

MAGAZINE

03.2024

Anno LII

PROGETTO LEGALITÀ: IN RETE PER LA SICUREZZA

L'Asat incontra l'ex questore
Alberto Francini

CORSO DI MARKETING PER L'IMPRESA ALBERGHIERA

Prosegue la sinergia tra Asat
e Università di Trento

IL TURISMO SI RACCONTA NEL TEMPO DI UN CAFFÈ

Disponibili le videointerviste
a cura di Federalberghi

LE VENDITE ONLINE IN TRENTINO VALGONO 45 MILIONI

Presentati i dati dell'Osservatorio
e-commerce

SERVIZI DI CONSULENZA: GLI AIUTI DELLA PROVINCIA

Da febbraio la presentazione
delle domande

ELIMINAZIONE DELLE BARRIERE ARCHITETTONICHE

Detrazioni in vigore fino al 2025
con novità e conferme



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



GAGGIA
MILANO

LA COLAZIONE A CINQUE STELLE

Fai risplendere i momenti della tua giornata
e assapora bevande che uniscono la freschezza del caffè in grani
alla cremosità del latte fresco.





Sommario

-  4 Turismo trentino: le sfide di oggi per vincere domani
-  8 Il futuro dell'economia trentina: un dialogo tra imprenditori e istituzioni
- 10 Ebnt: formazione certificata per qualificare le figure professionali
- 12 Asat rafforza la partnership con l'Università di Trento
- 14 Presentato all'Asat il nuovo «Progetto legalità»
- 16 Il *whistleblowing* e la denuncia degli illeciti
- 18 Ad aprile ripartono gli incontri territoriali per i rifugisti
- 20 Le vendite online in Trentino valgono 45 milioni di euro, più 14% sul 2022
- 22 Smart working & hotel design
-  24 Il turismo si racconta nel tempo di un caffè
- 25 Recensioni online: Federalberghi incontra il Ministro del turismo
-  26 Premio Colombo a Christian Greco
-  28 La formazione di Cat Turismo
-  32 Vendite alla reception: consigli e suggerimenti
-  34 Val di Peio, memorie di montagna
-  36 Nuovi poli economici e nevicate inaspettate
-  38 L'energia della primavera, la bella stagione del Trentino
-  42 Gli aiuti della Provincia di Trento sugli investimenti per i servizi di consulenza
- 44 Eliminazione delle barriere architettoniche
- 46 Dubbi di Marzo

03.2024

Anno LII

Chiusura editoriale:
8 marzo 2024

In copertina:
foto pixabay.com

Registrazione Tribunale di Trento no 163 R.S. del 17/11/1971 Roc n.5504 del 21/07/1998
 Direzione, Redazione, Amministrazione: Via Degasperis, 77 - 38123 TRENTO -
 Tel. 0461.923686 - asat@asat.it
 Direttore Responsabile: Andrea Rudari
 Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Fabia Sartori, Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza, Giovanna Tasin, Arianna Bertagnoli
 Abbonamento annuo: € 40,00
 Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento,
 Via Degasperis, 77 - 38123 TRENTO
 Grafica e pubblicità: OGP OGP srl - Agenzia di Pubblicità
 Via dell'Ora del Garda, 61 - Tel. 0461.1823300 - info.ogp@ogp.it - www.ogp.it
 Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS



Il confronto come metodo per crescere

Davide Cardella 

Nei mesi di gennaio e febbraio, nell'arco di poco meno di tre settimane, il Coordinamento provinciale imprenditori (Cpi) e la Giunta provinciale si sono incontrati per due volte in seduta plenaria. Nelle pagine interne di questo numero diamo conto dei contenuti dei due incontri durante i quali sono stati trattati molteplici argomenti che hanno spaziato dall'autonomia al cambiamento climatico, dalla denatalità all'innovazione.

Nel primo appuntamento sono state evidenziate dal mondo economico le sfide ritenute cruciali per il nostro territorio, così come erano state sintetizzate nel documento intitolato «Un Trentino moderno, sostenibile e attrattivo» realizzato dal Coordinamento provinciale imprenditori in occasione delle ultime elezioni. Nel secondo, invece, il presidente **Maurizio Fugatti** ed i singoli assessori hanno fornito una prima risposta alle sollecitazioni delle associazioni di categoria, anticipando alcune delle progettualità e delle iniziative legislative che vedranno la luce nei prossimi mesi.

Al di là dei contenuti degli incontri, pur importanti, in questa sede ci preme sottolineare il valore di questi momenti di confronto, per tutti gli attori interessati. Le associazioni di categoria, infatti, rappresentando gli interessi delle imprese e di settori specifici della nostra economia, forniscono una voce autorevole ed unitaria capace di rilevare le sfide e proporre le possibili soluzioni. Il confronto diretto con la Giunta provinciale consente loro di trasmettere le esigenze e le preoccupazioni delle aziende e degli imprenditori, contribuendo così alla creazione di politiche e regolamenti più adatti ai vari contesti. La Giunta provinciale, dall'altro lato, in quanto soggetto responsabile della pianificazione e dell'attuazione delle politiche pubbliche a livello locale, attraverso il confronto con le associazioni di categoria può acquisire una visione più chiara delle esigenze e delle priorità dei diversi settori.

