

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

03.2021

Anno XLIX



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



FONDAZIONE

DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITIS
UNESCO
SICCO
SOSTENITORE

LA PRIMAVERA PARTE SENZA IL TURISMO

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

TURISMO, IL NUOVO GOVERNO DRAGHI

Garavaglia annuncia un
«cambio» per i ristori

UN ANNO DI COVID PER IL TRENTO

Crisi e difficoltà per il
settore alberghiero

SOSTEGNO AL REDDITO PER I DIPENDENTI

Dall'Ebtt un Fondo ad
hoc per il turismo

RIPARTENZA, SARÀ UN TURISMO ESPLOSIVO

Intervista al direttore
generale dell'Enaip

FAMIGLIA E AZIENDA: SUCCESSI O SACRIFICI?

Il Covid e le imprese
ricettive familiari

KALEA
RANGE



LA DIFFERENZA VA OLTRE L'APPARENZA.

Progettate per offrire al cliente **bevande a base di caffè in grani e latte fresco**, Kalea garantisce prestazioni di qualità facendo della semplicità un valore aggiunto, mentre la versione Plus si veste di tecnologie ancora più professionali. Un mix di design e personalizzazione al servizio del gusto: **con la nuova gamma Kalea, il vero sapore del caffè e la cremosità del cappuccino sono a portata di mano.**

Sommario



TEMA DEL MESE

- Garantire la sopravvivenza delle imprese del settore turistico pag. 4
- Zone turistiche montane: servono misure di sostegno ad hoc pag. 8



VITA ASSOCIATIVA

- Draghi annuncia un cambio di passo nel settore turismo pag. 12
- Dpcm 6 marzo: la Pasqua «salta», il turismo guarda all'estate pag. 14
- Riapertura sì, ma solo con il ripristino della mobilità tra Regioni pag. 16
- Un anno di Covid per il turismo trentino pag. 18
- Un contributo di solidarietà per i dipendenti del settore turismo pag. 20
- Alla ripartenza, qualsiasi essa sarà, il turismo «esploserà» pag. 22
- Ripartire dal neo-lusso pag. 28



FEDERALBERGHI

- Istat, fatturato alberghiero giù del 70% da ottobre a dicembre pag. 30



GIOVANI

- Destinazione futuro pag. 31



CORSI CAT

- La formazione di Cat Turismo di marzo e aprile pag. 32



ECONOMIA E TURISMO

- Famiglia e azienda: squadra di successo o società di sacrifici? pag. 36



LIBRI & TURISMO

- Trentino Vite e Vino. Storia Arte e Cultura pag. 38
- Go Wine Cantine d'Italia 2021 pag. 38



TRENTINO MARKETING

- Le quattro parole chiave delle PR media in tempo di Covid-19 pag. 40



NORMATIVE

- Dubbi pag. 42

Riforma delle Apt alla prova dei fatti

Con l'approvazione del Regolamento di esecuzione della Legge sulla promozione turistica provinciale si aggiunge il tassello definitivo alla riforma approvata lo scorso anno. Non va dimenticato peraltro il corposo vademecum «Linee guida tecnico-operative per le attività di interesse generale delle aziende per il turismo» contenente importanti indicazioni operative, di cui va apprezzata la chiarezza e l'utilità, vinto lo sgomento iniziale per le trentasei pagine fitte di precisazioni.

Il sistema è ora completo e si tratta di farlo funzionare al meglio. Alcune considerazioni vanno però fatte. Innanzitutto, la persistenza della crisi del settore dovuta alla pandemia impone un serio monitoraggio rispetto alla capacità del sistema o meglio delle aziende di generare risorse finanziarie private per il buon funzionamento di tutta l'organizzazione della promozione. È vero che, per quest'anno, alle Apt sono state confermate le risorse immesse negli scorsi anni, ma anche in quelli futuri si dovrà porre uguale attenzione a questo aspetto. È probabile, infatti, un effetto di rallentamento nella raccolta delle risorse dei privati dovuto alle prospettive incerte della ripresa, al fatto di dover riassetare la propria azienda nel rapporto col mercato. Un eventuale calo delle risorse private e pubbliche porterebbe ad un indebolimento del sistema della promozione con conseguenze negative per il turismo trentino.

Come è noto l'Asat, anziché di Agenzie territoriali che in taluni casi risultano forzature verso innaturali aggregazioni, avrebbe preferito la costituzione di Agenzie di prodotto che avrebbero consentito di organizzare i prodotti turistici in modo coordinato e coerente: il prodotto sci, l'outdoor, la cultura, l'enogastronomia e altro ancora. La costituzione di Agenzie di prodotto non avrebbe, peraltro, impedito di razionalizzare ed organizzare gli ambiti esistenti che è giusto pretendere di essere solidi patrimonialmente, con una capacità di autofinanziamento, ma che è in parte una forzatura legare al rispetto di parametri come le presenze turistiche o volumi di bilancio. Anche realtà «minori» ma fortemente radicate sul proprio territorio e con identità non strettamente legate a prodotti considerati «più forti» possono esercitare egregiamente il proprio ruolo e essere in equilibrio economico e finanziario, ed inserite in un disegno strategico ed operativo comune e condiviso.

In ogni caso si tratta di impegnarsi per far funzionare al meglio le Agenzie territoriali, considerandole soprattutto come strumenti organizzativi per far crescere il livello di collaborazione e di coordinamento tra gli attori del territorio, privati e pubblici, tra le strutture operative delle Apt, e soggetti che devono poter esercitare un ruolo fondamentale ed indispensabile di guida del sistema turistico trentino, ovvero di Trentino marketing. Un passaggio, questo, che come è stato detto da più d'uno, potrebbe essere propedeutico ad una fase successiva e di ulteriore razionalizzazione e coordinamento del sistema organizzativo della promozione, ovvero la costituzione di Agenzie di prodotto.

MAGAZINE

03.2021

Anno XLIX

Chiusura Editoriale 15 marzo 2021

Foto Copertina: Un albero di magnolia in fiore - foto pixabay.com

tempo di lettura autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

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

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP OGP srl - Agenzia di Pubblicità

Via dell'Ora del Garda, 61 - Tel. 0461 1823300 - Info: info.ogp@ogp.it - www.ogp.it

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Prosegue a Pag. 7.

direttore Roberto Pallanch

Garantire la sopravvivenza delle imprese del settore turistico

L'Asat ha identificato una serie di misure, su scala locale e nazionale, al fine di evitare il tracollo delle aziende

L'impatto della pandemia da Covid-19 sull'economia e sulle imprese del turismo è pesantissimo. Nel contesto di grave crisi economica e sociale che il settore del turismo, in particolare, sta attraversando si rende necessaria l'adozione di provvedimenti straordinari al fine di aiutare le imprese del turismo a sopravvivere in attesa del ritorno alla normalità, salvaguardando i posti di lavoro e mettendo le aziende nelle condizioni di ripartire al termine della pandemia. Rafforzando, non da ultimo, gli elementi che garantiscono una maggiore competitività grazie alla riqualificazione e all'ammodernamento del sistema turistico, che sarà certamente diverso da quello attuale.

In tal senso l'Associazione albergatori e imprese turistiche della provincia di Trento, insieme alle associazioni territoriali del resto d'Italia che fanno capo a Federalberghi, rileva la necessità di provvedimenti straordinari a sostegno del settore. «Già in sede nazionale - spiega il presidente dell'Asat **Giovanni Battaola** - Federalberghi ha rappresentato al Governo la situazione di grave difficoltà del settore turistico e proposto misure che trovano accoglienza anche da parte nostra, su scala locale. Ad esse aggiungiamo, appunto, alcune nostre proposte, che interessano da vicino soprattutto il nostro territorio e le imprese turistiche del Trentino».

«Dall'inizio della pandemia ad oggi - dichiara - le aziende del mondo del turismo hanno sostanzialmente visto ridotta quasi a zero la propria attività, con molte conseguenze assolutamente negative. Tra cui segnaliamo il crollo dei fatturati e l'assenza di flussi finanziari in entrata, la permanenza di rilevanti costi fissi ed il pericolo di perdite patrimoniali». Al fine di evitare il tracollo delle imprese, con pe-



santi costi economici e sociali per il Trentino e per l'intero Paese, l'Asat crede sia necessario intervenire nei seguenti ambiti:

- misure per il sostegno di liquidità alle imprese;
- riqualificazione delle imprese ricettive;
- politiche del lavoro;
- imposte - tributi;
- programmazione delle vaccinazioni, in particolare per gli operatori delle imprese turistiche;
- migliore gestione e programmazione delle informazioni e dei provvedimenti di legge e amministrativi funzionali alla apertura e alla limitazione delle attività economiche;
- Recovery plan.

Il documento con le misure richieste al Governo è stato consegnato dal presidente della Provincia Maurizio Fugatti direttamente nelle mani del ministro del turismo Massimo Garavaglia.



Cuochi al lavoro

■ Misure per il sostegno di liquidità alle imprese

- Liquidazione di ristori efficaci e adeguati, con erogazioni mensili che accompagnino le imprese turistico-ricettive sino alla fine della crisi ed un'erogazione iniziale che corregga le sperquazioni che si sono verificate a causa del meccanismo utilizzato nel 2020 (molte attività economiche del turismo erano chiuse nel periodo preso a riferimento). Il provvedimento è, inoltre, necessario per far fronte ai meccanismi distorsivi che sono stati introdotti nei comportamenti delle banche a seguito della nuova normativa in materia di default.
- Interventi rivolti specificatamente ad operatori e lavoratori del settore turistico invernale legato alle stazioni sciistiche. Tra cui, di fondamentale importanza, l'istituzione di un fondo ristori per gli operatori economici del settore del turismo invernale legato alle stazioni sciistiche e l'attivazione di interventi una tantum a compensazione del mancato reddito ai lavoratori del settore turistico invernale legati alle stazioni sciistiche.
- Proroga sino al 31 dicembre 2022 dei termini di pagamento delle rate relative a prestiti, mutui e altri finanziamenti a rimborso rateale.

🕒 4' e 25"

- Elevazione sino a 20 anni della durata dei finanziamenti e contestuale previsione di un periodo preammortamento «garantiti» dallo Stato. Finanziamento degli enti di garanzia.
- Proroga del credito d'imposta sui canoni di locazione e affitto d'azienda sino al 31 dicembre 2021 ed elevazione della misura all'80%.
- Aggiornamento del Quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia, al fine di elevare la misura degli aiuti che è possibile erogare a ciascuna impresa e nell'obiettivo di ampliare il periodo di applicabilità.
- Bonus vacanze anche per il 2021: la misura è importante per incentivare il flusso turistico italiano (NOTA: nella conversione in legge del Decreto Milleproroghe la possibilità di utilizzare il bonus vacanze è stata prorogata fino al 31 dicembre 2021).

■ Riqualficazione delle imprese ricettive

- Introduzione di un credito d'imposta del 110% per la riqualficazione delle strutture turistico ricettive.
- Estensione del «bonus facciate» anche agli immobili ricettivi non ricadenti in zone A e B così come definite dal DM 1444/68.
- Estensione dell'iperammortamento alle imprese ricettive per favorire gli investimenti di riqualficazione e ammodernamento.



Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola

SIAE, PROROGA DEL TERMINE PER IL PAGAMENTO DEGLI ABBONAMENTI ANNUALI

Alla luce della grave situazione in cui versano le imprese del settore alberghiero a causa dell'emergenza sanitaria dovuta alla diffusione del Coronavirus, Federalberghi ha chiesto alla SIAE di disporre una proroga del termine per il pagamento dei compensi per gli abbonamenti annuali per la musica d'ambiente, in scadenza il 28 febbraio.

La SIAE, accogliendo la richiesta, ha disposto il differimento su tutto il territorio nazionale dei termini di pagamento degli abbonamenti per musica d'ambiente al 30 aprile 2021. La SIAE comunica che «detta proroga consentirà, tra l'altro, di disporre maggiori elementi sia sull'evolversi della situazione emergenziale sia sul contenuto dei provvedimenti governativi, in modo da poter adeguatamente valutare la possibilità di eventuali ulteriori iniziative a valere sugli importi per diritto d'autore dovuti per l'anno in corso».

Politiche del lavoro

- Proroga dell'esonero dal pagamento dei contributi per l'assunzione del personale stagionale, affinché possa essere applicata alle assunzioni che avverranno nel corso del 2021.
- Revisione delle modalità di esonero contributivo in favore delle imprese che richiamino in servizio i dipendenti che si trovino in cassa integrazione, al fine di riconoscere il beneficio anche nel caso in cui il rientro in servizio riguardi solo una parte del personale.
- Proroga della cassa integrazione per gli assunti a tempo indeterminato.
- Istituzione di misure di soccorso efficaci e rapide per i lavoratori stagionali del turismo, che, a seguito della mancata ripresa della stagione invernale, si ritrovino privi di reddito, di indennità di disoccupazione e di copertura previdenziale. Questo comporta un «abbandono» del settore, che si ritroverà ancora più fragile nel momento della tanto attesa ripresa economica.

Programmazione delle vaccinazioni, in particolare per gli operatori delle imprese turistiche

L'Asat ripone grandi speranze nella campagna vaccinale, che dovrebbe dare la possibilità di tornare lentamente alla normalità, favorendo così una stagione turistica estiva positiva. Per questo motivo è impor-

tante, e l'Asat lo richiede fermamente, che tutti gli operatori delle imprese turistiche possano far parte di una programmazione delle vaccinazioni, che li veda vaccinati entro il mese di aprile-maggio 2021. Ciò permetterebbe di lanciare un messaggio positivo ai potenziali turisti che potrebbero scegliere di trascorrere le loro vacanze estive presso le località turistiche italiane in serenità.

Imposte - tributi

- Rinvio sino a fine 2021 delle scadenze per il pagamento di imposte.
- Cancellazione del canone Rai per l'anno 2021.
- Cancellazione per il 2021 dell'imposta comunale sulla pubblicità e sulle pubbliche affissioni e della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.
- Riduzione al 5% dell'aliquota Iva sulle prestazioni alberghiere, così come è stato fatto in altri Paesi europei.
- Web tax: tassazione dell'economia digitale attraverso la definizione di principi tributari internazionali condivisi, che determinino un'adeguata ripartizione del potere impositivo su parte dei redditi «apolidi» generati dalle multinazionali del web.
- Abolizione per l'anno 2021 dell'Imposta regionale sul reddito delle attività produttive (Irap).



