò può comportare la riduzione delle suddette percentuali. Sono ammessi i progetti di investimento, sia di natura mobiliare che immobiliare, rientranti nelle iniziative prioritarie quali: attività sostitutive o subentri, nuove iniziative, riconversioni, reti di imprese, qualità nell'impresa, innovazione aziendale, crescita dimensionale.

Inoltre, sono ammessi gli investimenti in tecnologie ecologicamente efficienti, per il risparmio e la razionale utilizzazione dell'energia, che puntano a: salvaguardare l'ambiente naturale, ridurre le emissioni potenzialmente inquinanti, recuperare e riutilizzare i rifiuti dell'impresa quali la cogenerazione, le caldaie a bio massa, edifici di qualità in legno, edifici a basso consumo nuovi.

RISPARMIO ED EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

AGEVOLAZIONI FISCALI

Stato

È un'agevolazione fiscale sotto forma di detrazione dall'imposta lorda per interventi che aumentano il livello di efficienza energetica degli edifici esistenti. La detrazione, da ripartire in 10 rate annuali di pari importo, è riconosciuta nella misura del 50% o del 65% delle spese sostenute fino al 31 dicembre 2018. Il limite massimo di risparmio ottenibile con la detrazione (100.000, 60.000 e 30.000 euro, a seconda del tipo di intervento) va riferito all'unità immobiliare oggetto dell'intervento stesso. Indipendentemente dalla data di avvio degli interventi cui le spese si riferiscono, per l'applicazione dell'agevolazione si fa riferimento alla data di ultimazione della prestazione, indipendentemente dalla data dei pagamenti (criterio di competenza).

Tra gli altri, rientrano nell'agevolazione: interventi di riqualificazione energetica che incidono sulla prestazione energetica dell'edificio; interventi di acquisto e posa in opera di finestre comprensive di infissi e schermature solari; installazione di pannelli solari per la produzione di acqua calda; sostituzione, integrale o parziale, di impianti di climatizzazione invernale esistenti con caldaie con efficienza pari alla classe A se contestualmente siano installati sistemi di termoregolazione evoluti (classi V, VI o VIII), con impianti ibridi costituiti da pompa di calore integrata con caldaia a condensazione, con generatori d'aria calda a condensazione. Gli interventi devono essere eseguiti su immobili esistenti; non sono agevolabili le spese effettuate in corso di costruzione dell'immobile.

PROCEDURA VALUTATIVA

Provincia Autonoma di Trento

Sono ammessi gli investimenti in tecnologie ecologicamente efficienti, per il risparmio e la razionale utilizzazione dell'energia, che puntano a salvaguardare l'ambiente naturale, ridurre le emissioni potenzialmente inquinanti, recuperare e riutilizzare i rifiuti dell'impresa quali la cogenerazione, le caldaie a bio massa, edifici di qualità in legno, edifici a basso consumo nuovi.

La procedura valutativa si applica alle domande per interventi il cui importo sia compreso tra 300.000,00 ed i 2,5 milioni di euro; le spese relative all'investimento debbono essere sostenute dopo la presentazione della domanda. Le imprese beneficiarie delle agevolazioni sono le stesse di cui sopra.

StornoHotel formula partners:
prenotazioni alberghiere vicine a te ed ai tuoi clienti.

StornoHotel
formula partners

ERV

ASAT Associazioni Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento

assigeco

StornoHotel formula partners
è la copertura che **assicura le prenotazioni alberghiere per i tuoi ospiti italiani ed UE** per annullamento e interruzione del soggiorno.

4 ottimi motivi per proporre StornoHotel formula partners ai tuoi ospiti:

Fornire un **servizio nuovo e completo** agli ospiti differenziandosi dalla concorrenza

Incrementare gli "early booking" e migliorare il tasso di occupazione

Semplificare le procedure di annullamento del soggiorno, senza perdite per la struttura e con la garanzia di massima attenzione al cliente

Ottenere ricavi ed incrementarli ampliando la propria offerta di servizi accessori

ASSIGECO s.r.l **Gianni Rosina**
Via Carlo Crivelli,26 - 20122 Milano (Italia)
tel +39 **02.582104.1** / fax +39 **02.58316611** /cell +39 **366.2561995**
mail **stornohotel@assigeco.it**

Pubblicità ingannevole dei portali di prenotazione

L'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria ingiunge il blocco dello spot di *Booking.com*

3' e 25"

La campagna di Ryanair Rooms

L'Istituto dell'Autodisciplina pubblicitaria, con una propria ingiunzione, ha disposto il blocco di un messaggio pubblicitario di Booking.com che promette la possibilità di cancellare gratuitamente le prenotazioni (il *claim* è: "cancellazione GRATUITA per la maggior parte delle camere").

Il messaggio è stato ritenuto ingannevole ai sensi del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, in quanto "induce in errore il pubblico in merito alla vantata gratuità della possibilità di cancellare la propria prenotazione".

Il direttore generale di Federalberghi, **Alessandro Nucara**, nell'esprimere apprezzamento per la decisione, evidenzia come basti "consultare un qualsiasi portale per accorgersi che la prenotazione non cancellabile costa meno della prenotazione cancellabile. Quindi, la libertà di cancellare ha un prezzo e non può essere qualificata come gratuita".