Grazie alla specificità e alle peculiarità della nostra autonomia questa collaborazione può e deve portare a investimenti pubblici strategici, a incentivi fiscali mirati e a una semplificazione delle procedure burocratiche, favorendo in tal modo la crescita economica e la creazione di posti di lavoro. Come Associazione guardiamo assolutamente con favore ed ottimismo a questo metodo di lavoro che auspichiamo non sia solo limitato a momenti formali di confronto ma consenta di poter entrare nel merito e nel dettaglio delle strategie e dei singoli provvedimenti che saranno adottati nel corso dell'attuale legislatura.



Turismo trentino: le sfide di oggi per vincere domani

Il presidente Battaiola delinea le tematiche importanti nell'immediato e a lungo termine

5' e 00"
Fabia Sartori

Il futuro del turismo trentino si «gioca» su diversi temi: sostenibilità e controllo dei flussi turistici per limitare il fenomeno di overtourism, utilizzo delle nuove tecnologie e produttività delle imprese, disponibilità e qualità dei professionisti impiegati nel settore, destagionalizzazione e formazione professionale alberghiera. Temi su cui riflettere. Ma soprattutto da affrontare nell'immediato, con visione lungimirante, perché il futuro del turismo è già oggi. A dirlo è il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**: «In questo inizio di 2024 - dice - non affronterei temi prioritari per l'anno in corso. Nel senso che, quelle attuali, sono tutte tematiche che devono essere trattate a lungo termine».

Il «presente» vede una situazione positiva. «Usciamo da un momento pandemico che ha trasformato il mondo del turismo - dichiara Battaiola - ed ora che il turismo è "ripartito" in modo importante con un'ottima stagione estiva e una buonissima stagione invernale, per ora (l'intervista risale al 22 febbraio, ndr), incominciamo ad avere dei numeri che ritornano stabili in termini di presenze ed arrivi». Il turismo e tutti i suoi attori, quindi, si interrogano su come migliorare l'esperienza del turista che arriva sul territorio trentino e su come migliorare le performance, non solo economiche, delle strutture alberghiere. In tal senso, il presidente Battaiola affronta e descrive le principali sfide e questioni da affrontare.

In alto: Giovanni Battaiola

A destra: il lago di Levico in autunno



«Basta guardare al vicino Alto Adige - esordisce - per incontrare situazioni in cui si verificano fenomeni di anti-turismo. Ecco, sebbene in Trentino non si verificano ancora tali tipologie di accadimenti, è necessario iniziare a riflettere attentamente sulla "stagionalità". Che anche da noi ha picchi veramente altissimi in alcuni periodi. Proprio in tali "parentesi temporali" c'è il rischio che si generino fenomeni di anti-turismo. E con questo intendo sia da parte della popolazione residente, che andrebbe a non accettare la parte turistica, sia da parte degli stessi turisti che - alla ricerca di vivere un'esperienza di vacanza "territoriale" sentendosi parte del territorio - non troverebbero l'offerta trentina in linea con le proprie aspettative».

In seconda battuta, Battaiola affronta la stabilizzazione dei professionisti all'interno del settore turismo. «Per mantenere - spiega - vive le nostre aziende ed al fine di poter offrire livelli di qualità ottimali, che passano anche e soprattutto attraverso i lavoratori, la struttura e la garanzia di servizi sul territorio, è fondamentale spingere sulla destagionalizzazione. E questo soprattutto a livello di "turismo montano", dove non possiamo pensare che le stagioni siano "apri e chiudi". Quindi, il lavoro sulle «belle

stagioni», già in essere con la promozione attivata da Trentino Marketing, è importante per lo sviluppo di un turismo appetibile agli ospiti, certo, ma anche ai lavoratori del settore.

«Recentemente - racconta - abbiamo proposto alla Provincia di ragionare su come intervenire in tal senso. Caldeggiamo la firma di un patto da sottoscrivere tra imprese del settore, ApT (con Trentino Marketing) e Provincia. Tale intesa servirebbe a definire univocamente date di apertura e di chiusura, allungando un pochino alla volta (temporalmente parlando) le stagioni territoriali. All'interno di tale accordo, le ApT avrebbero il compito di creare prodotti nuovi, Trentino Marketing di promuoverli, con un'ottica di riguardo alle imprese, alle strutture ricettive ed ai servizi che garantiscono l'apertura. Inoltre, alla Provincia spetterebbe il pagamento degli oneri generati dal maggiore impiego in termini temporali dei lavoratori». Il tutto a beneficio di una stabilizzazione dell'economia sul nostro territorio.

A proposito dei professionisti impiegati dal settore turismo, va detto che tale tematica tocca tutto il territorio e non solamente le destina-

zioni turistiche di montagna. È un tema trasversale dal punto di vista territoriale. «In tal senso si inserisce "ad hoc" - precisa - il ragionamento legato alla formazione scolastica alberghiera. Come Associazione, il primo incontro che abbiamo chiesto una volta formata la nuova Giunta è stato proprio con l'assessore all'istruzione **Francesca Gerosa**. Non è un caso. Una riqualificazione della formazione professionale è di fondamentale importanza affinché i lavoratori rimangano stanziali. Inoltre, è necessario attirare e "conquistare" i giovani che vogliono lavorare nel turismo, far trovare loro ciò che cercano e fare in modo che "si fermino" nel settore». «A tal proposito - sottolinea - la scuola è determinante con orientamento e formazione. Ecco perché è importante investire su questo. Onestamente, fatico a capire come il settore turistico che porta il 25% del Pil tra diretto, indiretto e indotto non sia attrattivo per le "menti brillanti": il sistema economico e il sistema scolastico dovrebbero lavorare in questo senso. E non è solo una questione di stipendi, che nel post pandemia sono stati notevolmente rivisti rispetto al passato».