- Esonero dal pagamento di Imis (Imposta immobiliare semplice per l'anno 2021), da riconoscersi anche nel caso in cui ci sia coincidenza sostanziale tra il soggetto passivo dell'imposta e il soggetto gestore dell'impresa.
- Cancellazione della Ta.Ri. per gli anni 2020 e 2021 e, per il futuro, commisurazione della tariffa all'effettiva produzione dei rifiuti e revisione della norma vigente con l'ampliamento delle aree che non concorrono alla definizione della superficie utile alla tariffazione (in particolare per locali e aree che per loro natura e caratteristiche o per il particolare uso cui sono adibiti non possono produrre rifiuti in maniera apprezzabile).

■ Gestione degli atti di legge e amministrativi nel periodo dell'emergenza

Emerge la necessità di una migliore programmazione e gestione degli atti che regolano l'apertura e la sospensione delle attività nel periodo emergenziale. Le aziende sono state fortemente danneggiate da comunicazioni contraddittorie e temporalmente ingestibili, con conseguenze negative sulla gestione operativa, economica, finanziaria e dei collaboratori.



Campagna vaccinale anti-Covid in Trentino

... Segue dalla prima pagina

Riforma delle Apt alla prova dei fatti

Sempre in questo contesto di tipo organizzativo va anche detto che le architetture organizzative certamente importanti devono poter contare su persone motivate, professionalità forti ed innovative, sia nelle strutture operative che in quelle di governance e, quindi, è necessario introdurre anche qui gli opportuni cambiamenti.

Infine, se vogliamo dirla tutta, la vera e importante innovazione di questa legge è la spinta ad accrescere la compartecipazione finanziaria dei privati, che oltre ad essere un valido indicatore dello spirito di sistema degli imprenditori è una prima risposta anche ad una progressiva erosione della quota finanziaria pubblica che si prospetta nei prossimi anni. Già questo vale tutto il resto della riforma. Purtroppo questa scelta si inserisce in un momento di crisi dell'economia e delle aziende.

 direttore Roberto Pallanch

■ Recovery plan

L'Asat ritiene importante che il settore turistico possa accedere alle progettualità e alle risorse messe a disposizione nell'ambito del «Recovery plan», in particolare sulle seguenti proposte progettuali (per le quali l'Asat chiede un raccordo con la programmazione a livello regionale):

- rafforzamento della ricettività turistica con misure che potenzino la struttura patrimoniale delle imprese ricettive;
- investimenti per la qualificazione delle strutture e dei servizi ricettivi anche in funzione dei previsti cambiamenti nei comportamenti di consumo dei turisti post-pandemia. Va ribadito che la pandemia ha modificato in modo permanente l'utilizzo degli spazi e la necessità di una diversa organizzazione produttiva con conseguenti costi aggiuntivi;
- potenziamento delle reti in fibra ottica e della connettività;
- cultura e investimenti digitali;
- riqualificazione energetica e sostenibilità del settore.



🕒 3' e 55"

👤 Fabia Sartori

Vacanza attiva al lago di Garda

Zone turistiche montane: servono misure di sostegno ad hoc

Urgono misure di sostegno mirate per le imprese delle zone turistiche montane (inteso come tutto il territorio trentino, dai laghi alla montagna vera e propria, passando per le città d'arte) e, in particolare, per le imprese del turismo invernale e per i collaboratori del settore turistico. Il turismo necessita, inoltre, di una strategia chiara per la riapertura, perché è importante riaprire le aziende e far lavorare le famiglie ed i collaboratori, anche adottando protocolli di sicurezza più severi.

L'Asat, con il presidente Battaïola, ha incontrato il ministro Garavaglia in un focus su ristori e ripartenza

È questo il «grido d'allarme» arrivato, a inizio marzo, al neo ministro del turismo **Massimo Garavaglia**. Il presidente dell'Asat **Giovanni Battaïola**, infatti, insieme al presidente dell'Unione albergatori e pubblici esercenti dell'Alto Adige **Manfred Pinzger** ed al presidente dell'Associazione degli albergatori e imprese turistiche della Valle d'Aosta **Alessandro Cavaliere**, ha incontrato il ministro Garavaglia. «È stata l'occasione per sottoporre al Governo - dice Battaïola, apprezzando la disponibilità del ministro - la situazione di grave difficoltà in cui versano le nostre imprese del turismo. Il quale è da intendersi, sì, come turismo invernale. Ma anche come turismo legato alle zone lacustri, che a Pasqua non potrà partire nemmeno quest'anno, e alle città d'arte». Ad accompagnare la delegazione era presente anche il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**.

«La realtà economica - prosegue Battaïola - del nostro territorio è peculiare. Durante l'incontro abbiamo evidenziato cosa significa avere due stagioni e cosa significa perderne una completamente. Il 2021, per chi vive di stagione invernale ed estiva, parte in salita assoluta con un meno 70% già certificato rispetto a determinate strutture. Va, poi, considerato che le strutture ricettive che operano in zone lacustri vedono "saltare" la partenza di Pasqua, così come la ripartenza non potrà avvenire nemmeno nelle città d'arte».

Un giorno gestire
le prenotazioni del tuo
Hotel sarà ancora più
semplice.

Quel giorno è oggi.



Gestisci al meglio il tuo business con i servizi di XPay Hotel



E-commerce
per accettare tutti
i pagamenti online



Gestisci tutte
le tipologie di tariffe
e le preautorizzazioni



Incasso Senza Pensieri
per massimizzare
la garanzia di incasso



Pay-by-Link Plus per
i pagamenti di prenotazioni
telefoniche o via email

 **CASSE RURALI
TRENTINE**



nexi
every day, every pay

Contatta la tua filiale di fiducia e scopri l'offerta pensata per te

«Per quanto riguarda i **ristori** - dice Battaiola - Garavaglia è dell'idea che non debbano essere uguali per tutti, bensì commisurati in base a chi ha subito di più. Il nuovo Decreto sostegni dovrebbe essere operativo da subito, con tempi per la liquidazione dei sostegni piuttosto stretti».

La **ripartenza** è legata anche agli investimenti ed alla possibilità di avere finanziamenti a lungo termine garantiti. «Garavaglia - riporta Battaiola - ha citato il 110 % per alberghi e il bonus facciate da applicare anche fuori dai centri storici. È necessario, poi, coinvolgere Cassa depositi e prestiti dove ci sono miliardi di euro già presenti per entrare nel capitale delle strutture alberghiere, facendo aumenti di capitale con la possibilità per gli imprenditori di restituire il capitale in periodi lunghi (10/20 anni). Sarebbe una modalità nuova e diversa di avere apporti di capitali nelle imprese. Senza dimenticare la possibilità di attivare mutui a tassi fissi con garanzia dello Stato e lunghi piani di ammortamento».

I temi approfonditi nel corso dell'incontro sono stati le *misure di sostegno* per il settore ricettivo, con particolare focus sulle zone alpine, e il *piano vaccinale*.

■ Misure di sostegno

1. Contributo a fondo perduto

Risulta evidente l'aggravio sulla redditività degli operatori del settore e l'impossibilità di essere economicamente e finanziariamente autosufficienti senza maggiore sostegno da parte dello Stato. Tra le misure di sostegno finora previste ci

sono i contributi a fondo perduto, che vengono calcolati prendendo come mese di riferimento aprile 2020. **Il contributo a fondo perduto andrebbe parametrato sulla perdita di fatturato su base annua calcolata per il periodo 01 aprile 2020 - 31 marzo 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.**

2. Liquidità

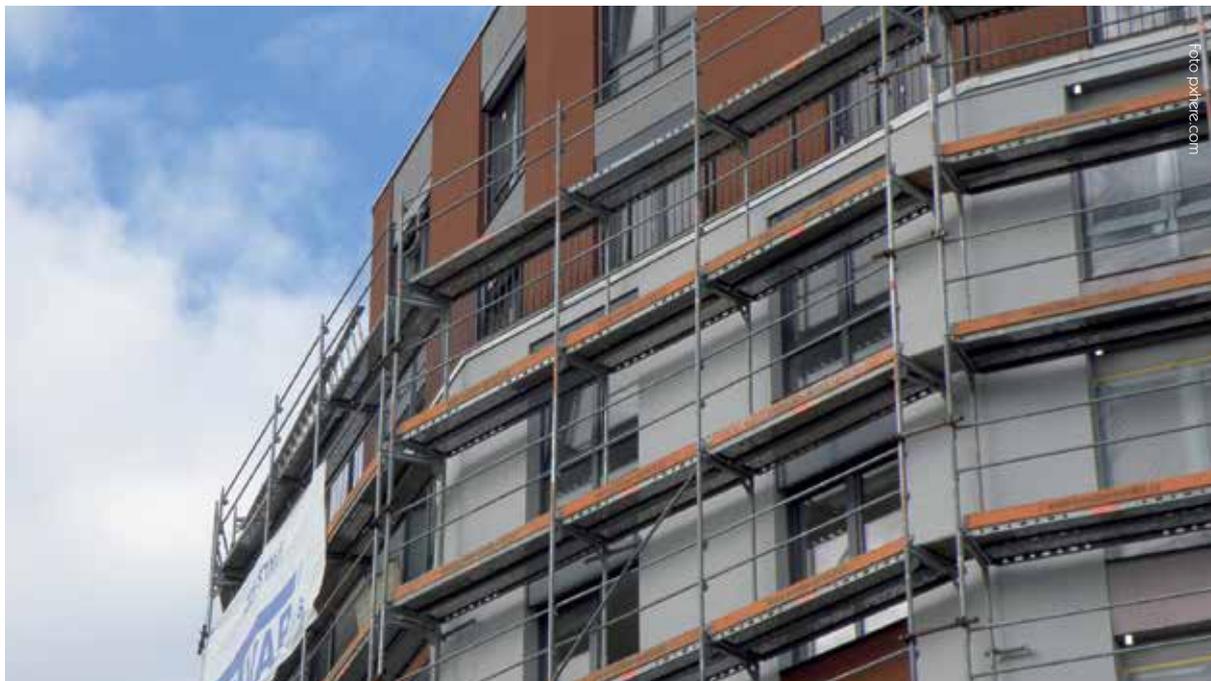
Nel 2020, dopo l'inizio dell'emergenza Covid, le banche hanno potuto concedere ai propri clienti moratorie per un periodo massimo di 12 mesi. Inoltre, molte banche hanno concesso finanziamenti assistiti da garanzia statale (finanziamenti Covid) a condizioni particolarmente convenienti in modo da favorire negli scorsi mesi l'accesso al credito. **«Abbiamo chiesto - spiega Battaiola - di prolungare il periodo di moratoria e di creare strumenti adatti e meno restrittivi che rendano possibile la concessione di ulteriore credito anche con garanzia dello Stato da parte delle banche. Abbiamo percepito consapevolezza, in tal senso, da parte del ministro».**

3. Lavoro

È necessario il **prolungamento della FIS/ Cassa integrazione in deroga**. E, al fine di consentire alle aziende del settore di mantene-



Il presidente Battaiola (a sinistra) con il ministro Garavaglia (a destra)



Una facciata in ristrutturazione

re i livelli occupazionali, si chiede **la proroga dell'esonero dal pagamento dei contributi per l'assunzione del personale stagionale**, affinché possa essere applicata alle assunzioni che avverranno nel corso del 2021. «Il Ministro è parso favorevole - dichiara Battaiola - a far passare i sostegni attraverso le imprese. Le quali potranno avere sgravi importanti, ma soprattutto far riprendere a lavorare i collaboratori con i vantaggi di risolvere un possibile problema sociale e di fidelizzare i lavoratori alle imprese ed al settore del turismo». In mancanza di adeguati ammortizzatori sociali (tra cui il prolungamento della Naspi), è stato richiesto di prevedere ed erogare **indennità aggiuntive una tantum per i lavoratori stagionali**.

4. Fiscalità

«È necessario - sottolinea Battaiola - **sospendere per il 2021 l'obbligo di pagamento del canone speciale Rai e di tutte le altre tasse imposte** (come esempio non esaustivo la Tari, l'Imis, l'Ica) ingiustificate ed inique in una situazione di effettiva inattività delle aziende». Serve una **riduzione delle aliquote Iva**, con uno sguardo a quanto fatto dai Paesi a noi vicini. Urge una **riforma fiscale**, con semplificazione e razionalizzazione della disciplina e abbassamento della pressione fiscale, specie sul lavoro dipendente.

■ Piano vaccinale

Grandi speranze vengono riposte nella campagna vaccinale. Il ritorno alla «normalità» passerà attraverso il concetto di sicurezza sanitaria delle strutture ricettive delle destinazioni turistiche.

Tutti gli studi sulle prospettive del turismo evidenziano come la voce sicurezza sanitaria sia balzata ai primi posti fra i motivi per cui una persona sceglierà la propria vacanza.

«Abbiamo appreso con piacere - spiega - che il Ministro sta lavorando in sinergia con i “colleghi” a livello europeo per impedire “fughe in avanti” di alcuni Paesi ed evitare che si creino corridoi privilegiati. Dovrebbe arrivare un “digital green pass” che certifichi la vaccinazione, per poi proseguire, in futuro, col passaporto vaccinale vero e proprio. Questo va benissimo, ma ad oggi solo il 4% della popolazione è vaccinata, e si tratta di persone poco propense a viaggiare per turismo. Sarebbe opportuno garantire una mobilità, fintanto che tutta la popolazione non sarà vaccinata, tra territori certificati con protocolli sani e sicuri, richiedendo che i turisti siano in possesso di un tampone negativo».

Battaiola, poi, confermando quanto già richiesto mesi fa, vorrebbe includere nelle «classi di rischio» anche chi lavora nel settore turistico. «Il Ministro - conclude - ha confermato l'intenzione di mettere la nostra categoria tra i soggetti a rischio per la vaccinazione, dando così priorità al rilancio del settore».