"Questa differenza di prezzo è normale - spiega Nucara - serve a compensare, sia pur in minima parte, gli oneri che l'impresa sostiene per la gestione delle disdette e il danno che si genera nel caso in cui la camera rilasciata all'ultimo momento rimanga invenduta. Ma le condizioni devono essere trasparenti. Se affermi che la cancellazione è gratuita stai raccontando una frottola".

Uno spot pressoché identico era stato censurato ad inizio gennaio dall'*Advertising Standard Authority*, l'Autorità di vigilanza britannica (in quel caso il claim era "*If you have to cancel, cancel. Most of the time it's free and you can always book again*").

"Lascia senza parole - afferma Nucara - la circostanza che, due mesi dopo la decisione inglese, lo spot continuasse a circolare in Italia, che evidentemente viene trattata come colonia dell'impero. Ci auguriamo che l'Autorità prosegua l'opera di bonifica e disponga il blocco anche per la campagna pubblicitaria avviata da Ryanair Rooms in questi giorni sui quotidiani ("cancellazione quasi sempre gratuita")" così come per l'analogo messaggio che continua ad apparire sul sito mobile di Booking. ("cancellazione gratuita per la maggior parte delle camere").

Le autorità di tutela dei consumatori della Commissione europea e dell'Unione Europea erano già intervenute nel tempo ad indagare sui siti di comparazione prezzi e portali per la prenotazione dei viaggi on line in tutta l'Ue, riscontrando che circa i due terzi dei siti controllati avevano pubblicato prezzi non affidabili. Ancora una volta le maggiori irregolarità riscontrate riguardavano il prezzo totale (comprensivo di tasse) o il modo in cui tale prezzo veniva calcolato. Al primo prezzo mostrato venivano aggiunti ulteriori costi in una fase avanzata di prenotazione, senza informare in modo trasparente il consumatore sull'effettivo servizio offerto che si stava pagando. Le autorità avevano chiesto alle aziende web di allineare le loro pratiche a quanto imposto dalla legislazione prevista per i consumatori Ue ma probabilmente non tutte avevano colto l'invito.

consorzio acquisto prodotti energetici

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

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

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

cape Consorzio Acquisto Prodotti Energetici
c/o Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento
via Degasperi, 77 – TRENTO - 0461/923666 e digitare il 4 - cape@asat.it

3' e 35"

Francesca Maffei

Meeting invernale in vista per il Comitato Nazionale dei Giovani Albergatori. Slittato, è proprio il caso di dire data la quantità di neve, di qualche mese rispetto alle edizioni precedenti, stavolta si terrà dal 12 al 14 marzo 2018 a Courmayeur. Come da tradizione, l'aggettivo invernale non fa riferimento solo al divertimento di stagione.

Il meeting invernale del CNGA si terrà a Courmayeur

I Giovani albergatori a confronto su Digital transformation & industry 4.0

Meeting invernale di Courmayeur: si parlerà di de-materializzazione

Il Comitato dei Giovani Albergatori Valdostani ha lasciato infatti adeguato spazio alla formazione, con il seminario *Digital transformation & industry 4.0*, previsto lunedì 12 marzo nella sede della Fondazione Courmayeur. Così il docente, **Andrea Latino**, ne sintetizza i contenuti: "Le imprese italiane soffrono da diversi anni di un cronico deficit di produttività. Tra i fattori scatenanti, uno spicca su tutti: lo scarso investimento in tecnologia e nelle competenze digitali del management. La trasformazione digitale e l'industria 4.0 avranno implicazioni importanti: con questo corso offro una panoramica generale su quello che sta per arrivare, su ciò che è già qui e su alcune regole utili per non essere tagliati fuori, operando con i nuovi strumenti digitali integrandoli funzionalmente nell'equilibrio vita-lavoro." Non tanto generale quindi, come panoramica; e in effetti "oltre alla parte strategica, il corso include la presentazione e l'elenco di oltre trenta esclusive idee applicative per rivoluzionare in positivo il business aziendale e il proprio lavoro, il tutto grazie alle tecnologie digitali" conclude Latino, peraltro membro dei *Global Shapers*, il gruppo di eccellenze under 30 del *World Economic Forum*, ambassador italiano di Audi per il programma *Innovative Thinking* e scelto da Repubblica tra i "20 millennials italiani capaci di cambiare il mondo".

Nel dettaglio, il programma prevede un *excursus* sui trend d'innovazione dalla ricerca alle imprese, *focus* su una serie di argomenti tecnici quali *IoT* (*Internet of Things, l'internet* delle cose), *big data*, *cloud computing*, droni, stampa in 3D e Intelligenza Artificiale, nonché un approfondimento sull'economia circolare, evoluzione della *sharing economy* dallo spreco al valore. Obiettivo finale dichiarato, la *de-materializzazione*.

Il meeting riserva poi un'attenzione particolare anche alla valorizzazione dei prodotti tipici, con una degustazione di vini locali in coda al seminario, una cena in baita la prima sera e in agriturismo la seconda. Giornata, quella del 13 marzo 2018, che include oltre alle attività ludiche sia sulle piste da sci sia alle QC Terme, la visita e il Direttivo presso la scuola alberghiera di Chatillon, di pertinenza della locale Fondazione per la Formazione Professionale Turistica.