Battaiola, poi, riflette su quale sia il «carico turistico» che il nostro territorio è in grado di sostenere. «Le Ata





- puntualizza - hanno iniziato a svolgere alcune analisi per capire quali numeri il nostro territorio può sostenere con soddisfazione dell'ospite, del residente e delle imprese». Tale osservazione apre un focus ulteriore sulla sostenibilità ambientale. «Va fatto qualche passo avanti per certificare il nostro impegno e certificarlo all'esterno delle nostre strutture, verso l'ospite. È un atto dovuto, non possiamo più aspettare». In tale contesto non si può trascurare una considerazione sul cambiamento climatico. «Una volta compresi quali sono i numeri sostenibili - dice - sarà possibile comprendere quali scelte è meglio fare per le stagioni invernali. Anche se sono fermamente convinto che lo sci non sia facilmente sostituibile, nemmeno nel lungo termine. Sostituire l'attrattività dello sci è sicuramente difficile in termini di benefici apportati all'economia e al welfare trentini».

Il presente, inoltre, ci porta a prendere in analisi fin da subito il tema legato alle tecnologie e all'intelligenza artificiale (IA). «Il nostro settore - chiarisce - sempre più subirà la digitalizzazione attraverso l'IA. Già oggi le scelte dei turisti sono condizionate dal "mondo digitale". Non possiamo fermare l'IA, ma capire come sfruttarla e quali benefici trarre dalla digitalizzazione girandola a vantaggio del nostro settore. Un esempio potrebbe sicuramente essere l'impiego dell'IA nello svolgimento di attività e compiti ritenuti fastidiosi ed abitudinari per gli addetti turistici oppure nel "convincere" più turisti ad arrivare sul nostro territorio»

Battaïola si sofferma, in chiusura, sugli affitti turistici e sulle seconde case. «Non possiamo eliminare questo tipo di accoglienza turistica - dichiara - dobbiamo riuscire ad integrarla, in maniera da riuscire a gestire al meglio questo fenomeno sul territorio trentino. Non può accadere che una parte di turismo sia a sistema e una non lo sia, perché altrimenti tutti i ragionamenti del carico antropico sul territorio vanno a cadere, ad esempio. L'intento non è quello di mettere ai margini quest'altra fetta di turismo che sceglie un modo diverso di fare vacanza, bensì fare in modo che il rispetto delle regole sia il medesimo per tutti».



A destra: l'accoglienza di qualità conta sui lavoratori del settore

SULLA TUA BOLLETTA C'È SCRITTO "SERVIZIO DI MAGGIOR TUTELA"?

NON LASCIARE LA TUA BOLLETTA
AL DESTINO: SCEGLI SUBITO
IL TUO FORNITORE.

Il primo luglio finisce il Servizio di Maggior Tutela per l'energia elettrica. Se non fai una scelta, **il tuo attuale fornitore sarà sostituito da quello che ha vinto l'asta in Trentino.**

I nostri consulenti sono qui per guidarti nel passaggio e farti conoscere i vantaggi di scegliere con tranquillità il tuo fornitore locale, in Trentino, accanto a te.

PARLANE CON NOI

Vieni a trovarci al **Dolomiti Energy Point** più vicino a te

Numero Verde
800 030 030

www.dolomitienergia.it



 **Dolomiti**
energia

SEGUICI SU:



Il futuro dell'economia trentina: un dialogo tra imprenditori e istituzioni

Due gli incontri tra il Coordinamento provinciale degli imprenditori e la Giunta provinciale

4' e 10"

Davide Cardella

Nel corso di due incontri molto intensi, il Coordinamento provinciale degli imprenditori (Cpi) e la Giunta provinciale si sono confrontati per delineare, all'inizio della nuova legislatura, una visione chiara per il futuro economico e non solo della nostra provincia. I temi affrontati sono stati numerosi e diversificati, spaziando dall'autonomia al cambiamento climatico, dalla denatalità all'innovazione. Gli incontri, tenutisi rispettivamente il 29 gennaio e il 19 febbraio, hanno offerto un'opportunità preziosa per un dialogo costruttivo tra mondo dell'economia ed istituzioni.

Durante il primo appuntamento, il presidente del Cpi **Mauro Paissan** ha posto all'attenzione del presidente della Provincia **Maurizio Fugatti**, degli assessori ma anche dei numerosi dirigenti provinciali presenti, diversi temi: dall'autonomia al cambiamento climatico, dalla denatalità all'innovazione, passando per sanità, Pnrr, politiche per la casa e la natalità, fino ad argomenti più strettamente legati al settore economico e produttivo come l'accesso al credito, l'attrazione di forza lavoro qualificata, l'estensione della stagione turistica, i salari e la disponibilità degli alloggi per gli stessi lavoratori. Altri temi sono stati portati dai vertici delle singole associazioni di categoria che formano la rappresentanza delle imprese trentine.