Draghi annuncia un cambio di passo nel settore turismo

«Imprese e lavoratori del turismo vanno aiutati ad uscire dal disastro creato dalla pandemia». E ancora: «Tenere in vita, nell'immediato, quante più aziende turistiche possibile. Fino a che, governata l'emergenza, il turismo in Italia potrà ripartire». Parte con il piede giusto il Governo Draghi. La prima citazione riportata è, infatti, del neo presidente del Consiglio dei Ministri **Mario Draghi**. Che, durante la discussione propedeutica al voto di fiducia al nuovo Governo, ha fatto un esplicito riferimento al settore turismo. Non solo: il neo premier ha anche creato (o, meglio dire, ripristinato dopo la cancellazione del 1993) un dicastero ad hoc per il turismo. Per quanto riguarda la seconda citazione, le parole sono del neo ministro del turismo (con portafoglio, ndr) **Massimo Garavaglia**. Il quale, in un'intervista rilasciata al Corriere della Sera, ha voluto dare una prospettiva di crescita agli imprenditori turistici di tutt'Italia.

L'intervento del presidente Draghi. Durante l'intervento in aula al Senato, per il voto di fiducia al nuovo Governo, il premier ha dichiarato che «anche nel nostro Paese alcuni modelli di crescita dovranno cambiare: ad esempio, il modello di turismo, un'attività che prima della pandemia rappresentava il 14% del totale delle nostre attività economiche». «Imprese e lavoratori in quel settore vanno aiutati ad uscire dal disastro creato dalla pandemia», ha detto chiaramente Draghi. «Senza scordare che il turismo avrà un futuro se non dimentichiamo che esso vive della nostra capacità di preser-



Il presidente del Consiglio Mario Draghi

vare l'ambiente, di tutelare cioè almeno non sciupare città d'arte, luoghi e tradizioni che precedenti generazioni, attraverso molti secoli, ci hanno tramandato».

Le affermazioni di Bocca. Una delle prime azioni a «favore» del turismo che Draghi, dopo aver ricevuto la fiducia alla Camera e al Senato, ha portato avanti è stata la creazione di un Ministero del turismo, affidato al leghista Garavaglia. Immediata la reazione positiva da parte di Federalberghi per voce del presidente **Bernabò Bocca**: «Ringraziamo il presidente del Consiglio per l'attenzione dedicata al nostro settore, al quale vengono finalmente dedicati il rilievo e l'attenzione che merita. E facciamo i nostri migliori auguri di buon lavoro al neo ministro Garavaglia. Assicuriamo sin da ora la piena disponibilità del sistema Federalberghi a collaborare con il Governo, nell'interesse del Paese». Il presidente di Federalberghi, inoltre, ha espresso apprezzamento anche per l'intervento del premier per la richiesta della fiducia al Governo: «Ogni volta che un premier si occupa del turismo in questo modo ci riempie di soddisfazione perché ci dimostra la presa di coscienza del Governo del grande valore economico di questo settore. Siamo molto preoccupati sulla tempistica del trasferimento delle competenze dal Mibact al neonato ministero



Il ministro del turismo Massimo Garavaglia

🕒 3' e 35"

👤 Fabia Sartori

Garavaglia: «Con ristori ad hoc, l'obiettivo immediato è tenere in vita le imprese turistiche. Per poi ripartire, migliorando la competitività»

perché la burocrazia è sempre in agguato. D'altra parte siamo davvero contenti di avere una persona che al tavolo del Consiglio dei ministri parlerà solo ed esclusivamente di turismo».

L'intervista al ministro Garavaglia. Governare l'emergenza e, successivamente, tenere in vita quante più imprese turistiche possibile. Questo, in sintesi, il piano d'azione del ministro al turismo Garavaglia. Il quale ha tenuto a sottolineare che «il turismo è la prima industria del Paese, con 4 milioni e mezzo di addetti e ampi margini di miglioramento e sviluppo». Con una certezza per il futuro post-emergenza: il settore del turismo, in Italia, ripartirà. E, allora, in tal senso il nostro Paese non può concedersi lentezze o incertezze: «Va migliorata la competitività di un comparto che, purtroppo, dal 2010 al 2019 è cresciuto solo del 4% mentre altrove, in Paesi per noi concorrenti, è salito del 6%». Nel frattempo, però, prima di arrivare ad un rilancio post pandemia, è necessario pensare alla sopravvivenza delle imprese del turismo, oggi fortemente in crisi. Garavaglia ha dichiarato di pensare ad un «decreto ristori con normative adeguate, ad aiuti in conto capitale, a facilitazioni per le ristrutturazioni, all'allungamento dei termini per i prestiti erogati, a dare sostegno attraverso le politiche per il lavoro per chi è in difficoltà». Il neo Ministro assicura anche che le risorse per gli indennizzi ci sono.

CUCINA 4.0

- Credito d'imposta**
50% risparmio del tuo investimento
- Gestione parametri**
pannello di controllo
- Comunicazione interattiva** fra le attrezzature e l'utente
- Gestione intelligente** in base ai consumi

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

PROJECT COOK COOL WASH SERVICE GASTRO EQUIPMENT
Zona Artigianale, 14 | 39052 Caldaro (BZ) Trentino-Alto Adige | Tel. 0471 913404 | www.grandimpiantinoselli.com

GRANDIMPIANTI
Noselli
Partner of Niederbacher Gastrotec



Turisti spensierati vivono la montagna estiva

Se il primo provvedimento del Governo Draghi (decreto legge del 23 febbraio, ndr) è stata un'ulteriore «doccia fredda» per il mondo del turismo, soprattutto per gli attori del turismo invernale, con un prolungamento del «blocco» degli spostamenti tra Regioni ed un nuovo stop (a meno di 24 ore dalla riapertura prevista) all'attività degli impianti di risalita, i «passi» successivi appaiono di maggior lungimiranza. A partire dalle dichiarazioni del ministro del turismo **Massimo Garavaglia**, intervistato alla trasmissione Porta e Porta. Che ha affermato di sposare la linea di un cambio di metodo sul fronte degli indennizzi alle imprese del turismo travolte dalla crisi, prendendo a riferimento il modello tedesco sui risarcimenti e i ristori da distribuire a tour operator e agenzie di viaggi.

Non solo: è chiaro che il nuovo Governo guarda all'estate per una ripartenza del turismo, anche se per ora non esiste nessuna certezza sul «quando». Con il primo Dpcm del premier **Mario Draghi** (e forse «unico» dato che il presidente del Consiglio ha dichiarato di voler privilegiare l'utilizzo del «decreto legge», che prevede l'approvazione da parte dell'intero Consiglio dei Ministri, al posto del «Dpcm», che prevede invece la firma del solo presidente del Consiglio) sono entrate in vigore le nuove misure di contrasto al Covid-19 (valide fino al 6 aprile). Le quali, di fatto, mettono un blocco al turismo almeno fino a dopo Pasqua. E, visto

che i «ponti primaverili» quest'anno sono naturalmente annullati (il 25 aprile è di domenica ed il 1° maggio cade di sabato), la speranza per una ripartenza del turismo è riposta, ormai, interamente nella stagione estiva.

■ I ristori per gli attori del turismo

«Iniziamo a spendere i soldi già a bilancio - spiega Garavaglia - ci sono ancora 400 milioni da distribuire. Poi nel prossimo decreto indennizzi, quello dei 32 miliardi, vediamo di ottimizzare i meccanismi». L'idea è di «valutare le stagioni turistiche (diverse per strutture ricettive diverse collocate in diverse zone turistiche), è non i singoli mesi». «La Germania, ad esempio - cita - per gli indennizzi valuta non solo il fatturato, ma anche il peso dei costi fissi». Resta poi un aspetto importante da migliorare: la certezza dell'indennizzo. «Bisogna dire quanto spetta a chi ed entro quando - termina -. La programmazione è importante per gestire la propria impresa».

■ Speranza nell'estate

Un'estate al mare. O in montagna. L'essenziale è che i flussi turistici possano rimettersi in moto. Al momento non ci sono certezze, è vero. Ma il ricordo dell'estate 2020, dopo la primavera «persa» dal punto di vista turistico a causa del lockdown, alimenta le speranze degli imprenditori del turismo trentino. Da un lato ci sono i protocolli

Garavaglia: «Ristori al turismo sì, ma è necessario cambiare la metodologia di valutazione e di distribuzione»

🕒 3' e 20"
👤 Fabia Sartori

Dpcm 6 marzo: la Pasqua «salta», il turismo guarda all'estate

di sicurezza sanitaria, la cui applicazione durante la scorsa stagione estiva ha consentito di ospitare i turisti in maniera impeccabile, pur nella difficile convivenza con il Covid-19. Dall'altro, la presenza di diverse tipologie di vaccino: con un'efficace campagna vaccinale, che al momento è appena partita e non in maniera particolarmente celere, sarebbe possibile garantire un sereno spostamento di turisti e, con esso, linfa vitale al sistema turistico trentino ed italiano. Non va scordato che, per il turismo trentino, è la seconda stagione primaverile che inizia con il «piede» sbagliato. Lo scorso anno tutto rimase bloccato fino all'inizio di giugno. Per il 2021 gli albergatori, in particolare quelli che hanno attività in zone lacustri e sul Garda, dovranno rinunciare alla Pasqua, che comunque rappresenta la partenza della stagione calda. L'augurio è che, poi, la ripartenza ci sia davvero. O che il piano dei ristori economici sia in grado di tenere conto delle gravi difficoltà che il settore sta attraversando.

■ In vacanza con il bonus

Con l'approvazione di un emendamento al decreto milleproroghe, il periodo di utilizzabilità del «bonus vacanze» è stato esteso fino al 31 dicembre 2021 (la precedente scadenza era al 30 giugno 2021). La misura è finalizzata ad agevolare la propensione degli italiani, ed a facilitarne l'accesso economico, a trascorrere una vacanza sul territorio italiano. Federalberghi ha realizzato un sito internet che

promuove gratuitamente le strutture turistico ricettive che accettano il bonus vacanze (<https://bonusvacanze.italyhotels.it/>). La presenza sul sito è completamente gratuita (non si paga per aderire né sono dovute commissioni sulle prenotazioni). Le aziende turistiche che accettano i bonus vacanze possono, in luogo dell'utilizzo diretto, optare per la cessione del credito d'imposta ad altri soggetti, inclusi istituti di credito e altri intermediari finanziari. Federalberghi e Poste Italiane hanno definito un'intesa che offre la possibilità di cedere il credito d'imposta ricevendo in cambio il 99% del valore nominale del bonus. Le modalità di accesso ai vantaggi offerti dalla convenzione, che può essere utilizzata anche per la cessione di altre tipologie di credito d'imposta, sono state comunicate all'Asat con newsletter in data 10 marzo 2021.

SCOMPARSA MARIAPIA CHIARANI

Il presidente Giovanni Battaiola, la Giunta esecutiva, il Consiglio direttivo, il direttore Roberto Pallanch, tutti i collaboratori dell'Asat e l'intera redazione di T&O in Trentino sono vicini al past president Natale Rigotti, duramente colpito dalla dolorosa scomparsa della moglie Mariapia Chiarani.

Un abbraccio a Natale e ai famigliari da tutta la famiglia degli albergatori trentini.

Riapertura sì, ma solo con il ripristino della mobilità tra Regioni



Foto: Federico Modica

Una passeggiata con vista sulle Dolomiti di Fassa

🕒 1' e 55"

📝 Redatto il 20 febbraio

Gran parte degli albergatori pensa già alla Pasqua oppure alla prossima stagione estiva

Il 27% degli albergatori trentini dichiara di essere disposto ad aprire la propria struttura ricettiva nel momento in cui verranno tolte le limitazioni alla mobilità tra Regioni. Il 24%, invece, è determinato a far ripartire la propria attività solamente se, oltre all'eliminazione del blocco interregionale, saranno riaperti gli impianti di risalita. Solo il 4% degli imprenditori del turismo trentino riaprirà qualora riaprano gli impianti di risalita (e le Regioni chiuse). Un buon 23%, invece, ha preso la decisione di non riaprire la propria struttura in attesa di una più propizia ripartenza estiva.

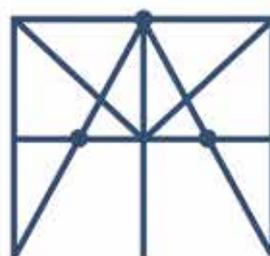
Sono questi alcuni dei risultati statistici rilevati da alcuni questionari che l'Asat ha sottoposto ai suoi associati. Le 326 strutture ricettive che si sono prestate a rispondere sono rappresentative dell'intero territorio trentino: dall'Alta Valsugana e Bersntol (13) agli Altipiani Cimbri (11), dall'Alto Garda e Ledro (15) alle Giudicarie-Rendena (49), dalla Paganella (32) al Primiero (23), dalla Rotaliana-Koenigsberg (4) a Trento, Bondone e Valle dei

Laghi (16), dalla Val di Fiemme (35) alla Val di Non (6), dalla Vallagarina (9) alla Valle di Cembra (1), dalla Valle di Sole (36) alla Valsugana e Tesino (7), fino alla Val di Fassa (69).

Difficile guardare al futuro alla luce della situazione di incertezza attuale. Senza dubbio una grandissima fetta delle strutture ricettive intervistate è sempre stata chiusa durante la difficile stagione invernale 2020/2021 (65%). Equivalente la percentuale (circa il 17%) degli alberghi che sono sempre stati aperti e di quelli che, invece, sono stati operativi per alcuni periodi nei mesi invernali (ma che attualmente sono chiusi).