Hotels on Airbnb

Same market same rules? The battle between hotels and home rentals seems never-ending, but now breaking news is ahead.

3' e 30"
Francesca Maffei

Last 17th February, in Rome, the first meeting of the national Airbnb host association was held, counting around 300 participants of more than 200.000 online members. Last year 7.8 million guests from all over the world have spent nights in Italy using Airbnb (+37% compared to the previous year), with an average stay of 3.9 days. The association, now named Host + Host, has created its own manifesto in order to gain credibility in front of the Ministry of Tourism and let the Italian home sharers speak with one voice. Moreover, Airbnb - the quintessence of the so-called shadow hospitality - is offering unprecedented opportunities to hoteliers. Two are the mean reasons to approach this distribution channel: gaining new customers on one side and transforming the way public perceive the hotel industry on the other.

Airbnb offers alternative accommodations to a demand that would not probably exist for hotels, because looking for something different. If this is true, now hoteliers, by entering Airbnb, will vice versa be able to 'steal' some of this demand or, let's say, to regain some of the market quotas they claim to have lost because of the home sharing business. Unsurprisingly, however, not every hotel is eager to join such a controversial platform that the majority dislikes.

How to proceed then? First of all, the subscription to Airbnb is compulsory to be listed besides households' properties, of course.

Then, to avoid the already well known Booking.com or Expedia effect there has to be some differentiation. Hoteliers have to work on Airbnb loyalists' perception, who believe hotels are excessively more expensive than houses or apartments, not to mention the 'boring factor', meaning that service and layout are unfairly considered always the same, like the authenticity of the experience they can live. The phenomenon of hotels entering Airbnb has started in the United States with boutique hotels, often converted from luxury homes to hospitality enterprises. It is the case of The Box House, The Riff and the Union Hotels in New York City, the Guesthouse Hotel in Chicago, The Sea Rock Inn in Los Angeles and The Lumber Baron Inn in Denver.

To sum up, small businesses that can take advantage of a global platform in order to attract costumers from all over the world. Will hotels change the home sharing reality or the opposite will occur? Quite unpredictable. But time may be gone to consider Airbnb the enemy of the hospitality industry: if you can't beat it join it.

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

CAT TURISMO
FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGIA

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

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

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
10/04/2018	09.00-13.00	VAL DI FASSA

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

CORSO BASE PER PERSONALE DI CUCINA (8 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
10/04/2018	09.00-13.00/14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

CORSO AGGIORNAMENTO (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
10/04/2018	14.00-18.00	VAL DI FASSA

Quota partecipazione: € 90,00 + IVA - Quota associati € 75,00 + 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 MEDIO (8 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
16/04/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FIEMME

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

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
16/04/2018	09.00-13.00	VAL DI FIEMME

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

LAVORATORI/LAVORATRICI

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

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

DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE.
BASSO: Formazione base 4 ore + specifica 4 ore: Commercio - Bar, ristoranti, alberghi - Servizi - Terziario
Aggiornamento quinquennale

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI
AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
09/04/2018	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
09/04/2018	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

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

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

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

DIRIGENTI

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

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

CORSO PER DIRIGENTI (16 ore)

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

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

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

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER DIRIGENTI (6 ore)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
06/04/2018	09.00-13.00/14.00-16.00	TRENTO

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

CORSI PROFESSIONALI **2018**

CAT TURISMO
FORMAZIONE - CONSULENZA
STRATEGIA

ASAT, tramite CAT TURISMO, propone una serie di corsi professionali con l'obiettivo di fornire strumenti operativi necessari per rispondere in maniera concreta all'evoluzione del mercato ed ai nuovi trend del settore. Le aziende si trovano infatti a doversi confrontare quotidianamente con due dinamiche molto complesse: la concorrenza sempre maggiore, stimolata dai nuovi canali di comunicazione e l'innovazione tecnologica continua che, pur rappresentando una grossa opportunità per gli albergatori, richiede un aggiornamento personale continuo ed un'elevata professionalità del proprio staff.

ASAT, al fine di supportare le aziende del settore turistico, ha progettato i corsi pensandoli quindi, non solo per i titolari delle aziende, ma anche per i loro collaboratori.

Siamo infatti convinti che la formazione continua e l'aggiornamento professionale delle risorse umane consentano di migliorare in modo importante il livello di motivazione del personale, il clima aziendale, l'efficienza e la produttività dell'azienda determinando così un benessere generale, necessario per mantenere un'elevata fidelizzazione della propria clientela e per attrarne di nuova. Ti presentiamo di seguito una serie di moduli tra cui scegliere quelli più adatti alle tue esigenze e che meglio rispondono alle necessità di crescita della tua azienda.