La questione della casa è stata al centro del dibattito, con un focus sul ruolo cruciale che essa riveste nel trattenere i lavoratori sul territorio. È emersa la necessità di programmare interventi mirati anziché gestire emergenze, con un'attenzione particolare al recupero delle seconde case e alla loro integrazione nel sistema abitativo.

Per quanto concerne il settore turistico il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** ha sottolineato il buon andamento del comparto grazie alla professionalità degli imprenditori ma anche alle risorse introdotte dalla Provincia in questi anni, che hanno consentito di superare la fase emergenziale e, in un secondo momento, di investire per qualificare ulteriormente l'offerta turistica, evidenziando l'importanza che questi fondi vengano confermati anche per i prossimi anni. Si è soffermato, quindi, sul tema del cambiamento climatico che, se ovviamente preoccupa per quanto concerne i possibili impatti sulla stagione invernale, dall'altro potrebbe portare anche delle nuove opportunità per quanto riguarda la stagione estiva e le belle stagioni. Gli ultimi due punti del suo intervento hanno riguardato l'impatto sul settore turistico dell'intelligenza artificiale, della quale dobbiamo capire e valutare bene i rischi per sfruttarne tutte le potenzialità ed il tema della mobilità. Quest'ultimo, nel suo ragionamento, ha una duplice declinazione sia per quanto riguarda rendere il



A destra: il presidente della Provincia Maurizio Fugatti

Nella pagina a fianco: il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola



Trentino più accessibile sia per quello che concerne la mobilità interna sul territorio. Battaiola in chiusura del suo intervento ha fornito ulteriori stimoli, sottolineando l'importanza di promuovere l'innovazione anche nel settore turistico, di una maggiore connessione tra scuola e mondo dell'impresa, nonché l'urgente necessità di affrontare il problema della denatalità. Non è mancato un riferimento alle prossime Olimpiadi invernali, che interesseranno il nostro territorio nel 2026, evidenziando la necessità di accelerare sulla realizzazione delle infrastrutture per farsi trovare pronti per questo importante appuntamento.

Nel secondo incontro, i membri della Giunta provinciale hanno dato riscontro alle richieste e alle sollecitazioni emerse in quello precedente anticipando alcuni dei progetti che vedranno impegnati i rispettivi assessorati nei prossimi mesi. In apertura Fugatti ha illustrato quale è lo stato del confronto con lo Stato ed ha evidenziato quali sono le ipotesi sul tavolo che possano consentire di preservare l'autonomia della regione e delle due province e di garantire investimenti pubblici adeguati, sottolineando l'importanza di salvaguardare le risorse che consentono alla nostra autonomia di funzionare.

Gli assessori hanno invece offerto una panoramica dettagliata delle loro rispettive aree di competenza. La vicepresidente **Francesca Gerosa** ha anticipato la sua intenzione di lavorare fin da subito su un maggiore collegamento tra il mondo della scuola e quello dell'impresa. In particolare, per quanto concerne la formazione professionale, ha auspicato un maggior coinvolgimento del Cpi nel comitato di programmazione dell'lefp e una partecipazione attiva alle varie iniziative ed eventi



di orientamento. Gerosa intende, inoltre, innovare e valorizzare i percorsi delle scuole professionali attraverso una revisione della durata degli stessi per le figure più specifiche ed innovative per accrescerne competenze e conoscenze. Dall'assessore **Achille Spinelli** è emersa la volontà di contrastare la denatalità, aumentare l'occupazione femminile e promuovere l'innovazione. Nel suo intervento ha toccato inoltre i temi della sostenibilità economica (parlando di sostegno al credito e di parametri ESG), di internazionalizzazione e di produttività. L'assessore **Mario Tonina** ha illustrato i progetti per migliorare la qualità complessiva del sistema sanitario provinciale e ha parlato della necessità di qualificare il patrimonio di edilizia sanitaria e della sfida rappresentata dalla realizzazione del nuovo polo ospedaliero. L'assessore **Giulia Zanotelli** ha sottolineato l'importanza di affrontare il cambiamento climatico e gestire in modo efficiente il ciclo dei rifiuti e, per conto dell'assessore **Mattia Gottardi** assente all'incontro, ha esposto le iniziative relative alle comunità energetiche, alla pianificazione urbanistica e al contrasto allo spopolamento delle aree mon-

tane. L'assessore **Roberto Failoni** ha enfatizzato l'importanza della destagionalizzazione nel settore turistico, della necessità di lavorare sempre più in una logica intersettoriale che consenta di valorizzare maggiormente l'integrazione tra turismo, commercio e artigianato, della riqualificazione delle strutture ricettive e della volontà di predisporre un disegno di legge congiunto con gli assessori Zanotelli e Gottardi per sostenere lo sviluppo delle aree montane. In chiusura il presidente Fugatti ha accennato al Fondo per la Rigenerazione Urbana, un'iniziativa volta a promuovere infrastrutture sociali e abitative per quanto concerne studentati, senior housing e housing sociale.

I due incontri tra il Coordinamento provinciale degli imprenditori e la Giunta provinciale del Trentino hanno rappresentato un'occasione cruciale per un dialogo costruttivo e la definizione di strategie condivise per il futuro dell'economia provinciale. L'attenzione del Cpi è, ora, rivolta all'implementazione di queste proposte e al loro impatto tangibile sul tessuto economico e sociale del Trentino.