Il 63% delle strutture intervistate opta, in caso di riapertura invernale, per una riattivazione dell'intera struttura. Il 15% crede di mettere a disposizione dei potenziali clienti solo «alcune camere» ed il 17% ancora non ha preso una decisione in merito. Per quanto riguarda le modalità di riapertura, la scelta è piuttosto netta: il 53% degli hotel sceglierà di mettere a disposizione degli ospiti tutta la gamma di servizi. Il 23%, invece, renderà fruibili il pernottamento e la prima colazione ed il 17% dichiara di non aver ancora deciso. Riguardo alla stagione invernale le scelte degli albergatori trentini sono piuttosto nette, anche alla luce del fatto che - con i provvedimenti presi dall'attuale Governo Draghi - la mobilità tra Regioni rimarrà bloccata fino a Pasqua, quando non avrà più nemmeno senso domandarsi se è il caso di aprire o meno gli impianti a fune (almeno per la fruibilità delle piste da sci). Il pensiero degli albergatori del Trentino corre già a dopo Pasqua oppure alla stagione estiva (dipende chiaramente dalla località presa in considerazione). Identico l'approccio di Trentino Marketing e dell'assessore Roberto Failoni, la cui attenzione per promozione ed organizzazione è focalizzata al periodo primaverile ed estivo.

ALA
DE
MY
+
MA
NA
GER



PMI ACADEMY

La formazione manageriale
per le imprese trentine

Nuove idee per il business di oggi

- #1 Formazione dinamica, flessibile e orientata allo sviluppo manageriale di chi si occupa in prima persona della gestione delle PMI
- #2 Networking con altri imprenditori attivi sul territorio trentino
- #3 Quote di iscrizione competitive (con il contributo dell'Accordo di programma tra Provincia Autonoma e Camera di Commercio I.A.A. di Trento)
- #4 Frequenza nei fine settimana
- #5 Formazione continua anche post corso con accesso gratuito ad un'area dedicata agli approfondimenti (articoli dal blog, interventi in streaming, video dei contenuti più rilevanti)



Innovazione
e strategia

+



Customer Experience
e digital marketing

+



Gestione finanziaria
e controllo gestione

+



Open
Management

COME ADERIRE

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



SEGUICI SUI NOSTRI CANALI SOCIAL
#accademiadimpresa

Un anno di Covid per il turismo trentino

18

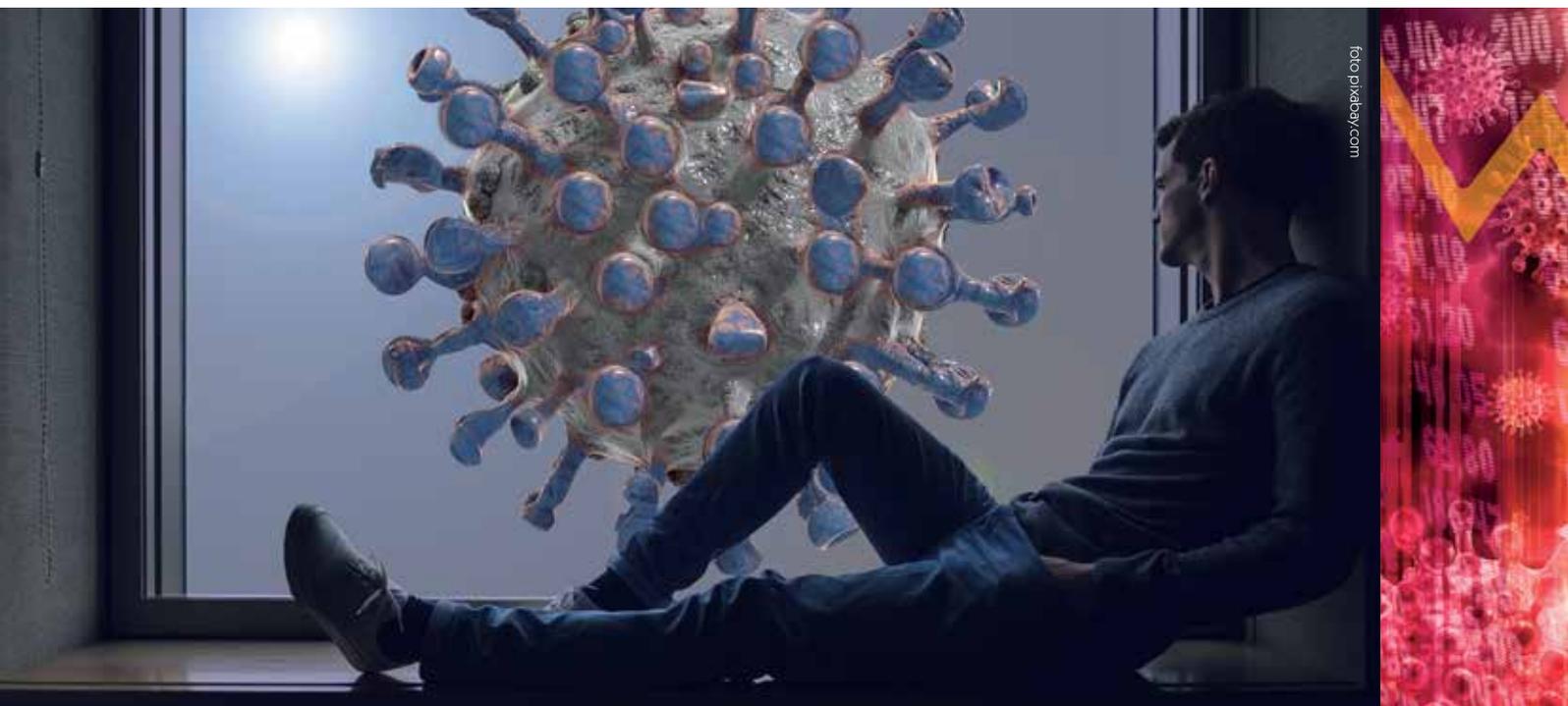


foto pixabay.com

Primavera 2020, il lockdown

È trascorso un anno dall'«arrivo» del Covid-19 in Italia, o meglio dall'identificazione dei primi casi sul territorio nazionale. Un anno dal primo lockdown, che ha tenuto «bloccati» tutti i cittadini italiani sul piano personale e privato, lavorativo e ricreativo. Proprio dodici mesi fa, sulle pagine di T&O in Trentino, riportavamo i primi effetti delle restrizioni imposte dal Coronavirus. Senza avere, ancora, idea che ci saremmo trovati ad affrontare la più grande crisi economica dal dopoguerra, con effetti particolarmente drastici sul settore del turismo e sulle sue imprese.

Mancano i turisti, nonostante strutture ricettive ed hotel non abbiano mai ricevuto dal Governo nazionale un decreto ufficiale di chiusura. I turisti, quelli di provenienza internazionale, sono assenti ormai dalla fine dell'inverno 2020. Un anno senza che il turismo italiano, e quello trentino in particolare, abbia potuto contare su arrivi e presenze stranieri. Al di là del mero dato numerico (la stima dell'Ispat è di un calo del 57% degli arrivi nel 2020 rispetto al 2019 e di una perdita di presenze del 51% in Provincia sullo stesso periodo), è lo strascico temporale

Crisi e difficoltà per il settore. Gli albergatori attendono di ripartire dopo l'inverno «zero»

3' e 35"

Fabia Sartori

a pesare sulle spalle degli albergatori. E, diciamo, anche la necessità di dover totalmente «ripensare» al futuro turistico della propria impresa, almeno nel medio periodo.

Si apre, perciò, il capitolo del turismo di prossimità. Che tanto ha dato al turismo trentino estivo del 2020 con una «riscoperta» (ed in moltissimi casi con un inedito primo approccio) della montagna e delle sue bellezze na-

turali. E tanto, invece, ha tolto al turismo della stagione invernale 2020/2021, mai nemmeno iniziata a causa delle restrizioni di spostamento tra una Regione e l'altra e (altro nodo mai sciolto) dell'impossibilità per gli impianti di risalita di dare il via alla propria attività. Quasi unicamente turismo italiano, nel 2020, quindi.



Economia in crisi

Con una flessione annuale di presenze (meno 27%) e arrivi (meno 30%) decisamente importante, anche se contenuta rispetto alle percentuali riportate per i flussi stranieri. Nel «nuovo» mondo del turismo post-Covid, gli imprenditori del settore dovranno (e devono già da oggi) iniziare a ragionare nella direzione di «conquistare» la clientela italiana.

I protocolli di sicurezza sanitaria approntati in Trentino, con una forte impronta impressa dall'Asat, sono decisamente validi. Tanto che una grande percentuale di ospiti, durante la stagione estiva 2020, si è dichiarata molto soddisfatta. Ecco, perciò, che con l'arrivo della stagione primaverile e (ci auguriamo) con l'allentarsi delle restrizioni, si spera che gli albergatori trentini possano tornare ad offrire ospitalità e sicurezza ai turisti italiani in cerca di vacanza e di relax, di luoghi incontaminati e natura.

Nel 2020 è stato maggio il mese della «ripartenza». Con parecchi «singhiozzi» all'inizio, tanto che sia la Pasqua sia i mesi primaverili sono stati fortemente compromessi

(a farne le spese sono state le città e le zone lacustri), ed i flussi turistici (solamente italiani) che hanno iniziato a «scorrere» solamente dalla metà giugno inoltrata. Per il 2021 l'augurio è di una ripresa più immediata, complice la campagna vaccinale partita a fine dicembre, ma anche grazie ad una «maturazione» e ad una sorta di rodaggio degli albergatori trentini nell'applicazione delle misure anti-Covid. Quando avranno l'occasione di farlo, gli albergatori saranno pronti, con la tradizionale capacità di mettersi in gioco e di offrire ospitalità d'eccellenza, ma anche con un grande senso di responsabilità maturato in questo 2020.

Un altro grande «colpo» è stato inferto al turismo trentino a partire dall'autunno 2020, quando la situazione correlata alla pandemia è decisamente peggiorata, con una nuova ondata. Di qui, l'introduzione a livello nazionale delle ormai note «zone colorate». Ma soprattutto l'impossibilità, ormai da prima delle feste natalizie, di potersi muovere tra una Regione e l'altra. Il che ha inferto, appunto, un durissimo colpo al mondo del turismo «bianco» per cui la stagione è completamente saltata.

Un bilancio, in termine di presenze e arrivi turistici, in forte perdita. Ma il 2020 ha portato con sé altre fonti di preoccupazione per gli imprenditori turistici. Una è sicuramente l'instabilità lavorativa che si è venuta a creare riguardo ai lavoratori stagionali. I quali si sono ritrovati nella condizione di non poter lavorare e, quindi, di non poter maturare i requisiti per la Naspi. Dal punto di vista dell'imprenditore questo ha significato (e significa tutt'ora) non poter dare lavoro a personale qualificato e formato, oltre al rischio di «perdere» definitivamente queste risorse umane anche per il futuro, quando i collaboratori potranno essere richiamati ai propri incarichi.

La sopravvivenza di molte strutture ricettive è, ora, dopo un anno di difficoltà, a rischio. A fronte dell'incertezza del contesto attuale e del terribile anno alle spalle, gli albergatori chiedono, ed hanno bisogno, di ristori economici per poter guardare al futuro. E questo non significa mancanza di determinazione o di impegno, ma solo un aiuto per poter sopravvivere in attesa di una «nuova» ripartenza.

Un contributo di solidarietà a **sostegno del reddito dei lavoratori dipendenti** (oltre alla Cassa Integrazione e Fondo di integrazione salariale) delle aziende che, nel 2020, sono state costrette a sospendere la loro attività a causa del Covid-19. È quanto messo in atto dall'Ente bilaterale turismo del Trentino, che - attraverso un accordo con le parti sociali - ha istituito un Fondo ad hoc per tale intervento. L'Asat è stata motore e sostegno di tale misura, e plaude al risultato ottenuto. Da tempo, infatti, la nostra Associazione sostiene che i lavoratori del settore turistico vadano tutelati e sostenuti economicamente a causa della crisi che ha investito le imprese ricettive a seguito della pandemia.

Possono fruire del contributo in oggetto tutti i lavoratori e le lavoratrici dipendenti con contratto del turismo di aziende con sede operativa in provincia di Trento, le quali a seguito dell'emergenza Covid-19 abbiano avuto un blocco delle attività. I dipendenti con contratto a tempo determinato e indeterminato, per poter accedere a tale sostegno al reddito, devono aver usufruito nel 2020 di oltre 300 ore di cassa integrazione (il valore va riproporzionato in caso di part time). Per quanto riguarda i dipendenti con contratto stagionale, invece, il requisito richiesto è quello di aver svolto attività stagionale per almeno 180 giorni dal 1° gennaio 2019 al 31 dicembre 2020.

Le domande vanno presentate entro il 30 giugno 2021. E l'Ente bilaterale turismo del Trentino coprirà tutte le richieste fino ad esaurimento del fondo previsto per questo intervento. Per poter accedere a tale misura, i lavoratori dipendenti con contratto a tempo determinato o indeterminato dovranno presentare all'Ebtt copia del modulo di comunicazione del datore di lavoro (predisposto dall'Agenzia del Lavoro) sullo stato di sospensione del lavoratore nel 2020 ai fini dell'erogazione del sostegno al reddito e copia di tre buste paga del 2020 attestanti la trattenuta. Per i dipendenti con contratto stagionale la documentazione richiesta prevede la consegna all'Ebtt di una copia del modulo di richiesta indennità per Covid-19 nel 2020 (al fine di verificare le caratteristiche di lavoratore stagionale) e copia delle sei buste paga (anni 2020/2019) attestanti la trattenuta. La documentazione di cui sopra può essere inviata tramite email (contributocovid@ebt-trentino.it), fax (0461/825708) o posta (corso Buonarroti, 55 - 38122 - Trento) all'Ebtt.



foto: www.ebt-trentino.it

Un contributo di solidarietà per i dipendenti del settore turismo

L'Ebtt crea un Fondo, attraverso un accordo con le parti sociali, per far fronte alla crisi Covid

🕒 2' e 15"

Diversi anche gli **importi stanziati**. Ai dipendenti con contratto a tempo determinato o indeterminato è riconosciuto un importo di 0,50 euro per ogni ora di cassa integrazione (usufruita dal 1° gennaio 2020 al 31 dicembre 2020) prevedendo un tetto minimo di 200 euro netti a lavoratore (riproporzionati per i part time). Per i dipendenti stagionali, invece, l'importo stanziato è di 250 netti (riproporzionati per i part time).

Per info telefoniche contattare l'Ebtt al numero 0461/824585.