Tutti i corsi si svolgeranno presso la sede dell'Asat a Trento, **via Degasperi 77.**

	CORSO	1^A SESSIONE	2^A SESSIONE	ORARIO
LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DELL'ALBERGATORE	La gestione efficace dei reclami	13/04/2018	05/10/2018	14.00-18.00
	La gestione della tariffa in hotel - elementi base	20/04/2018	12/10/2018	14.00-18.00
PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ	Modulo 1: facebook	08/03/2018	06/09/2018	09.00-13.00 14.00-18.00
	Modulo 2: youtube e vimeo	15/03/2018	13/09/2018	09.00-13.00
	Modulo 3: video e foto	22/03/2018	20/09/2018	09.00-13.00
	Modulo 4: google my business, Google analytics e google adwords	29/03/2018	27/09/2018	09.00-13.00
AUMENTARE LE VENDITE CON I NUOVI TREND	Il menù del ristorante per trovare nuovi clienti	14/06/2018	16/11/2018	09.00-13.00 14.00-18.00
	La gestione sostenibile dell'albergo: da obbligo morale a fonte di ricavi	21/06/2018	23/11/2018	10.00-17.00
WEB MARKETING	Il sito web perfetto per una struttura ricettiva / local search: ottimizzare la visibilità per le ricerche locali	17/05/2018	04/09/2018	09.00-13.00 14.00-18.00
	La distribuzione turistica online	24/05/2018	11/09/2018	09.00-13.00 14.00-18.00
	Disintermediazione: come aumentare i ricavi dell'hotel	31/05/2018	18/09/2018	09.00-13.00 14.00-18.00
CORSO DI GRAFICA FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA	La comunicazione e la marca	10/04/2018	17/10/2018	09.00-13.00 14.00-18.00
	La comunicazione nel mondo del web	17/04/2018	23/10/2018	09.00-13.00
SICUREZZA INFORMATICA	Sicurezza informatica proteggere il pc dai pericoli della rete	04/05/2018	06/11/2018	09.00-13.00
GESTIONE PROATTIVA DEGLI OBBLIGHI DI LEGGE	La privacy in albergo		09/05/2018	09.00-13.00 14.00-18.00

A MARZO

UN MESE DI

RISPARMIO GARANTITO!

CENTINAIA DI PRODOTTI

A PREZZI RIBASSATI

Per tutto il mese di marzo al C+C Italmarket il risparmio è garantito su centinaia di prodotti per la ristorazione e l'ingrosso.
Iniziativa riservata ai possessori di Partita IVA.

C+C ITALMARKET

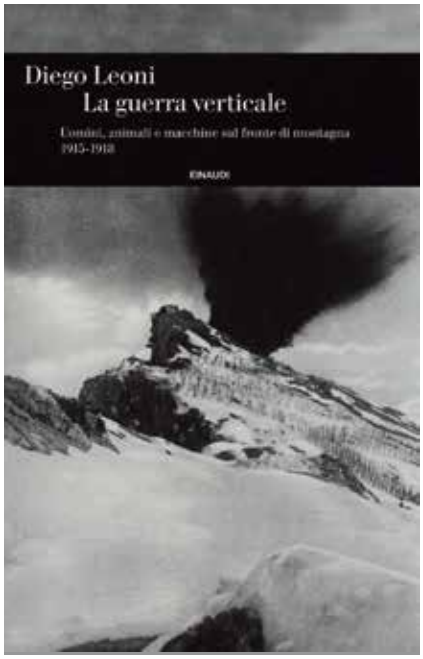
La spesa per i professionisti

via Luigi Brugnara, 11 - Trento

La guerra verticale

di Diego Leoni

Testimonianze e riflessioni sulla durezza del primo conflitto mondiale nelle nostre montagne



5' e 15"

Gianfranco Betta

Un testo con tanti libri in uno per la varietà di temi affrontati, scientificamente rigoroso, il cui primo abbozzo nasce oltre trent'anni fa, nel 1985, in occasione di un convegno internazionale tenutosi a Rovereto (La Grande Guerra. Esperienza memoria immagini). Un libro estremamente piacevole alla lettura con, in alcuni casi, una scrittura quasi debordante. Tra le tante suggestioni e tematiche trattate ne suggerisco tre, che mi sono sembrate forse le più importanti. Inanzitutto la Grande Guerra fu insieme scientifica-tecnologica e primitiva (esempio di una delle tante realtà dicotomiche e antitesi di cui è ricco il testo: spazio vuoto e pieno; disordine e ordine; riempimento e sostituzione...). Una Guerra dai due volti: quello della modernità e quello della primordialità,"capace di portare in alto le macchine più potenti e sofisticate, i materiali più innovativi, le tecniche più avanzate, che poteva spianare una montagna così come costruirvi dal niente una città... e quello della primordialità, che costringe i suoi attori a rintanarsi per sopravvivere in ripari sotterranei, grotte, buchi nel ghiaccio". Si pensi alla guerra di mine (il Col di Lana, il Castelletto, i Denti italiano e austriaco sul Pasubio), un mix di "ingegneria e paleotecnica", che richiese saperi esperti di uomini, mezzi e tecnologia e però ridusse gli uomini "a incavernarsi" come trogloditi. O alle "reti stradali" nel o sotto il ghiaccio (8 km di strade nella Città del Ghiaccio austriaca sulla Marmolada; ben 16 gallerie nel gruppo dell'Ortler parte italiana tra i 2900 e i 3904 m della vetta per una lunghezza complessiva di 10 km) o ai 50 km di camminamenti italiani (altrettanti quelli austriaci) su un terreno carsico come il Pasubio.