Ebnt: formazione certificata per qualificare le figure professionali

Competenze e professionalità a garanzia di occupabilità

3' e 40"

Coniugare formazione e occupabilità: è questa la giusta «ricetta», a parere del segretario generale di Uiltucs **Stefano Franzoni**, per far fronte alla difficoltà di reperimento e di «mantenimento» di lavoratori nel settore del turismo. «Questo è il principio cardine - dichiara - il Paese dispone di molti "formafici" (la formazione slegata dalla probabilità occupazionale). La formazione, invece, ha senso se è finalizzata a migliorare la professionalità esistente, difenderla nei momenti difficili, crearla come opportunità concreta per coloro che sono alla ricerca dell'inserimento lavorativo». «Oggi siamo convinti - dice - che per avere personale, oltre che numericamente adeguato, anche qualitativamente preparato, occorra agire con "anticipo". Se non si predispone un sistema che forma le persone durante i mesi di "bassa stagione", come potremo pretendere di averli all'inizio della stagione?».

Quindi, la formazione deve essere mirata, qualificata, selettiva. *Mirata*: perché deve rispondere ai reali fabbisogni delle imprese. *Qualificata*: perché deve avere contenuti basati sulle specificità aziendali e territoriali, essere erogata da soggetti collegati al sistema bilaterale, a costi competitivi e flessibile nelle modalità erogatrici compatibili con i sistemi organizzativi delle imprese, con il ricorso a docenti competenti. *Selettiva*: perché non serve produrre attestati di frequenza senza valore, ma occorre basarsi sul concetto di verifica dell'apprendimento, con un certificato riconoscibile all'interno del settore.

Da questi presupposti ed esperienze è nato il Progetto Formazione Certificata di **EBNT (Ente bilaterale nazionale del turismo)**, con l'obiettivo di dare senso concreto al concetto «formazione uguale a occupabilità». Questo percorso prevede un catalogo con quattro aree professionali e quindici percorsi formativi, oltre a focus semina-riali a carattere orizzontale.

«Tale iter - spiega Franzoni - è ispirato alla partecipazione attiva: solo attraverso un rapporto costante e costruttivo tra gli Enti bilaterali territoriali (Ebt) e le imprese del territorio è possibile individuare gli elementi fondamentali dei programmi formativi: fabbisogni professionali, contenuti specifici dei profili professionali necessari. Tale "permeabilità" avviene anche tra l'EBT e le parti sociali per consentire la riqualificazione professionale dei lavoratori in situazioni aziendali particolari, anche in relazione al ricorso al Fondo Sostegno al reddito». Tutti i percorsi formativi sono declinati per contenuti e obiettivi, in correlazione con i profili previsti nell'Atlante del lavoro.





Il «sistema competenze» EBNT si caratterizza, anche, per la flessibilità: per i singoli territori l'adesione alla convenzione con EBNT è facoltativa. Ogni EBT può valutare, sulla base delle proprie esigenze e delle caratteristiche del tessuto imprenditoriale del territorio, tale opportunità e programmare in autonomia uno o più corsi previsti dal catalogo. La pubblicazione anche sul sito di EBNT del programma dei corsi e dei docenti impiegati consente di avere una banca dati a disposizione dei candidati e riferimenti per altri EBT.

«Il catalogo formativo - precisa Franzoni - è aperto ad integrazioni dei percorsi formativi per profili professionali non contemplati. I corsi prevedono un requisito minimo di partecipazione ed il superamento di una prova finale. A disposizione degli EBT è fornita la Guida operativa per la valutazione degli allievi. A coloro che superano la prova finale, l'EBT rilascia un attestato con badge di certificazione dell'EBNT. In questo modo è possibile promuovere sul territorio nazionale la diffusione di

un'iniziativa formativa riconoscibile per le aziende, che potranno "fidarsi" del percorso formativo svolto dal candidato. Il quale potrà contare sulla "spendibilità" del proprio attestato certificato nelle aziende. Naturalmente, presupposto per garantire questo risultato, è il rispetto rigoroso dell'impostazione del "sistema": da qui, il principio della "convenzione" con EBNT».

Il «sistema competenze» si ferma a questo livello e lascia aperta alla volontà degli EBT la scelta di andare oltre. «Mi riferisco - aggiunge - all'attività di incrocio tra domanda e offerta. Si tratta di un tema politico. E per entrare in questo campo è indispensabile strutturare prima un sistema formativo adeguato. Come dire: facciamo il primo passo, quando l'avremo compiutamente realizzato, potremo dedicarci al secondo». Infine, il «sistema competenze» vuole essere anche un contributo da offrire a INAAP e Regioni per aggiornare e rimettere ordine nei profili professionali dell'Atlante del lavoro, che soffre di diverse incongruenze e di

un'eccessiva articolazione che rende difficile la corretta collocazione di molti profili. «Nelle nostre attività - dichiara Franzoni - il fattore umano è ancora determinante. Un ristorante viene scelto se il rapporto qualità/prezzo è ritenuto adeguato, e nella qualità rientra anche il servizio che il cameriere offre. In un albergo il rifacimento di una camera non è solo una questione di pulizia, e la capacità di assistere il cliente alla reception è decisiva. Le nuove esigenze turistiche (sportive, naturalistiche ecc.) che richiedono risposte adeguate». A ciò si aggiungono anche ulteriori componenti, legate al territorio, alla formula commerciale e alle loro specificità: una complessità cui spesso l'offerta formativa pubblica e privata, di natura generalista, non è in grado di rispondere. «Per tutte queste ragioni - chiosa - siamo convinti che la bilateralità possa giocare un ruolo importante. L'esperienza ultratrentennale di Ebnt dimostra che abbiamo costantemente dedicato attenzione, interventi e risorse in tal direzione».