IL NOSTRO CONTRIBUTO ALLE LAVORATRICI E LAVORATORI DEL TURISMO PER SUPERARE QUESTA PANDEMIA

CONTRIBUTO DI SOLIDARIETÀ per COVID-19

L'Ente Bilaterale Turismo del Trentino riconosce un **ULTERIORE** contributo di solidarietà per i **dipendenti del settore del turismo**.

Termini di presentazione della domanda: 30 giugno 2021

L'EBTT coprirà tutte le richieste fino ad esaurimento del Fondo previsto per questo intervento.

Per tutti i dettagli e modulistica visita il nostro sito: **www.ebt-trentino.it**



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

Corso Buonarroti, 55 - 38122 Trento

Tel. 0461 824585 - Fax 0461/825708

Email: **contributocovid@ebt-trentino.it**

Ente Bilaterale
Turismo del Trentino



🕒 5' e 15"

👤 Fabia Sartori

Giovani cuochi al lavoro in periodo Covid

Alla ripartenza, qualsiasi essa sarà, il turismo «esploderà»

Malossini, direttore generale dell'Enaip del Trentino, invita le imprese turistiche ad investire, oggi, su formazione ed aggiornamento professionali

Guardare alla ripartenza. Senza perdere di vista le difficoltà attuali, certo. Ma senza scordare che per essere «pronti» a ripartire dopo la pandemia e ad affrontare il «nuovo» turismo, è necessario già oggi guardare al futuro, magari con un briciolo di ottimismo. Parola del direttore generale di Enaip del Trentino **Massimo Malossini**. Che, dal suo osservatorio privilegiato (l'Enaip ha cinque centri di formazione professionale alberghieri sul territorio trentino), offre ai lettori di T&O in Trentino ed agli associati Asat un'interessante interpretazione di quello che potrebbe essere il futuro del turismo. Che, a detta di Malossini, esploderà in termini di flussi non appena sarà possibile ripartire (ancora non si sa come e quando) con tranquillità, serenità e sicurezza sanitaria.

Un futuro «boom» del turismo che, l'ex «guida» (per dieci anni, fino al 2018, ndr) dell'Istituto alberghiero di Varone di Riva del Garda, legge ed interpreta in un'innovativa visione del presente. L'oggi richiede coraggio e lungimiranza agli albergatori, pur senza negare le gravi difficoltà del presente. Nell'investire in formazione ed aggiornamento professionale. Nel costituire un progetto di «conversione» al turismo di tutti quegli adulti che, al termine del blocco dei licenziamenti, saranno in cerca di un posto di lavoro. Ed il turismo, nella sua «esplosione di floridità», potrà farsi trovare pronto ad «assorbire» la forza lavoro qualificata necessaria.

Il lavoro diventa più sostenibile



800.400.300 volkswagen-veicolicommerciali.it

Riduci i consumi della tua impresa con Caddy TGI a metano

Costi contenuti, meno impatto sull'ambiente ed elevata autonomia per affrontare al meglio le tue sfide di ogni giorno. Info su volkswagen-veicolicommerciali.it

Volkswagen Veicoli Commerciali. L'idea in più per chi lavora.



**Veicoli
Commerciali**

Dorigoni Spa

Via di S. Vincenzo, 42 - 38123 Trento
www.dorigoni.com



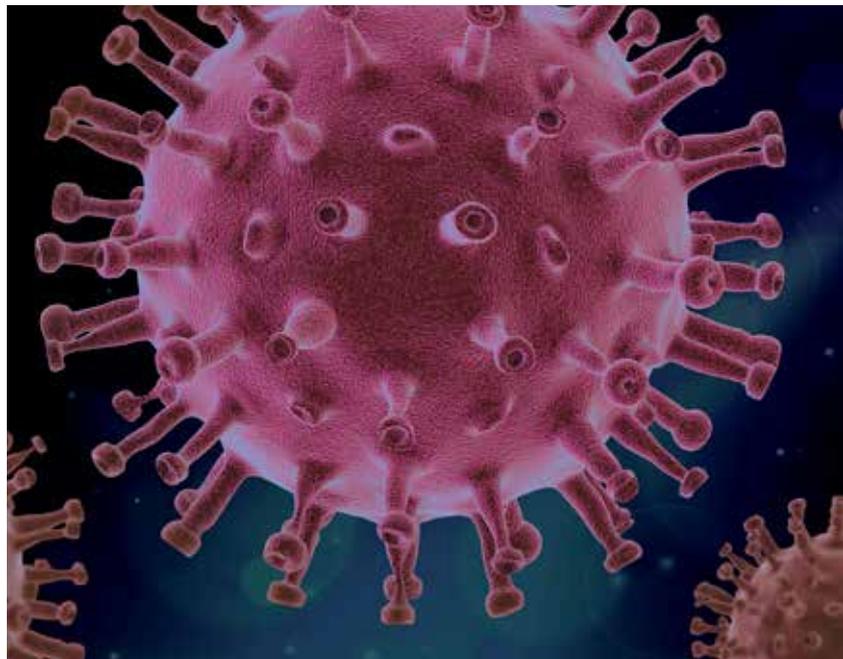
Il direttore generale dell'Enaip Trentino Massimo Malossini

■ La pandemia legata al Covid-19 impone un nuovo modello di turismo. In che maniera formazione ed aggiornamento professionali possono contribuire allo sviluppo del settore?

«A mio avviso, formazione ed aggiornamento professionali sono una delle tante sfide che il settore del turismo dovrà affrontare. Anzi, mi permetto di usare il presente, che il settore del turismo deve affrontare. In questo momento, infatti, il mondo turistico è "cristallizzato": fermo in balia degli eventi, in attesa di ripartenza. E, proprio quando i flussi turistici torneranno, e probabilmente saranno davvero corposi, gli attori del turismo dovranno farsi trovare pronti. Ecco che, proprio adesso, è necessario non essere troppo ancorati al presente: è essenziale volgere lo sguardo al futuro, pur partendo dall'oggi. Sono fermamente convinto che gli imprenditori che, in questo periodo di stop forzato, hanno la lungimiranza di investire in formazione ed aggiornamento dei propri dipendenti, troveranno grandi benefici quando arriverà il momento della ripartenza. Con qualsiasi modalità essa presenterà, dato che allo stato attuale è impossibile fare previsioni».

■ Già prima del Covid-19 le imprese del turismo trovavano difficoltà nel reperire il personale stagionale necessario allo svolgimento della loro attività. Che evoluzione avrà il fabbisogno di risorse umane da parte delle imprese nella «nuova» normalità post Covid?

«La sensazione che ho, facendo un'analisi personale di ciò che sta succedendo nel mondo, è che, quando torneremo ad una nuova normalità, il turismo "esploderà". Le famiglie, al di là della situazione drammatica che alcune categorie stanno vivendo, hanno incrementato i propri risparmi. E, soprattutto, c'è molto desiderio di uscire dalla quotidianità. Perciò, quando si partirà, il settore esploderà in modo positivo. Per le imprese turistiche, però, c'è un concreto rischio di non riuscire, in sede di ripartenza, a fare fronte al fabbisogno di personale. In quanto, vista l'esplosione del turismo su scala mondiale, il personale straniero tenderà a trovare lavoro in patria. Così come gli addetti del turismo che dal Sud Italia si trasferivano al Nord per lavoro, avranno modo di trovare impiego vicino a casa. Lo scenario che descrivo, quindi, prevede che ogni territorio dovrà "ritagliarsi" con le proprie forze il suo personale, da reperire in loco. La scuola professionale, però, "sforna" annualmente un numero di professionisti che, già prima del Covid, era insufficiente al fabbisogno di manodopera territoriale. Ecco che, affinché le aziende riescano a reperire in loco il personale necessario, si rende necessaria una riconversione del personale adulto, anche proveniente da settori diversi da quello turistico».



■ Che cosa intende con «riconversione» del personale adulto già attivo ed operativo in altri settori?

«In questo momento storico, chi non può lavorare (disoccupazione) sta facendo formazione obbligatoria, che - forse - non si svolge nemmeno su argomenti inerenti all'odierno settore d'impiego. Bisognerebbe puntare, invece, alla riqualificazione della forza lavoro con progetti mirati. Oggi vige il blocco dei licenziamenti, ma ad un certo punto quest'obbligo per i datori di lavoro verrà meno. E le aziende italiane si "alleggeriranno" del personale in eccesso. Il turismo potrebbe tentare di intercettare questa forza lavoro e provare ad offrire una formazione di base nel settore del turismo, immettendo nelle aziende turistiche così personale formato. Al di là del difficilissimo momento storico attuale, credo che il turismo abbia davanti a sé grandi margini di crescita. Vorrei dare al settore e ai suoi attori un messaggio positivo, credo ne abbiano bisogno, con la possibilità di vedere una luce in fondo al tunnel (anche se non sappiamo ancora quanto sarà lungo il tunnel). Alla luce di queste dinamiche future, tutti gli attori del turismo potrebbero "incontrarsi" ed attivarsi per un progetto che possa sostenere a dovere la ripartenza del settore dopo la pandemia».

■ Il turnover è un problema che i titolari d'impresa turistica si trovano ad affrontare stagione dopo stagione. È possibile, per gli albergatori, tutelare maggiormente il rapporto con il proprio personale, in maniera da minimizzare le problematiche correlate al turnover?

«Sono convinto che ogni lavoro dovrebbe avere una giusta retribuzione, un giusto ritmo di lavoro ed una giusta considerazione da parte dell'azienda. Credo questo sia il giusto mix per poter contare su un personale fidelizzato. La mia esperienza mi porta, tuttavia, ad osservare che giovani professionisti del turismo formati con anni di scuola, dopo un certo lasso di tempo, abbandonano il settore alla ricerca di altri impieghi. Chi lavora nel mondo del turismo va incontro ad alcuni mesi di inattività. E gli strumenti nazionali a tutela dei lavoratori stagionali sono insufficienti, come anche questa pandemia ha messo in evidenza. Per rafforzare il rapporto tra datore di lavoro e dipendente, e minimizzare il turnover, sono convinto che, a livello trentino, si possa fare di più. Non ho in mente uno strumento preciso: potrebbe essere la stipula di un contratto di secondo livello, o una regolarizzazione degli orari, oppure una regolamentazione del periodo tra una stagione e l'altra, ma dobbiamo migliorare».



Prove di accoglienza

■ Come sono mutate la formazione professionale e le figure professionali di settore a seguito del riordino dei piani di studio e del nuovo impianto metodologico? Che ruolo assume la scuola all'interno della filiera formativa del settore turistico?

«La formazione professionale sta vivendo un momento storico di evoluzione, andando incontro ad una "ristrutturazione" che permetterà di formare personale sempre più specializzato. I nuovi piani di studio avranno attuazione, in Trentino ed in Italia, a partire dal prossimo anno scolastico (quindi da settembre 2021). E con essi avrà luogo una sorta di revisione ed arricchimento delle figure professionali che l'Enaip riesce a mettere a disposizione del turismo trentino, anche in virtù della solida e fruttuosa alleanza tra le scuole professionali ed il territorio. I nuovi piani di studio hanno la duplice caratteristica di riuscire a dare una formazione professionale molto aderente a quanto richiesto dal mondo produttivo e di elevare anche la formazione culturale degli studenti (che quindi non acquisiranno solo capacità tecniche). Si tratta di piani di studio fortemente bilanciati tra parte tecnica e professionale e preparazione culturale insieme ad una stretta e strategica alleanza con le aziende per quanto riguarda i periodi di alternanza/tirocini, momento in cui gli studenti sperimentano le effettive dinamiche lavorative e gli imprenditori "coltivano" i loro futuri collaboratori. La filiera formativa nel settore alberghiero e della ristorazione proposta dall'Enaip è molto ampia. I nostri percorsi arrivano tutti al quarto anno

di diploma, si aggiunge poi la possibilità di conseguire la maturità professionale e/o proseguire con i percorsi biennali di Alta formazione professionale presso il Cfp Enaip di Riva del Garda con il "Tecnico superiore della filiera turistico ricettiva" e presso il Cfp Enaip di Tione con il "Tecnico superiore di cucina e della ristorazione".

Anche su spinta della pandemia, che ci obbliga alla formazione a distanza, l'Enaip del Trentino sta introducendo metodologie didattiche innovative e diverse rispetto al passato. Principalmente sono due i nuclei tematici che stiamo sviluppando: la transizione ecologica e transizione digitale. In questo momento ci stiamo concentrando molto su quest'ultima, tanto che il "laboratorio digitale" sarà una disciplina nuova che i ragazzi trovano al primo anno dal prossimo settembre.

Nell'anno scolastico 2022/2023 sul territorio dell'Alto Garda l'Enaip attiverà, poi, un percorso quadriennale che curerà i servizi di promozione ed accoglienza nei settori della ricettività turistica, delle agenzie turistiche, per la convegnistica e gli eventi culturali. Un percorso unico sul nostro territorio, probabilmente con una selezione in ingresso. Sono fermamente convinto, infatti, che il settore del turismo, che uscirà trasformato dall'epoca del Covid, non potrà mai subire il grosso cambiamento che ha subito l'industria con la robotizzazione e la digitalizzazione. Il turismo è relazione e socialità. Quindi il rapporto umano che si stabilisce tra ospite e professionista del turismo non potrà essere soppiantato. Ecco l'importanza di incentivare e curare questi filoni formativi».