Con la necessità di risolvere insormontabili problemi logistici, le esigenze di rifornimenti quotidiani e trasporti necessari a nutrire armate di centinaia di migliaia di uomini e decine di migliaia di quadrupedi. Per fare un solo esempio, nel '18 sul Grappa alle truppe italiane doveva essere recapitato circa 1 milione di litri al giorno; la sola necessità idrica costringerà i due eserciti a dotarsi presto di acquedotti (42 quelli messi in funzione dalla due parti nel solo settore Garda – Astico) e motori ad elettricità per superare i dislivelli dal piano alla montagna).

Come conseguenza, ed è il secondo aspetto rilevante messo in luce dal testo di Diego Leoni, lo stravolgimento del mondo alpino. La guerra come inversione dei ritmi silvo pastorali, caratterizzati dal muoversi in corso d'anno di uomini e animali dal basso all'alto e viceversa, inceppandone il meccanismo e invertendo le correnti fino a scardinarlo: "portò dal basso in alto, dalla pianura/città alla montagna, iperboliche quantità di uomini, animali e macchine; vi si insinuò con la meccanica, la chimica e la siderurgia; se ne saziò fino ad affamarla; la coprì di escrementi e di residui: dove c'era il vuoto, lo riempì; dove serviva lo creò; distrusse e ricostruì incessantemente e ossessivamente, collassando la società alpina". La Guerra, in un tempo brevissimo aveva "antropizzato, animalizzato, artificializzato, cannibalizzato" l'ecosistema alpino, rimasto per anni, anche a guerra finita, sotto shock e in stato di dissesto. La guerra, che aveva sancito una nuova alleanza tra Tecnica e Natura, affermandosi come guerra di industrie, "aveva fatto intendere che nessun luogo dello spazio alpino era ormai irraggiungibile e immodificabile".

E nel contempo contribuì al disfacimento dell'immaginario bucolico e romantico della mitologia alpina, facendo crollare il mito delle "belle Alpi" radicalmente trasformate dalla macchina bellica.

Il terzo aspetto, una sorta di chiave interpretativa per spiegare l'andamento dei tre anni di guerra, i cosiddetti "attriti" della Montagna, le "resistenze" che in pochi mesi trasformarono una guerra pensata di breve durata, di offesa, movimento e conquista, in una guerra di resistenza, di posizione e sopravvivenza, e che non poco contribuì per l'autore anche a vanificare il possibile successo della Strafexpedition austriaca della primavera del '16: il tempo atmosferico, i tempi dalla marcia, i collegamenti, le difficoltà del terreno impervio, le valli strette, vie di accesso non sufficienti per il transito di batterie e rifornimenti, la scarsa conoscenza del terreno, lo scarso addestramento per operare su quel terreno accidentato, l'impreparazione di ufficiali e soldati, la povertà delle risorse locali, il peso del sostentamento e dell'acquartieramento, la prostrazione di animali e conducenti, ma anche la mancanza o l'insufficienza di mezzi di conoscenza: carte vecchie e fuori scala, povertà di bussole, binocoli, strumenti ottici...

In definitiva la Grande Guerrra fu sì moderna ma "illusoria e supponente, laddove non tenne in debito conto le fatiche e la vulnerabilità degli uomini a fronte della forza della Natura che misero a dura prova chi vi si doveva misurare": neve, freddo (in alcuni settori si arrivò al 60% di allontanati per congelamento), tormente, valanghe (si stima che queste abbiano provocato un terzo dei morti sul fronte alpino). E una lunga serie di nuove patologie, puntualmente elencate nel testo. "Mentre la guerra ingigantiva nelle proporzioni, rimpiccioliva nel disegno, costretta dal terreno e dal clima, con la progressiva dura sottomissione degli uomini alla natura alpina".

FONDAZIONE MUSEO STORICO DEL TRENTINO. L'ULTIMO ANNO: 1917-1918

La Fondazione Museo Storico del Trentino, che gestisce lo spazio museale de "le Gallerie Trento", in questi anni ha allestito più di una mostra sul tema della Grande Guerra. In occasione del centenario della sua conclusione, lungo i 300 metri della Galleria nera installazioni, scenografie, approfondimenti, filmati e documentari originali dell'epoca ripercorrono l'ultimo anno del primo conflitto mondiale. Con un montaggio accurato ricco di stimolazioni visive, uditive e anche emozionali. Il fronte italo – austriaco è rivissuto da parte del visitatore prima con gli occhi dei soldati e poi con quelli dei civili.

Una serie di quadri illustrano le fasi salienti del conflitto, la sua conduzione sul terreno, gli approcci degli Stati Generali. Dagli attacchi sconsiderati e suicidi portati dagli italiani al grido di "Avanti Savoia", confidando come affermava Cadorna nella forza del numero, verso le linee austro ungariche ben difese da trincee, filo spinato, mitragliatrici, riflettori; alla guerra verticale di montagna: dall'Adamello all'Ortles – Cevedale, da Cima Presena al Corno di Cavento e al Carè Alto...