Asat rafforza la partnership con l'Università di Trento

Attivata la seconda edizione del corso universitario di marketing per l'impresa alberghiera

1° e 40"

L'Università di Trento ha attivato il corso di "Marketing per l'impresa turistico-alberghiera" in partnership con Asat, scaturito dall'accordo quadro stipulato tra le due Istituzioni nel 2021.

In generale l'obiettivo strategico dell'accordo è formare gli studenti al fine di farli diventare validi collaboratori degli albergatori nello svolgimento dell'attività imprenditoriale. All'interno della partnership, Asat promuove i tirocini degli studenti negli hotel dei Soci, partecipa attivamente alle docenze tramite testimonianze, trasferisce conoscenze applicative di marketing e gestione alberghiera, ospita gli studenti nei propri viaggi studio GAT e alle fiere di settore (Hospitality di Riva del Garda).

Una delle azioni specifiche riguarda l'insegnamento, perciò a febbraio 2024 è stata attivata la seconda edizione del corso "Marketing per l'impresa turistico-alberghiera", alternando parti teoriche a contenuti applicativi, curate da tecnici e imprenditori Asat.

Nelle sezioni teoriche gli studenti approfondiranno temi come la struttura delle aziende alberghiere, le leve del marketing (prodotto, prezzo, distribuzione, comunicazione), le decisioni strategiche di posizionamento e la sostenibilità in hotel.



Durante le numerose docenze e testimonianze imprenditoriali gli studenti acquisiranno competenze applicative, provenienti dai progetti pluriennali ideati e sviluppati nel corso degli anni da Asat a supporto delle decisioni di marketing strategico. Nel dettaglio, Asat fornirà il proprio contributo in merito alle normative alberghiere, alle alleanze strategiche tra operatori, agli strumenti per determinare e gestire il pricing, alle dinamiche di vendita delle OTA (quali ad es. *Booking.com*), evidenziando l'importanza delle recensioni on line e della web reputation, al fine di attrarre nuovi clienti.

Al termine dell'esposizione del programma del corso, effettuata da **Federica Buffa** professore associato di economia e Business Management dell'Università di Trento unitamente a **Monica Basile** responsabile dell'ufficio Marketing e ricerche Asat e referente del progetto, si è aperto con gli studenti un dialogo al fine di approfondire le loro attese.

Dalla discussione costruttiva, è emerso che i venti studenti partecipanti hanno scelto volontariamente di iscriversi al corso di marketing poiché la metà di loro ha già lavorato nel settore del turismo - nei ruoli di Front Office, sala, cucina, - ed alcuni di loro sono figli di gestori di B&B. Gli studenti provengono soprattutto dal Dipartimento di Economia e management e da Lingue e mediazione linguistica per le imprese turistiche e hanno espresso il vivo interesse ad approfondire le tematiche teorico-pratiche esposte.

TU NEL TURISMO



Oltre 70 corsi **GRATUITI**
per fare un salto di qualità
nel settore del turismo!

Per saperne di più ritira il nostro opuscolo da:
sede Ebt, sindacati, associazioni datoriali,
centri per l'impiego oppure scansiona il QR code
e visita il nostro sito.



Ente Bilaterale
Turismo del Trentino



www.ebt-trentino.it

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

Presentato all'Asat il nuovo «Progetto legalità»

Un'iniziativa per la sicurezza della comunità e per prevenire qualsiasi forma di illecito



3' e 50"

Laura Licati

Nel mese scorso **Alberto Francini**, già questore di Trento, e l'ex Ispettore capo di Polizia **Tommaso Bellonese** hanno avuto modo di incontrare i componenti della Giunta ed i presidenti di sezione dell'Asat, per la presentazione del «Progetto legalità», l'iniziativa sostenuta dalla Provincia e dalla Camera di commercio di Trento volta alla costituzione di una rete finalizzata a preservare la sicurezza della comunità e a prevenire qualsiasi forma di illecito. Il progetto, già presentato alle amministrazioni comunali, prime sentinelle sul territorio, è nato per fornire chiarimenti e attività di consulenza nel caso in cui un cittadino o un imprenditore individuassero possibili irregolarità da parte di soggetti o attività già presenti o che si affacciano sul territorio provinciale.

Il convegno è stato moderato dalla vicepresidente dell'Asat **Maria Emanuela Felicetti**, che ha sottolineato come «per le imprese ricettive risulta prioritario poter operare su un territorio che garantisca «la legalità»; le imprese possono essere parte attiva nel controllo e prevenzione delle infiltrazioni criminali, segnalando anomalie nella gestione di nuove attività che si presentano sul territorio provinciale. «È importante - ha aggiunto - fare rete tra noi, per individuare precocemente quei segnali che vanno analizzati e riferiti agli organi competenti. Il nostro

settore che, dopo la pandemia, vede oggi un grande sviluppo può interessare al mercato del riciclaggio di denaro. Per questo l'incontro di oggi vuole essere l'inizio di un percorso che l'Asat vuole intraprendere sulla sicurezza del nostro territorio, delle nostre aziende e famiglie».