Una sala da pranzo del CFP di Riva del Garda

AZZOLINI

ARREDO E FURNITURE

Riscaldamento
per esterno



Relax



Arredo per interni



Arredo per esterni



Ripartire dal neo-lusso

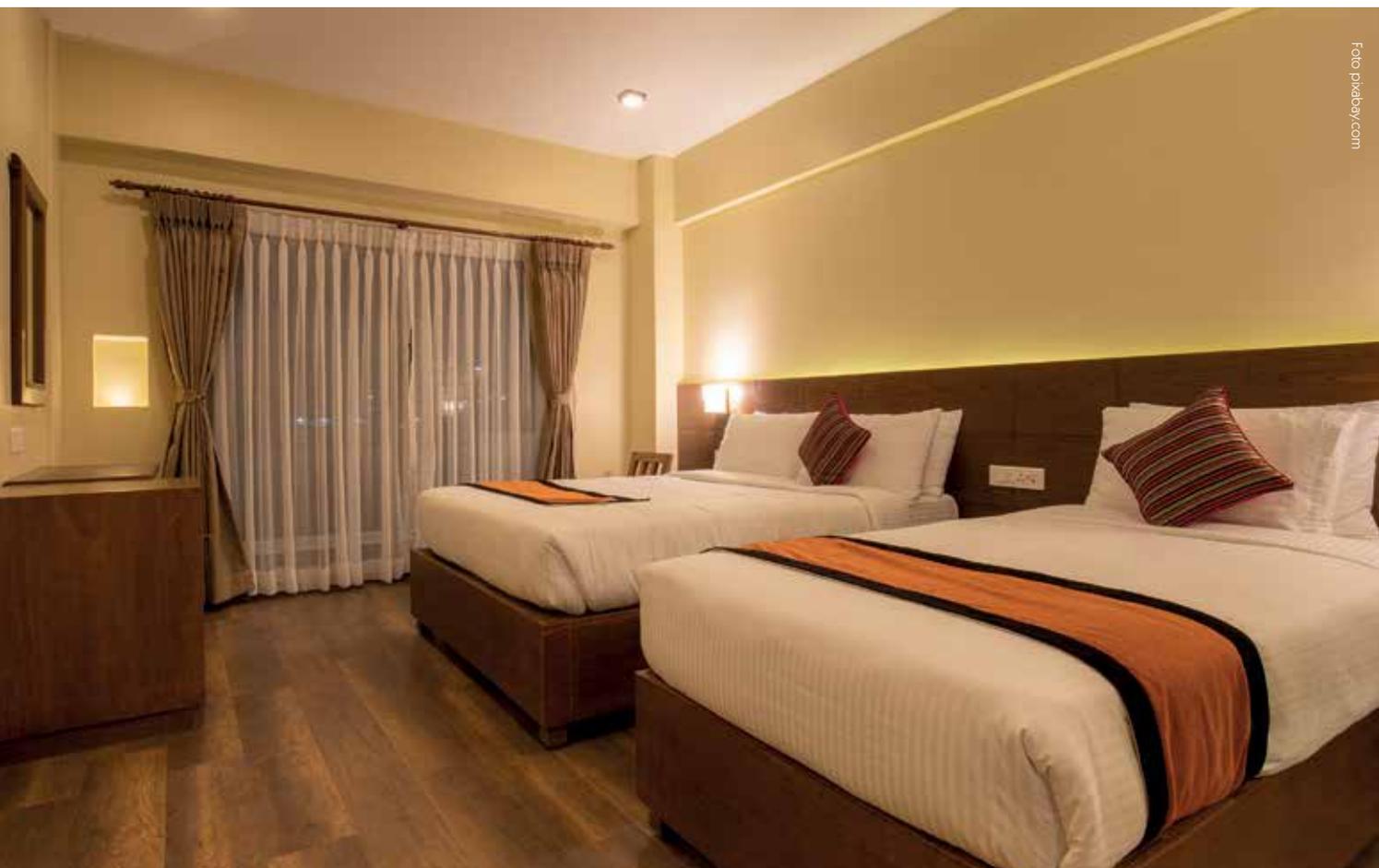
Fondamentale, per le strutture turistiche, la costruzione di un'identità stilistica distintiva che permetta di «farsi riconoscere»

🕒 1' e 55"

👤 Francesca Maffei

Capire qual è l'identità del lusso alberghiero e, prioritariamente, capire cos'è il lusso, non è scontato. Esistono quattro fasi nel ciclo di vita del lusso: l'acquisitiva, identificata dal prezzo e tipica di chi vuole acquistare qualcosa per ostentare la propria ricchezza o l'appartenenza a determinate classi sociali; l'inquisitiva, dove la qualità del servizio diventa la caratteristica predominante; l'autoritativa, quando si preferiscono location con una storia o un'origine specifica; la meditativa, in cui si valuta il tipo di esperienza oltre ai connotati più concreti.

L'esclusività è una delle basi fondanti il lusso poiché più qualcosa è esclusivo, e quindi «escludente», più il suo prezzo sarà alto e la domanda contenuta. Oggi, però, sono i prodotti di fascia media quelli di maggior successo e, così, anche i marchi di lusso si sono dovuti ricavare uno spazio più ampio in un mercato in continua evoluzione, restando da un lato fedeli alla loro clientela e, dall'altro, innovando per attirare segmenti diversi e aggiuntivi, conquistando quote complessivamente più ampie. Nasce così il **neo-lusso**, definito dal Sole24Ore come «lusso fatto di scelte *premium* a prezzi elevati ma non inaccessibili, in grado di rappresentare simbolicamente i gusti, l'identità e la cultura degli acquirenti». A contraddistinguere un servizio di *new luxury* non è più solo il prezzo, bensì la consapevolezza di dare a se stessi il meglio per se stessi, oltre ai fat-



tori tradizionali del lusso che permangono: la straordinarietà, ovvero una soddisfazione fuori dal comune distinguendosi dall'ordinario; la stravaganza, cioè la ricerca del cambiamento e dell'emozione; la distinzione, in quanto voglia di unicità.

La costruzione di un'identità stilistica distintiva permette di farsi riconoscere e di farsi scegliere da un viaggiatore che sempre più ha bisogno di identificarsi e di esprimersi attraverso i valori di cui il brand si fa portatore, oltre che di ricevere un'attenzione speciale. Ai benefici tangibili, nel mondo del turismo in particolare, s'affiancano quelli emozionali quali sorpresa, appartenenza e status, ed è a tal scopo che si è disposti a pagare un prezzo maggiore, trovando riscontro alla propria identità sociale a 360°. È sempre complicato stabilire se l'eventuale insoddisfazione di un'ospite *luxury* sia dovuta ad aspettative troppo alte o a un'effettiva bassa performance alberghiera, ma un passo importante per misurare la *customer satisfaction* nel segmento lusso è sicuramente quello di creare sia una scala della soddisfazione media dei propri clienti in merito a tutti gli aspetti della struttura sia una graduatoria dell'importanza media assegnata ai diversi settori di un albergo di fascia top.

Ma come fare a superare attese che sono già elevatissime in partenza? Semplicemente pensando in maniera trasversale e non verticale, ricordando che la reputazione è la distanza

tra quello che l'hotel comunica e ciò che il pubblico percepisce, e con uno stile di accoglienza coerente con lo stile complessivo dell'hotel e specifico di tutti i reparti di cui si compone. Lo standard non deve provenire dall'esterno ma stabilirsi internamente, trovando un punto preciso, ad esempio, tra formale e informale, tra livello della colazione e della cena, nonché tra i vari modi di comportarsi presenti nel team. Il concept, inteso correttamente come quell'insieme di concetti che contempla il modello di ospitalità, l'arredo e la brand image nella sua totalità, divenendo strumento visivo che definisce i parametri fondamentali dell'azienda, dev'essere originale e autentico, e non semplicemente copiato alla bell'e meglio dalle best practices concorrenti. Nel neo-lusso il concept, normalmente definito nella fase costitutiva di un hotel, può essere costituito interamente da nuovo, a patto di perseguire quella coerenza che è alla base del lusso stesso. Si compirà così il passaggio al vero new luxury, nel rispetto dell'equazione «eccellenza uguale personalizzazione di un'offerta straordinaria».

Barozzi
B
Barozzi
handcrafted interiors

ARREDAMENTI SU MISURA

ALBERGHI
BAR e ABITAZIONI

www.barozzidimension.it
info@barozzidimension.it

Barozzi



PROGETTAZIONE e INSTALLAZIONE
ASSISTENZA e RICAMBI

NUOVA VITA
ALLA TUA CUCINA

Realizziamo cucine professionali in modo razionale e offriamo assistenza completa

Rovereto | Trento
0464 439452

www.zoltech.it
info@zoltech.it



Istat, fatturato alberghiero giù del 70% da ottobre a dicembre

L'Istat certifica per il quarto trimestre del 2020 una perdita di fatturato per i servizi ricettivi del 70% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Se guardiamo all'intero 2020, la perdita si assesta sul 54,9%. «L'Istituto nazionale di statistica ufficializza ciò che Federalberghi dice oramai da un anno: la crisi ha colpito gli alberghi più duramente di altri settori. E nel 2021 la situazione è ulteriormente peggiorata: a gennaio il nostro osservatorio ha registrato un calo dell'83% delle presenze turistiche rispetto allo stesso mese del 2020. Abbiamo perso il 75% dei turisti italiani ed il 90% degli stranieri. Oltretutto, quest'ultimo è il segmento che spende mediamente di più», spiega il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca**.

«Un esempio su tutti - dice - è Venezia: meravigliosa città d'arte, che ha iniziato a soffrire già nel novembre 2019 a causa dell'acqua alta, e non si è più ripresa. A gennaio 2021 gli alberghi veneziani hanno perso rispetto allo stesso mese dell'anno precedente l'87% in termini di occupazione ed il 91,4% in termini di ricavi per camera disponibile». «Dopo l'azzeramento della stagione invernale - prosegue - si addensano nubi fosche anche sui prossimi mesi. La proroga delle restrizioni sino al 6 aprile ha cancellato le vacanze di Pasqua, mentre il calendario quest'anno non prevede i ponti di primavera (il 25 aprile cade di domenica e il 1° maggio di sabato). Anche la stagione estiva rischia di partire con il passo sbagliato. Chiudere le scuole il 30 giugno vorrebbe dire ritardare di quasi un mese le prime partenze. Senza considerare poi che fino a quando non verrà presa una decisione definitiva, le famiglie tarderanno a fare programmi e anche gli albergatori non potranno pianificare assunzioni, acquisti e riaperture».

🕒 1' e 45"

Bocca: «Servono interventi urgenti per consentirci di sopravvivere»

«Nel suo discorso al Senato in occasione del voto di fiducia - afferma Bocca - il presidente Draghi ha dichiarato di voler aiutare imprese e lavoratori del turismo ad uscire dal disastro creato dalla pandemia. Ribadiamo la nostra soddisfazione nel vedere finalmente riconosciuto al turismo un Ministero con portafoglio, ma siamo sull'orlo del baratro. Servono interventi urgenti per consentirci di sopravvivere. Le imprese alberghiere portano ricchezza sul territorio e generano occupazione. Proprio quel genere di occupazione che ha subito le conseguenze peggiori della crisi: donne e giovani. Aiutare il turismo, significa anche offrire una prospettiva ai soggetti più deboli».

Destinazione futuro

Pensare l'impensabile. Questo, in estrema sintesi, il concetto che **Roberto Poli**, professore ordinario al Dipartimento di Sociologia dell'Università di Trento, ha inteso trasmettere ai Gat (gruppo Giovani albergatori trentini) collegati in telepresenza lo scorso 9 febbraio. Il desiderio umano di anticipare il futuro si scontra sia con la sovrabbondanza di informazioni disponibili sia con crescenti livelli di incertezza e ambiguità. La prospettiva dell'anticipazione è interdisciplinare e richiede conoscenze capaci di aggregare e interpretare situazioni complesse per aiutare gli operatori turistici a «vedere» i futuri possibili e a creare adeguate strategie.

Perché risulta così difficile anticipare i cambiamenti mentre è invece altrettanto facile svalORIZZARE il divenire? Secondo il professore, a causa di una *forma mentis* composta da vincoli cognitivi e sociali che complicano l'orientamento al futuro. Per formare queste competenze uno dei metodi proposti da Poli è basato sulla distinzione tra il livello del *forecasting* e quello del *foresight*. Con il primo si intendono tecniche predittive basate sulla raccolta ed estrapolazione di dati conservativi che funzionano su finestre temporali brevi, ovvero di un biennio al massimo, ma che già sui tre anni non vanno più considerati. Sono modelli che si basano su principi di continuità e di senso comune, come il tasso di inflazione o le previsioni climatiche. Il livello del foresight è, invece, la capacità di vedere il nuovo, il diverso da ieri, di intercettare i cambiamenti e di vedere le sorprese. È uno

strumento scientifico che porta all'anticipazione, che studia il futuro per prendere decisioni, trasformandone i risultati in piani operativi; la meteorologia, ad esempio, diventa anticipante quando fa cambiare i propri comportamenti. L'anticipazione talvolta può mancare il bersaglio ma il suo contrario, ovvero l'attesa che qualcosa accada per poi rincorrere il fenomeno, è assai più disfunzionale e costoso.

Una seconda tecnica indicata dall'accademico è quella dei tre orizzonti: quello del manager, che gestisce giornalmente, dell'imprenditore, che innova nel futuro prossimo, e del visionario, che inventa e cambia radicalmente le regole del mercato. Si tratta di interfacciare breve, medio e lungo/lunghissimo termine, ponendo un obiettivo a cui tendere e sviluppando un percorso dall'oggi al traguardo auspicato. È un metodo che va calibrato sul problema che l'azienda ha, ma che è neutrale rispetto agli ambiti e, quindi, applicabile anche al settore turistico. Le situazioni più inusuali, se non impossibili, sono quelle che poi possono accadere. Come una pandemia.



Foto: www.livefocus.it

Il futurologo Roberto Poli, ordinario all'Università di Trento

1' e 55"

Francesca Maffei

«Supportre l'impensabile». Il futurologo Roberto Poli a sostegno dei Gat per «vedere» i potenziali scenari di domani

La formazione di Cat Turismo

Tutti gli appuntamenti con i corsi da marzo a aprile



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

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



CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
29/03/2021	09.00-13.00	ONLINE
19/04/2021	14.00-18.00	ONLINE

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

CORSO AGGIORNAMENTO PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
29/03/2021	09.00-13.00	ONLINE
19/04/2021	14.00-18.00	ONLINE

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

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

Corso obbligatorio per tutti i tipi di aziende, anche con un solo dipendente, per garantire la massima sicurezza del personale interno.