Gli effetti della Guerra, sui corpi e sulle menti, con il loro strascico di sangue, e le menomazioni fisiche non meno di quelle psicologiche e psichiatriche. Il trattamento riservato ai disertori, veri o presunti, dalla "giustizia" militare. E poi il Carso e la rotta di Caporetto, con il panico e lo squagliarsi della seconda Armata forte di ben 670 mila uomini; la battaglia dell'Isonzo e l'attestarsi dal Cadore al Grappa e la leggenda del Piave. Ma anche la propaganda dopo Caporetto e la condizione dei prigionieri, italiani prima e austriaci poi, in mano agli uni e agli altri. Fino al collasso degli imperi centrali e l'entrata delle truppe italiane nelle "terre redente" di Trento e Trieste.

La seconda parte del percorso della mostra focalizza l'attenzione sui civili. L'evacuazione dei trentini dal fronte di guerra, che non si limitò ai mesi iniziali, ma ebbe anche delle fasi successive, in occasione della Strafexpedition austriaca (maggio-giugno 1916) e, ancora più tardi, nell'autunno del '17 dopo la disfatta di Caporetto. Con i trentini rifugiati in Italia, come una sorta di "sorvegliati speciali". Ma anche la convivenza di occupanti austro-ungarici e occupati veneti e friulani nelle province di Udine, Belluno e parte delle province di Treviso e Venezia dopo Caporetto, con l'estendersi della zona di guerra e la conseguente limitazione ai movimenti della popolazione, ormai soggetta alla legislazione militare.

Nel contempo non solo repressione, ma anche la propaganda di demonizzazione dell'avversario, "barbaro" e "incivile", capace di ogni atrocità e le campagne di persuasione finalizzate a rafforzare la resistenza al nemico, unitamente a qualche misero intervento di natura assistenziale. Con la fame, elemento che accomuna le popolazioni dell'impero e quelle italiane negli ultimi mesi di guerra, causa di deperimento fisico e diffondersi di malattie infettive, fino a favorire la pandemia della Spagnola, con i suoi 600.000 morti. Uno strascico e un prezzo pagato alla Guerra che andò ben oltre la sua conclusione. Questa mostra e l'esperienza dello spazio museale delle Gallerie possono rivelarsi particolarmente interessanti e da proporre anche ai tanti turisti in vacanza in Trentino.

È on line Gallery Trentino

Neve, sole e cielo azzurro sono un ottimo sfondo per foto spettacolari

Foto e video di Trentino Marketing a disposizione degli albergatori www.gallery.visittrentino.info

5' e 35"

Rosario Fichera

Oltre 35.000 fotografie; circa 100 ore di girato di video aerei; oltre 1.000 ordini evasi annualmente: sono solo alcuni numeri dell'archivio immagini di **Trentino Marketing**, una vera e propria biblioteca online che si arricchisce ogni anno con circa 1.500 nuove foto e che la società guidata da **Maurizio Rossini** mette a disposizione, gratuitamente, di chi vuole raccontare, dal punto di vista turistico, il territorio in cui vive e opera con la propria azienda. Importantissimo per rafforzare i legami con i media nazionali e internazionali ed un servizio utile e strategico per gli albergatori trentini, chiamati ogni giorno a promuovere e far conoscere, anche con le immagini, le ricchezze ambientali e culturali del Trentino ai propri ospiti.

Se, infatti, si è alla ricerca di una particolare foto del territorio o di un video per scopi di promozione turistica e non direttamente commerciali, basta collegarsi all'indirizzo *www.gallery.visittrentino.info*, seguire i quattro semplici passi guidati, per potere consultare l'archivio "pubblico" d'immagini di Trentino Marketing.

Il servizio, denominato **Gallery Trentino**, è coordinato da **Daniele Benedetti**, responsabile dell'Area "Image & Branding" di Trentino Marketing, a cui abbiamo chiesto di spiegarci le caratteristiche di questa particolare, quanto affascinante biblioteca di scatti e riprese dedicati al Trentino.

«Come servizio gestiamo un archivio di foto e video strutturato su tre livelli - ha evidenziato Benedetti - per tutte le attività *corporate* e di comunicazione diretta, poi abbiamo un archivio condiviso con Apt e Consorzi e infine quello aperto a tutti, su *browser web*, nel quale è presente una selezione di contenuti provenienti dai primi due livelli».

Gallery Trentino si potrebbe paragonare a una sorta di catalogo on line in continuo aggiornamento?

«Sì, in effetti lo potremmo paragonare a un catalogo online, diviso per foto e video che, a loro volta, si possono consultare attraverso una ricerca per valli e categorie. L'archivio viene aggiornato continuamente con l'aggiunta, ogni anno, di circa 1.000-1.500 foto selezionate. Adesso lo stiamo implementando con le immagini prodotte in collaborazione o direttamente dalle Apt, con le quali stiamo inoltre realizzando un progetto di riprese video da terra che si aggiungerà alle circa 100 ore di girati di filmati aerei già disponibili».

foto Paolo Bisti Luconi

foto Carlo Baroni

Una bella immagine di relax in Piazza del Duomo a Trento

Quanti fotografi lavorano per voi per realizzare così tante immagini?

«Diversi, anche fino a dieci contemporaneamente a seconda di progetti o stagioni. Per noi lavorano professionisti provenienti da tutta Europa, ognuno con il proprio tratto e la capacità di esprimere sensazioni uniche, in aggiunta ovviamente a professionisti locali, che garantiscono una presenza costante sul territorio, oltre ad una grande conoscenza dello stesso».