Franchini ha evidenziato in primo luogo le nuove modalità di infiltrazione della criminalità organizzata, sempre più attratta dalla possibilità di introdursi in territori con elevate disponibilità finanziarie come il nostro. Ora vi sono diverse metodologie di infiltrazione rispetto al passato, con investimenti paragonabili a ordinarie speculazioni finanziarie e imprenditoriali. La prima necessità delle organizzazioni è riciclare il denaro attraverso attività che mettano in circolo molto capitale in contanti, come avviene nel comparto turistico, oppure nella grande distribuzio-



ne, andando ad «inquinare» l'economia sana del territorio. Ancora, quando vi sono imprese in difficoltà, o in particolare fasi di minor redditività, si possono presentare società finanziarie apparentemente di assoluto rispetto e che propongono prestiti a tassi convenienti. Sono queste le condizioni pericolose che espongono il territorio all'illegalità. Ha, poi, spiegato le azioni previste nel Progetto legalità, prima fra tutte quella di sensibilizzare le imprese sulle modalità di infiltrazione criminale ordinaria e di stampo mafioso, con l'obiettivo di accrescere la cultura antimafia nonché la raccolta delle segnalazioni su eventuali presenze sospette.

L'ex questore ha anche messo in luce i punti di forza della nostra Provincia rispetto al fenomeno criminale, tra questi l'autonomia che può fare da scudo ai fenomeni di piccola o rilevante illegalità, e il fatto che non vi siano «associazioni criminali indigene» con le quali la criminalità può facilmente fare accordi. In tal senso il territorio provinciale è avvantaggiato di trent'anni rispetto al resto del Paese. «Vi sono, tuttavia - ha chiarito - delle situazioni che rendono il Trentino più esposto, come la scarsa conoscenza del fenomeno mafioso, la diffusa buona fede nei rapporti tra cittadini che solitamente si instaurano nelle comunità montane e nei territori più periferici la ridotta visibilità. Le associazioni criminali vogliono infatti lavorare nel "silenzio", eventuale pubblicità pone l'attenzione sulle attività illegali facendole emergere».

Per questo il progetto punta a implementare a livello territoriale il tema dello «sguardo di vicinato» (*Neighborhood watching*) al fine di migliorare la sicurezza reale, e soprattutto, percepita attraverso la partecipa-

zione attiva dei cittadini e delle imprese, che sono invitati a segnalare eventuali situazioni di illegalità. C'è bisogno di una maggior interazione tra cittadini e organi di sicurezza. Questo approccio sviluppato all'estero, in particolare nei Paesi anglosassoni, non è ancora sufficientemente attivo nella nostra Provincia, anche se alcune casistiche ne mostrano l'efficacia.

Gli albergatori in sala hanno ricordato come proprio grazie alle segnalazioni partite dagli imprenditori del territorio del Primiero, allertati dalle inconsuete modalità di agire di alcuni possibili acquirenti di strutture alberghiere (disponibilità a pagare velocemente grandi somme, volontà di acquisto di più strutture all'asta), è stato possibile reprimere il fenomeno del riciclaggio che si stava instaurando nella valle. In questo caso lo stato di bisogno dei venditori non aveva favorito la selezione delle offerte. Durante la pandemia gli albergatori ricevevano mail da parte di agenzie immobiliari e società finanziarie che si proponevano per acquisire alberghi indipendentemente

dalla zona o categoria di stelle. Anche il mancato passaggio generazionale o altre fasi che prevedono cambiamenti nella dinamica aziendale, andando a toccare gli equilibri consolidati da tempo, rappresentano un rischio di infiltrazione. È tramite la raccolta di queste informazioni e l'incrocio dei report raccolti con i dati presenti nelle varie banche dati, che i coordinatori del progetto - laddove vi fossero condizioni che dimostrano l'effettiva concretezza della segnalazione - potranno farsi parte attiva nell'eventuale denuncia alle forze di polizia.

In chiusura, Francini e Bellonese hanno invitato tutti gli imprenditori nel segnalare possibili situazioni di illegalità riscontrate sul territorio, inviando una richiesta all'indirizzo di posta: prevenzione.legalita@tn.camcom.it. Vista l'importanza dei temi trattati il Coordinamento provinciale imprenditori organizzerà nella prossima primavera un convegno per proporre riflessioni sull'importanza dell'etica di impresa. Gli uffici dell'Asat sono a disposizione per ulteriori informazioni.