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

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
16/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
22/03/2021	14.00-16.00	

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

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO CORSO AGGIORNAMENTO PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (2 ore)

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale. Il datore di lavoro che ha frequentato il **corso online di referente covid** organizzato dall'APSS, è tenuto alla frequenza di sole 2 ore per terminare l'aggiornamento.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
25/03/2021	14.00-16.00	ONLINE

Quota di partecipazione: € 40,00 + IVA - Quota associati: € 30,00 + IVA

Colui che frequenta il corso può essere un responsabile interno, ossia obbligatoriamente il datore di lavoro o un delegato con potere di spesa. Ricordiamo che nel caso in cui il corso base è stato effettuato prima del 01/01/1997 è necessario frequentarlo nuovamente poiché è stato modificato il Decreto di riferimento.



ANTINCENDIO

DESTINATARI: Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

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

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

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, secondo il livello di rischio le aziende in:

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

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

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
26/04/2021	09.00-13.00	ONLINE

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



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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA		
26/04/2021	09.00-13.00	ONLINE
PARTE PRATICA A MAGGIO		

Quota di partecipazione: € 140,00 + IVA - Quota associati: € 120,00 + IVA

PREPOSTI

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

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



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

Aggiornamento quinquennale.

FORMAZIONE PARTICOLARE PER PREPOSTI (8 ore)

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
PRIMA EDIZIONE		
20/04/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	ONLINE

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

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER PREPOSTI (6 ore)

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

PRIMAVERA	ORARIO	SEDE
PRIMA EDIZIONE		
20/04/2021	09.00-13.00 14.00-16.00	ONLINE

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

PRIMO SOCCORSO

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

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA		
23/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
24/03/2021	14.00-18.00	
PARTE PRATICA A GIUGNO		
Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA		

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



LAVORATORI/LAVORATRICI

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

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

BASSO: Formazione base 4 ore + specifica 4 ore: Commercio - Bar, ristoranti, alberghi - Servizi - Terziario. Aggiornamento quinquennale.

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
30/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
31/03/2021	14.00-16.00	
21/04/2021	09.00-13.00	ONLINE
22/04/2021	09.00-11.00	

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
30/03/2021	14.00-18.00	ONLINE
31/03/2021		
21/04/2021	09.00-13.00	ONLINE
22/04/2021		

Quota di 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);

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

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



Ente Bilaterale
Turismo del Trentino

Per un territorio bello fuori qualificato dentro

Foto di Armin Huber

Primavera 2021 

70 percorsi di formazione **gratuiti***

TRENTO

- Allergie e intolleranze nel piatto - Cibi tradizionali e cibi innovati
- Booking trattenersi quel 15% in più
- Caffetteria, latte art e coffee drink
- Come realizzare una carta dei vini vincente
- Competitività territoriale, fai la differenza per il tuo cliente
- Coraggiosi nell' essere diversi: un'opportunità al tempo del Covid-19
- Effetto Green tra innovazione e marketing sostenibili
- Erbe, radici e piante officinali
- Gestione e comunicazione con il cliente straniero
- Gestione e creazione dei contenuti per la promozione dell'attività
- Housekeeping base
- Housekeeping Management Avanzato
- Risaltare i punti di forza e i punti deboli nella ricerca del lavoro
- Il CCNL del Turismo e la lettura della propria busta paga
- Il colloquio di lavoro e l'importanza della netiquette
- Il massaggio olistico - base
- Il massaggio olistico (corso avanzato)
- Il Trentino: ambiente, storia, cultura e prodotti
- Individuare e valorizzare le competenze dei collaboratori
- La gestione del reparto sala/bar: magazzino, pricing, menù
- La psicologia del cliente
- Marketing con un budget piccolo e comunicazione attiva
- Mi presento: Curriculum vitae e web reputation
- Pianificare la propria crescita professionale
- Public Speaking
- Riflessologia: l'importanza degli archi plantari nel piede e nell'organismo
- Sintonizzarsi col cliente la comunicazione emozionale e assertiva
- Social Academy Strategie di interior design per riqualificare l'albergo
- Sviluppo competenze manageriali e analisi della customer satisfaction
- Tour didattico tra valli e prodotti del Trentino
- Utilizzo strategico sei social media

ROVERETO

- I Dolci da viaggio
- Il gelato artigianale nella tradizione Italiana
- Il lato positivo dello stress
- Il Pane nel mondo della ristorazione
- Migliorare le performance dei gruppi di lavoro
- Mondo digitale e strategie di comunicazione per accrescere il business
- Vallagarina: tra gusto e cultura

BESENELLO

- Pesce e frutti di mare in cucina

CALLIANO

- La pizza napoletana Patrimonio dell'umanità - UNESCO
- Mountain Mixology - Dalle Alpi allo shaker cocktails del Trentino

CAVALESE

- La cottura a bassa temperatura delle carni

CLES

- Come adeguarsi ai cambiamenti del mercato turistico
- Golosi primi e secondi piatti della tradizione

COMANO TERME

- Vasocottura - verdure e frutta conservate

FAI DELLA PAGANELLA

- Il Turismo sostenibile
- Secondi piatti e dessert

PERGINE VALSUGANA

- OPEN BAR: percorso completo per la preparazione del barman

PINZOLO

- Prima di tutto...La Reception

POZZA DI FASSA

- Green Housekeeping
- Il Catering: organizzazione e preparazione

PREDAZZO

- Coraggiosi nell' essere diversi: un'opportunità al tempo del Covid-19
- Marketing con un budget piccolo e comunicazione attiva

RIVA DEL GARDA

- Booking: trattenersi quel 15% in più
- Controllo di gestione: misurare e valutare le performance dell'Hotel

VERMIGLIO

- Pasta, riso, zuppe, minestre e vellutate

ON LINE IN VIDEOCONFERENZA

- Anticipare e velocizzare la soluzione dei problemi
- Coraggiosi nell' essere diversi: un'opportunità al tempo del Covid-19
- Il potere della comunicazione empatica
- Il rilancio delle strutture ricettive ai tempi del Covid-19
- Imprese di Famiglia: opportunità e criticità
- Imprese di Famiglia: relazioni, ruoli e responsabilità
- Inglese turistico (livello base)
- Inglese turistico (livello intermedio)
- Le soft skill per rafforzare il proprio ruolo professionale
- L'Italiano per lavorare nel settore del turismo
- Marketing con un budget piccolo e comunicazione attiva
- Marketing per i campeggi
- Menù Tales: raccontare di sé attraverso le pietanze

I corsi programmati in aula verranno effettuati solamente se le normative e le disposizioni anti COVID-19 lo permetteranno. In caso contrario si cercherà di convertirli e adattarli in modalità on line

Per maggiori informazioni ritira questo libretto da:
sede Ebt, sindacati, associazioni datoriali, centri per l'impiego
oppure visita il nostro sito: www.ebt-trentino.it

*I corsi sono **GRATUITI** e rivolti a chi opera in qualità di dipendente, collaboratore familiare, titolare o socio di aziende del settore turistico della provincia di Trento la cui azienda risulti in regola con i versamenti al nostro ente.

Se lavori nel **TURISMO** al centro delle nostre attenzioni ci sei **TU**

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



Famiglia e azienda: squadra di successo o società di sacrifici?

Uno dei principali punti di forza del turismo trentino è che le famiglie imprenditrici gestiscono le loro aziende con il massimo impegno. Tuttavia, le imprese familiari possono sviluppare le loro potenzialità solo se vengono osservate consapevolmente sia le regole dell'impresa che quelle della famiglia.

I vantaggi oggettivi - lavorare insieme in azienda su obiettivi comuni per e con i propri eredi/ figli - portano alla conclusione che non può esserci nulla di più armonioso, di più desiderabile e di più promettente di un'azienda familiare. Nella pratica, però, emerge spesso una realtà diversa: non un team di successo, bensì una comunità di convenienza fatta di familiari a carico che si rendono difficile la vita reciprocamente per cercare di soddisfare le aspettative degli ospiti. Il fatto che ciò riesca, spesso nonostante l'elevato potenziale di conflitto all'interno della famiglia, è un vero capolavoro.

Quanta familiarità può sostenere l'azienda?

Nelle imprese familiari esiste un accoppiamento strutturale di due sistemi: il sistema familiare e il sistema aziendale. Questo accoppiamento è considerato «normale», sebbene i due sistemi entrino in collisione con punti di vista, compiti e valori molto diversi:

- la responsabilità principale della **famiglia** è il progresso e lo sviluppo dei figli e le relazioni reciproche;
- il compito principale delle **aziende** è la creazione di prodotti o di servizi orientata al profitto, al fine di soddisfare le esigenze di determinati clienti.

Ciò che è considerato «normale» si presenta come una situazione complessa che è o può, spesso, essere generatrice problemi.

🕒 1' e 45"

👤 Alois Kronbichler
e David Raccanello

Aziende ricettive familiari alla «prova del fuoco»: i blocchi interni impediscono loro di svilupparsi con forza



Accoglienza alla reception



Alois Kronbichler di Kohl & Partner

Vantaggi e svantaggi delle imprese familiari

Le imprese familiari hanno i seguenti **vantaggi** rispetto alle imprese gestite esternamente:

- i membri della famiglia sono motivati a lavorare da soli (le responsabilità sono condivise);
- la possibilità di collaborazione tra i membri della famiglia di diverse generazioni:
 - i bambini «crescono» lentamente in azienda ed i membri più anziani della famiglia «escono» lentamente;
 - il ruolo professionale dei genitori è quasi sempre raggiungibile anche dai figli (perché i genitori sono presenti fisicamente anche in età matura);
 - le imprese vengono create o sviluppate ulteriormente dai coniugi/membri della famiglia: tutti sono orgogliosi di ciò che è stato raggiunto insieme;
- le imprese familiari sono, per le donne, delle buone opportunità di svilupparsi come manager.

Questi vantaggi sono compensati dai seguenti svantaggi e problemi nelle imprese familiari:

- spesso l'azienda non è vista come un'azienda, ma come un'eredità, come il lavoro di una vita. Questo si traduce spesso in un problema al momento del passaggio delle consegne: non è solo un'azienda che viene trasferita, ma anche la tua identità e molto orgoglio;
- governance aziendale egocentrica:
 - vengono fatte cose che la famiglia pensa siano giuste: spesso il punto di vista del mercato non viene preso in considerazione sufficientemente;
 - il gusto personale è spesso più importante di ciò che il mercato richiede;
- la struttura gestionale non viene definita chiaramente ed è, quindi, difficile da comunicare: ecco perché le aziende familiari sono spesso un problema per i collaboratori;
- lo stipendio dei familiari si basa sulle possibilità economiche aziendali e non sulla performance;



David Raccanello di Kohl & Partner

- mancano la volontà e il tempo per discussioni/incontri consapevoli e necessari;
- i membri della famiglia (in particolare i bambini) devono imparare fin da subito che devono mettere i propri interessi personali dietro quelli dell'azienda;
- per molte famiglie imprenditrici, la vita familiare si svolge su un «palcoscenico» (di fronte all'ospite), dove non possono essere mostrati sentimenti negativi;
- troppo poco tempo consapevole per la famiglia e la socialità: troppa azienda e troppa poca famiglia, la socialità degrada a pura amministrazione aziendale.

Cinque suggerimenti per rafforzare le imprese familiari

1. **Ogni anno un ritiro strategico familiare:** elaborazione di obiettivi comuni, un giorno non in azienda, eventualmente con moderatore esterno.
2. **Concordare per iscritto le «regole del gioco»:** regole per lavorare e stare insieme in azienda e in famiglia.
3. **Creare «camere stagne» tra azienda e famiglia:** creare e curare spazi e tempi per il sistema azienda e per il sistema famiglia (ad esempio, a tavola non si parla dell'azienda).
4. **Controllare il tono della voce:** spesso i collaboratori sono trattati in modo più educato rispetto ai membri della famiglia.
5. **Costruire una struttura professionale:** guardare l'azienda con gli occhi dell'imprenditore e non come un'eredità.

Trentino Vite e Vino. Storia Arte e Cultura

🕒 2' e 15'

👤 Gianfranco Betta



Mariano Giordani

TRENTINO VITE E
VINO. STORIA ARTE E
CULTURA

Editore Curcu
Genovese, 2020
pp. 192 - 25 euro

Leggere il prodotto vino dal suo affacciarsi alla piena affermazione in una terra vocata come il Trentino attraverso le arti figurative. Un excursus dai Reti ai nostri giorni interpretato dall'autore con leggerezza e competenza. Sono numerosi i segni che la coltura, ma meglio sarebbe cultura, del vino ha lasciato dietro di sé in questo territorio. Alcuni più conosciuti, altri meno noti, che il lettore scopre pagina dopo pagina. Sempre tenendo come guida di fondo la vite e il vino. Vale a dire tratteggiando in una piacevole sintesi, che presuppone l'aver compulsato accuratamente il

meglio degli studi scientifici sull'argomento, i mutamenti che nel corso dei secoli hanno interessato i sistemi di coltivazione, le varietà piantate, i mercati di sbocco e di riferimento, le caratteristiche del vino prodotto. Tutte informazioni dalla metà '800 in poi, grazie all'opera di sensibilizzazione e alfabetizzazione in campo viticolo ed enologico compiute da **Edmund Mach**, dal 1874 e per un quarto di secolo direttore dell'Istituto Agrario di San Michele all'Adige, e dai suoi collaboratori, in primo luogo il docente di viticoltura **Karl Mader**, che contribuì all'affermarsi della pergola nelle campagne del Trentino, e alla diffusione di vitigni internazionali di qualità: dal Riesling ai vitigni bordolesi, il Merlot e i Cabernet, ai borgognoni Pinot Bianco e Chardonnay, tutte varietà già piantate nel 1875 nel campo sperimentale di San Michele. Per non citare i numerosi banchi di assaggio e concorsi enologici spesso presieduti in quegli anni dallo stesso Mach, che tra i vini premiati, accanto a Teroldego e Negrara, vedono anche il Marzemino, spesso in versione dolce, come da tradizione veneziana. Una tradizione che resisterà a Lusera fino agli anni '50 del secolo scorso con la produzione del Natalino.