La ricerca dei video e foto può essere fatta, quindi, per valli e categorie?

«Esatto: con un campo di ricerca libero e con dei menù a tendina si possono selezionare sia le valli, sia le categorie, queste ultime costituite dalle voci eventi, produzioni tipiche, arte, cultura, ristorazione e ricettività, agricoltura, sport, divertimento, benessere e relax, natura, vacanza e folklore».

Le immagini possono essere usate liberamente, ma citando i crediti e solo per scopi turistici, non quindi commerciali?

«Sì, noi indichiamo in modo chiaro le condizioni d'uso e di licenza, tuttavia se il materiale richiesto dovesse servire per scopi commerciali, ad esempio per la vendita di un servizio o prodotto, allora occorre contattare direttamente il fotografo per i relativi diritti. Nel breve *form online* che occorre compilare per ricevere il *download* delle immagini richieste occorre specificare per le stesse il relativo utilizzo».

Quante richieste d'immagini ricevete in un anno?

«Oltre 1.000, a testimonianza di come le foto e i video siano fondamentali per descrivere e raccontare il nostro territorio, creare emozioni e il desiderio di vivere esperienze indimenticabili in Trentino».

Da questo punto di vista "Gallery Trentino" rappresenta quindi uno strumento utilissimo per l'albergatore sempre, per così dire, in prima linea nella promozione turistica?

«Assolutamente sì, peraltro le tendenze del 2018 indicano che quest'anno sarà l'anno delle cosiddette *stories video* di massimo 15 secondi. Per le campagne sui social, in particolare Facebook e Instagram, i video brevi, tra i 10-15 secondi, con un minimo di *storyboard* invece di una semplice sequenza di momenti, sono diventati strategici, una delle chiavi di volta per raccontare con successo il nostro straordinario e unico Trentino».

La sicurezza e salute sui luoghi di lavoro

Indicazioni sulla formazione obbligatoria dei lavoratori

3' e 15'

Stefano Hueller

La formazione obbligatoria in materia di sicurezza e salute dei lavoratori è disciplinata dall'Accordo Stato/Regioni, che ne detta le norme in materia di durata, contenuti minimi, modalità e tempi di aggiornamento. Con il concetto di lavoratori si intende le persone che "indipendentemente dalla tipologia contrattuale, svolgono un'attività lavorativa nell'ambito dell'organizzazione di un datore di lavoro pubblico o privato, con o senza retribuzione, anche al solo fine di apprendere un mestiere, un'arte o una professione, esclusi gli addetti ai servizi domestici e familiari".

La legge prevede un modulo di formazione generale della durata di 4 ore uguale per tutti i settori (si spiegano i concetti di rischio, danno, prevenzione, protezione, organizzazione della prevenzione aziendale, diritti e doveri dei vari soggetti aziendali, organi di vigilanza). Si prevede poi un modulo specifico che riguarda i rischi riferiti alle mansioni, i possibili danni e le conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore di appartenenza dell'azienda. Per il nostro comparto la durata complessiva del corso di formazione per i lavoratori conta 4 ore di formazione generale e 4 ore di formazione specifica per un totale di 8 ore di lezione, con aggiornamento ogni 5 anni (6 ore di corso).

Nel Testo Unico per la Sicurezza viene data una definizione ben precisa di formazione, distinta dall'informazione, descritta come un "processo educativo attraverso il quale trasferire ai lavoratori ed agli altri soggetti del sistema di prevenzione e protezione aziendale conoscenze e procedure utili alla acquisizione di competenze per lo svolgimento in sicurezza dei rispettivi compiti in azienda e alla identificazione, alla riduzione e alla gestione dei rischi".

In caso di nuovo rapporto di lavoro, la formazione obbligatoria va fatta prima o contestualmente all'assunzione e comunque non oltre 60 giorni dall'assunzione, dimostrando d'aver già avviato il percorso formativo; in caso di cambio mansione, introduzione di nuove attrezzature, tecnologie, sostanze o preparati pericolosi, deve essere ripetuta la formazione specifica limitata alle modifiche o contenuti di nuova introduzione.

Il datore di lavoro in possesso dei requisiti per lo svolgimento diretto dei compiti del servizio di prevenzione e protezione (RSPP) può svolgere, esclusivamente nei riguardi dei propri lavoratori, la formazione prevista dall'Accordo Stato Regioni. Per far questo, anche il datore di lavoro deve aver seguito il percorso formativo previsto dall'Accordo ed in particolare deve aver frequentato il modulo di formazione per il Rischio Basso da 16 ore e l'aggiornamento obbligatorio di 6 ore ogni 5 anni.

Infine è importante sottolineare come nei confronti dei lavoratori stranieri i corsi dovranno essere realizzati previa verifica della comprensione e conoscenza della lingua veicolare e con modalità che assicurino la comprensione dei contenuti del corso di formazione.

La formazione sulla sicurezza è fondamentale in ogni azienda

RISCOPERTO

Candela lotus a lunga durata

PASQUA

IN ARRIVO

pianta design Ambiente

Sede Bolzano Sud
Via J.-Kravogl 5/B
Zona commerciale sud
I-39100 Bolzano

Tel. +39 0471 93 48 10
Fax +39 0471 93 48 32

Orario d'apertura:
Lunedì - Venerdì
08.30 - 12.30 & 14.00 - 18.00

info@piantadesign.com
www.piantadesign.com

Benvenuti sul nostro nuovo sito internt

www.piantadesign.com

Studio Giovanelli S.r.l.

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

Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa.

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

AREA CONSULENZIALE F2

"Contributi a fondo perduto e incentivi"

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

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

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

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

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

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

Per informazioni: *0461 390136* o *consulenza@studiogiovanelli.com*

Studio Giovanelli S.r.l.

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

ENTE BILATERALE TURISMO DEL TRENTINO

Corsi EBTT primavera 2018

TRENTO

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

LEVICO TERME

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

CLES

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

ROVERETO

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

TERZOLAS

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

CAGNÒ

- GELATI E SORBETTI ore 15

Iscriviti ai corsi Ebtt la partecipazione è gratuita

OSSANA

- L'EVOLUZIONE DELLA CUCINA TRENTINA ore 25

CALLIANO

- LA PIZZA: Patrimonio dell'Unesco ore 50

ANDALO

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

PIETRAMURATA

- CONOSCENZA DELLA PIZZA E DEI LIEVITI ore 50

ARCO

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

F.a.d. FORMAZIONE ON LINE

- SPAGNOLO
- FRANCESE

VIGO DI FASSA

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

RIVA DEL GARDA

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

EBTT Corso Buonarroti, 55 - 38122 TRENTO - Tel. 0461.824585 - Fax 0461.825708 - info@ebt-trentino.it
PEC: ebttrentino@legalmail.it - www.ebt-trentino.it

Programmi, date, orari e sedi da visionare sul sito internet dell'Ente www.ebt-trentino.it

I corsi sono rivolti ai dipendenti stagionali, fissi e ai titolari del settore del turismo in regola con i versamenti all' EBTT

Dubbi MARZO 2018

Ancora a proposito di caparra, come ci si deve comportare nel caso di recesso da una prenotazione prima che il periodo di soggiorno abbia inizio?

Il codice civile prevede la facoltà della parte che ha ricevuto la caparra, nel caso di inadempimento dell'altra parte, di trattenerla senza nemmeno dover dimostrare l'effettiva sussistenza del danno. A fronte della disdetta da parte del cliente (che non sia motivata da problemi di salute o altre cause di forza maggiore che non permettano la fruizione del soggiorno perché in tali casi, secondo un recente orientamento della Cassazione, purtroppo la caparra va restituita) per l'esercente nasce il diritto di trattenere la caparra. Alcuni albergatori mettono sul proprio sito anche regole di favore per il cliente che non potesse usufruire del soggiorno, del tipo "In caso di vendita della stanza alle pari condizioni e importo la caparra viene tenuta valida per un futuro soggiorno ...." ma, come detto, in base alla disciplina del codice civile, non sarebbe nemmeno necessario.

Spesso non basta solo una stretta di mano per concludere un contratto, meglio tutelarsi

Nel fare domanda di sgravio fiscale allo Stato mi sono imbattuto nel "rating di legalità". Di cosa si tratta?

Il rating di legalità è un nuovo strumento volontario per le imprese italiane, volto alla promozione e all'introduzione di principi di comportamento etico in ambito aziendale, tramite l'assegnazione di un "riconoscimento" - misurato in "stellette" - indicativo del rispetto della legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta e, più in generale, del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del proprio business.

Al rating si ricollegano vantaggi in sede di concessione di finanziamenti pubblici e agevolazioni per l'accesso al credito bancario. Il rating ha durata di due anni dal rilascio ed è rinnovabile su richiesta. Potranno richiedere l'attribuzione del rating le imprese operative in Italia che abbiano raggiunto un fatturato minimo di due milioni di euro nell'esercizio chiuso l'anno precedente alla richiesta e che siano iscritte al registro delle imprese da almeno due anni.

Ho visto che la Provincia, all'interno degli incentivi previsti per le aziende alberghiere, con la nuova legge finanziaria ha previsto dei maggiori punti in caso di ottenimento di dizioni aggiuntive superior. Ci sono ulteriori dettagli?

Per il momento non c'è nulla di più della norma scritta in finanziaria; sarà infatti cura della Giunta provinciale emanare, speriamo a breve, una delibera attuativa di quanto previsto. Solo in detta delibera potremo effettivamente leggere il dettaglio delle premialità riconosciute.

Contral

The pleasure of sitting

Contral srl
Via Roma 261/24 - 31020 Villorba (Treviso) Italy
Tel. + 39 0422 444 850 Fax + 39 0422 444 858
contral@contral.it - **www.contral.it**

Questa non è **una finestra.**

Questa è Vista, una spettacolare sintesi di funzionalità e design. La parete vetrata dei Suoi sogni La sta già aspettando – e anche le aperture di ampie dimensioni scorrono leggere, senza il minimo sforzo.

Versatile e studiata nei minimi dettagli: la composizione modulare permette di abbinare sempre alla perfezione materiali, colori, forme e funzioni. E il nucleo in PVC garantisce il massimo isolamento termico.

FINSTRAL Finestre Porte Verande

Visiti uno Studio Finstral nelle Sue vicinanze:
www.finstral.com