Go Wine Cantine d'Italia 2021



GO WINE CANTINE
D'ITALIA 2021. GUIDA
PER L'ENOTURISTA

Ed. Go Wine,
dicembre 2020
pp. 552 - 18 euro

Il vino non è solo una bevanda. È molto altro. Sempre meno prodotto *commodity*, piuttosto prodotto *speciality* perché capace di racchiudere fatti materiali e immateriali, con vini diventati delle icone per un consumo ricercato ed esclusivo. Ma anche veicolo di emozioni ed esperienze, capace di rappresentare e raccontare storie particolari nel suo essere espressione di un territorio. E pure attrattore turistico in grado di interessare semplici curiosi, enofili ed appassionati. È dalla fine degli anni '80 che si è inco-

inciato a parlare di enoturismo, di strade del vino, di accoglienza in cantina, e l'attenzione a questo mondo nei decenni successivi è andata crescendo ininterrottamente. Tra le guide segnaliamo questa *Cantine d'Italia. Guida per l'enoturista*, presentata a Bologna in anteprima nazionale a metà marzo, il cui intento è suggerire mete di viaggio alla scoperta di cantine e produttori che meglio interpretano l'anima di un vino. Più di 700 le cantine segnalate, con un'ampia selezione di produttori trentini e oltre 1.500 indirizzi dove mangiare e dormire. La guida è edita da Go Wine, un'associazione nata vent'anni fa, che oggi conta 14 club sparsi per tutta Italia, con un'attività variegata: organizzazione di eventi, corsi di formazione, serate informative, oltre all'attività editoriale. Quest'anno di pandemia purtroppo ha rappresentato una censura anche per il turismo del vino. Consultare questa guida è una nota di speranza perché si possa tornare ad essere ancora enoturisti curiosi.



SOSTENIBILE PER NATURA
SOSTENIBILE PER SCELTA



Vieni a scoprire le offerte di energia e gas che tutelano la natura,
il risparmio e le persone con progetti solidali.



www.dolomitienergia.it

Durante questo anno di Covid-19, in Italia e in Europa, si è registrato un calo della raccolta pubblicitaria che ha accentuato la crisi dell'editoria. Una delle conseguenze di questa situazione, legata anche allo stop dei viaggi vacanza, è stata la significativa diminuzione da parte dei media delle pagine e sezioni dedicate al turismo. In alcuni casi, addirittura, alcune storiche riviste di turismo sono state costrette alla chiusura, così come è avvenuto in Polonia e Inghilterra.

Di fronte a questo scenario, Trentino Marketing ha dovuto modificare gli ormai collaudati rapporti di PR con le redazioni e i giornalisti che si occupano di turismo e viaggi, mettendo a punto per il Trentino una diversa strategia di comunicazione. Ma con quali risultati?

Per rispondere a questa domanda ci siamo rivolti a **Paola Pancher**, responsabile Media PR & Adv di Trentino Marketing.

«La crisi innescata dal Covid-19 - ha evidenziato - ha prodotto una contrazione delle tematiche turistiche sulle pagine, le rubriche e le trasmissioni televisive e radiofoniche dei media. Una circostanza, questa, che si è verificata, a livello internazionale e a diversi livelli, in tutti i nostri mercati di riferimento. Molte redazioni hanno cercato di reagire al meglio a questa situazione, e in molti casi i giornalisti non potendo realizzare reportage turistici all'estero, si sono concentrati sul turismo interno. Sono state create, inoltre, nuove rubriche, spingendo molto sul digitale, dove si è registrata, peraltro, un'importante crescita degli abbonamenti online».

■ E questo nuovo scenario ha richiesto di adattare le vostre strategie di PR Media.

«Esatto: i giornalisti hanno sempre raccontato il Trentino sulla base soprattutto delle esperienze dirette che hanno potuto fare nel nostro territorio e delle occasioni d'incontro e d'approfondimento che abbiamo creato per loro con diversi eventi in presenza. Con il Covid tutto è cambiato e abbiamo dovuto trovare nuove modalità e contenuti coerenti con la situazione di crisi».



Show cooking con lo chef stellato Peter Brunel

■ Ovvero?

«Abbiamo seguito una strategia di comunicazione che si basa su quattro parole chiave: attenzione alle relazioni, creatività, flessibilità e sartorialità. Innanzitutto abbiamo intensificato i contatti con le singole redazioni e i giornalisti freelance, facendo anche una semplice telefonata per chiedere come andasse, ottenendo sempre un riscontro positivo. In assenza di viaggi stampa dall'estero, abbiamo poi concentrato le attività di PR su eventi online rivolti a gruppi selezionati di giornalisti, ma anche con videoincontri *one-to-one*, con l'obiettivo principale di rimanere sempre presenti sul panorama nazionale e internazionale, in attesa che si possa ritornare a viaggiare. Abbiamo, poi, creato contenuti ad hoc per i filoni principali del "turismo virtuale da casa", della "vacanza in sicurezza", trattando i temi del benessere nella natura, gli spazi aperti, il naturale distanziamento sociale possibile in Trentino».

■ Un esempio d'incontro online?

«Abbiamo organizzato, per esempio, delle degustazioni di prodotti tipici del Trentino, spedendoli prima a casa dei giornalisti, per poi degustarli e discuterne insieme in diretta online, sviluppando poi altre tematiche legate alla nostra proposta turistica. Siamo riusciti, così, a stimolare l'uscita di diversi articoli, sui rispettivi



Le quattro parole chiave delle PR media in tempo di Covid-19

Calo della pubblicità, crisi dell'editoria, riduzione delle pagine dedicate al turismo da parte dei media, hanno richiesto una nuova strategia comunicativa del Trentino

🕒 5' e 35"

👤 Rosario Fichera

media nazionali e internazionali, ottenendo una buona visibilità. Proprio in questi giorni abbiamo organizzato, per la stampa estera, uno show-cooking con protagonista lo chef stellato **Peter Brunel** che ha reinterpretato una ricetta tipicamente italiana (la pasta all'arrabbiata), utilizzando esclusivamente prodotti trentini. L'evento ci ha permesso di valorizzare le caratteristiche del nostro Trentino non solo in termini di prodotti enogastronomici ma anche di ambiente, biodiversità, accoglienza, outdoor. La risposta degli oltre trenta giornalisti, in collegamento da diversi paesi europei, è stata molto positiva».

■ Avete adottato le medesime azioni per i diversi mercati di riferimento?

«No, da sempre crediamo molto nel lavoro "sartoriale", cioè ritagliato su misura. Nelle nostre attività di PR non c'è nulla di standardizzato e ogni volta agiamo secondo le logiche del rispettivo mercato di riferimento, facendo attenzione alle reali necessità dei giornalisti. Da un lato, quindi, abbiamo attivato un'attentissima azione di monitoraggio del mondo media, che continua tutt'ora, dall'altra ci siamo adeguati alle nuove e specifiche esigenze e ai cambiamenti in atto nel mondo dell'editoria».

■ La scorsa estate, con l'allentamento della pandemia siete riusciti a fare venire in Trentino alcuni giornalisti anche dall'estero?

«Sì, ottenendo anche un bel riscontro, recuperando la promozione della primavera con diversi servizi e programmi televisivi su importanti reti nazionali tedesche, polacche, ceche e olandesi; alcuni dei quali già pubblicati o andati in onda. Questa azione dovrebbe permetterci, inoltre, di comunicare sulla stampa periodica anche la prossima stagione estiva, su cui stiamo lavorando».

■ Volendo, quindi, fare un bilancio complessivo?

«Considerata la crisi dell'editoria, con il ridimensionamento e addirittura la chiusura di alcune storiche riviste di turismo, durante questo anno di pandemia si è riusciti per il Trentino ad ottenere una buona visibilità. Risultati che contiamo di ripetere anche per la prossima estate, per la quale abbiamo già preparato tutta una serie di contenuti e di nuove iniziative».

Dubbi Quotidiani Marzo 2021

42

■ È obbligatorio inserire la partita Iva nel sito web che pubblicizza l'hotel?

«Dal 2001 tutti i soggetti titolari di partita Iva, che hanno un sito web relativo all'attività esercitata, sono tenuti ad indicare il numero di partita Iva sulla home page di tale sito. La norma dispone, infatti, che l'Agenzia delle Entrate attribuisca al richiedente un numero di partita Iva, il quale deve essere indicato nelle dichiarazioni, nella home-page dell'eventuale sito web e in ogni altro documento ove richiesto. La mancata esposizione del numero di partita Iva sul sito è perseguibile con una sanzione amministrativa variabile da 258,23 a 2.065,83 euro, poiché trattasi di violazione agli obblighi di comunicazione prescritti da legge tributaria. Va da sé che se il soggetto interessato ha più siti web per pubblicizzare la propria attività o per vendere i propri prodotti/servizi, il numero va riportato su ciascuno di essi».

■ Come ci si deve comportare nel caso di richieste di prenotazioni di amici (non stabilmente conviventi) che desiderano alloggiare nella medesima camera? È possibile accettare simili prenotazioni? Quali precauzioni sono necessarie?

«Attualmente non vi è il divieto di far pernottare due ospiti non conviventi nella stessa camera, purché vengano adottate le misure di sicurezza. Se i soggetti non sono conviventi, l'organizzazione delle camere

dovrà consentire il rispetto della distanza interpersonale in particolare garantendo la distanza di sicurezza tra i letti; i letti e la relativa biancheria in dotazione alla camera e bagno dovranno essere ad uso singolo. Nella sala ristorante o nell'utilizzo dei servizi accessori, il concetto di frequentazione abituale è, invece, stato abolito. Pertanto le persone che non sono conviventi sono soggette sempre a distanziamento (ad esempio, al tavolo dovranno mangiare separati e non più di quattro persone per tavolo)».

■ Ai fini di poter godere degli strumenti messi a disposizione dalla Provincia di Trento, cosa si intende per «impresa femminile»?

«La Provincia promuove e sostiene le piccole imprese di nuova costituzione a partecipazione femminile o giovanile, che inizino l'esercizio della propria impresa anche mediante rilevamento di attività preesistente. Si considerano imprese di nuova costituzione quelle costituite alla data di presentazione della domanda, da un periodo di tempo massimo non superiore a dodici mesi. Inoltre, si considerano imprese a partecipazione femminile le imprese individuali di donne o le società di proprietà per almeno il 51% di donne e in cui le donne rappresentano la maggioranza all'interno degli organi di amministrazione».



Forza dalla Natura.

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



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

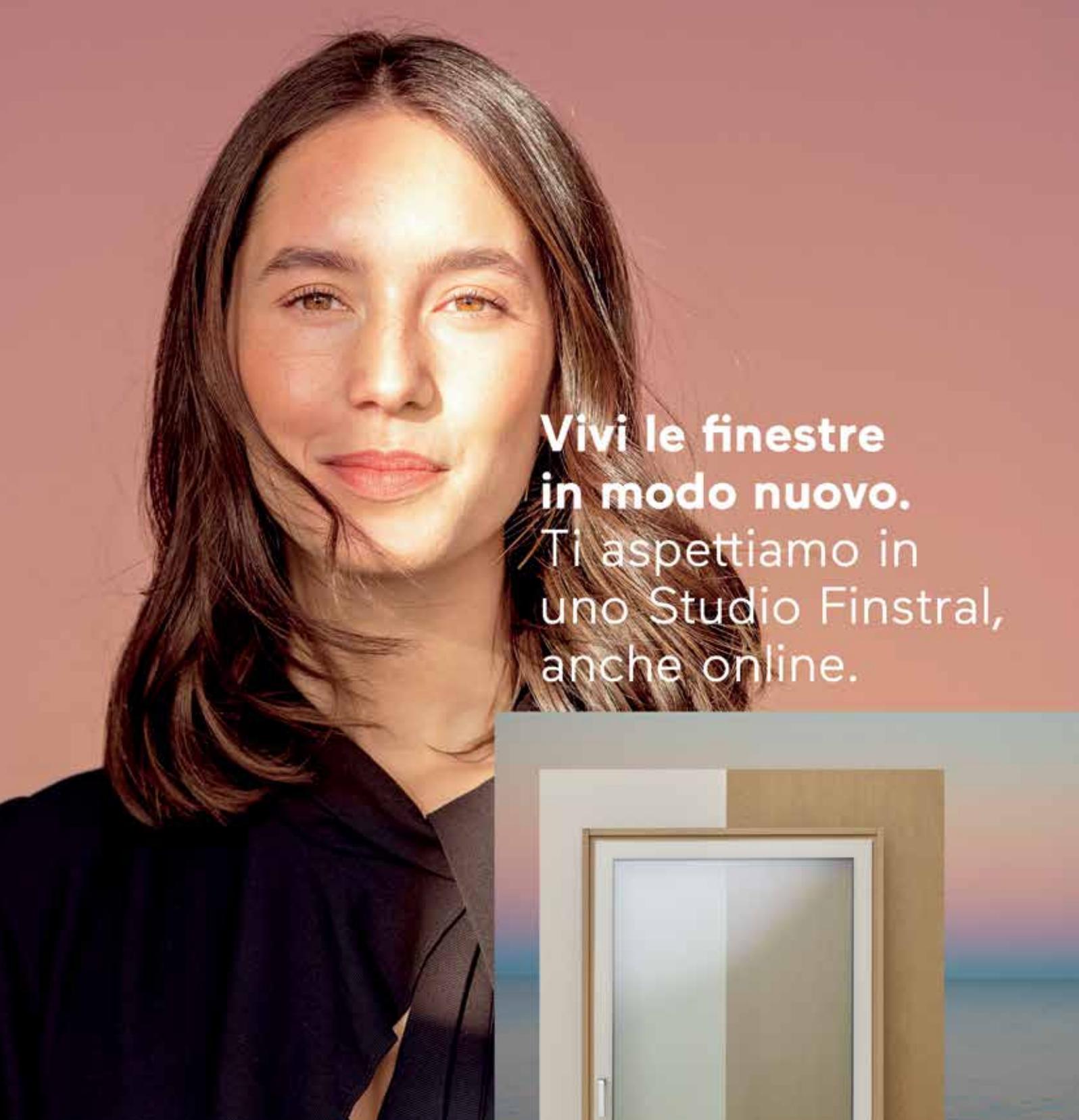
Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO
Tel. 0461.923666 (interno 4) | Fax 0461.923077
cape@asat.it | www.capenergia.it

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



cape 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI



**Vivi le finestre
in modo nuovo.**
Ti aspettiamo in
uno Studio Finstral,
anche online.

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

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



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

 **FINSTRAL**