Foto pxhere.com

Il *whistleblowing* e la denuncia degli illeciti

Per le imprese maggiori è obbligatorio istituire un canale interno di segnalazione

2' e 10" Laura Licati 

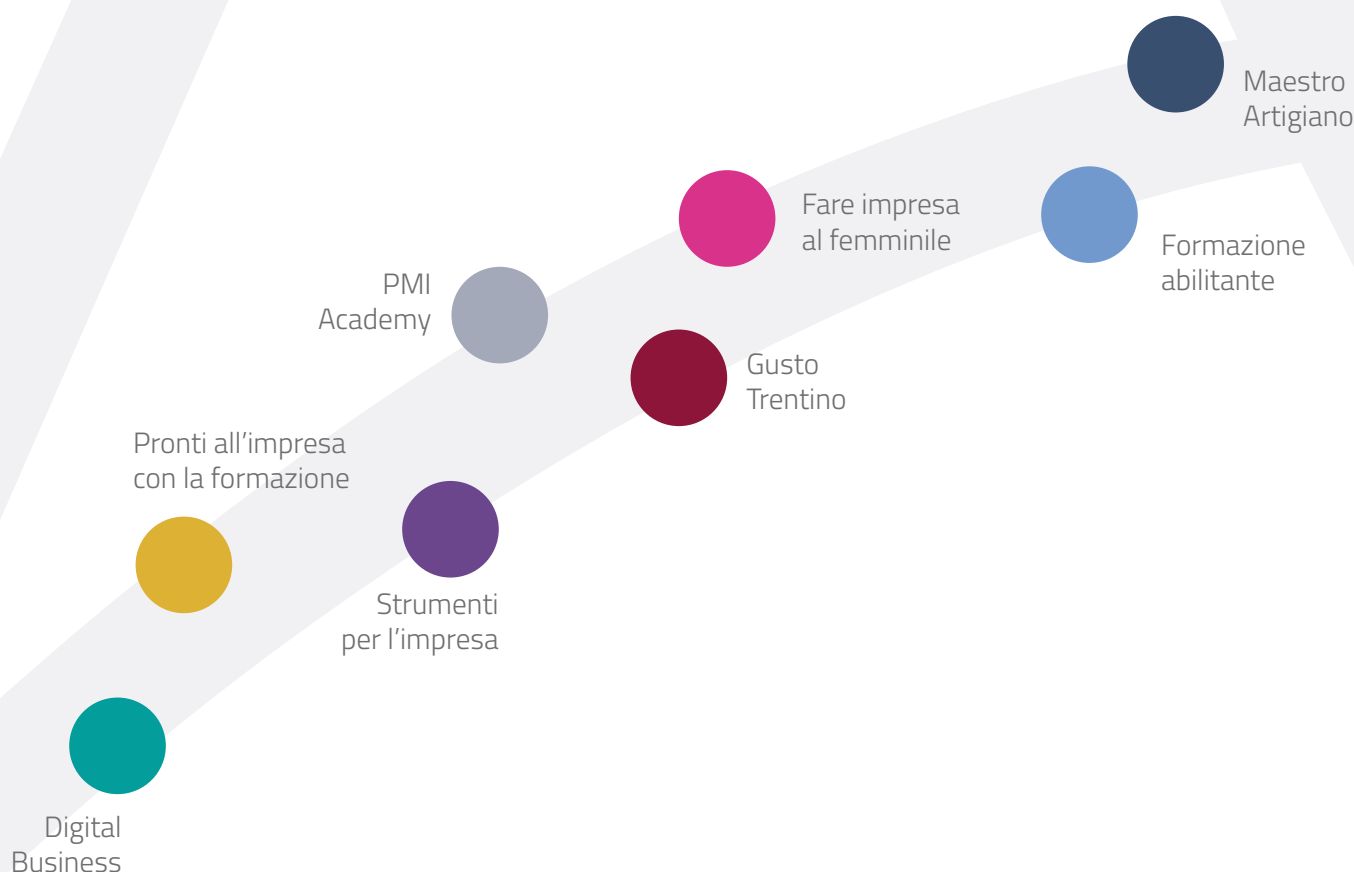
Con il decreto legislativo 10 marzo 2023 n. 24 sono state introdotte nuove regole al cosiddetto *whistleblowing*, ovvero l'obbligo di istituzione di un canale di segnalazione per la denuncia di illeciti di cui un dipendente, collaboratore o professionista vengano a conoscenza in ragione del rapporto di lavoro. I nuovi adempimenti, rilevanti anche sotto il profilo organizzativo, si applicano dal dicembre del 2023 alle imprese del settore privato che hanno impiegato, nell'ultimo anno, una media di almeno 50 lavoratori subordinati (contratti a tempo indeterminato o determinato) e alle attività che indipendentemente dal numero di lavoratori subordinati, hanno adottato modelli di organizzazione e gestione per la responsabilità amministrativa delle società e degli enti.

Le segnalazioni non possono avere carattere personale, come ad esempio rivendicazioni nei rapporti individuali di lavoro, ma devono riguardare violazioni di specifiche normative nazionali e dell'Unione Europea, e andare a ledere l'interesse pubblico o l'integrità dell'amministrazione pubblica o dell'ente privato. Le informazioni possono riguardare sia le violazioni commesse, sia quelle non ancora commesse che il whistleblower, ragionevolmente, ritiene potrebbero esserlo sulla base di elementi concreti. Ai soggetti che si espongono con segnalazioni o denunce, la norma garantisce protezione sia in termini di tutela della riservatezza ma anche in caso di ritorsioni. L'oggetto delle segnalazioni deve riguardare illeciti relativi ai seguenti settori: contratti pubblici; servizi, prodotti e mercati finanziari e prevenzione del riciclaggio e del finanziamento del terrorismo; sicurezza e conformità dei prodotti; sicurezza dei trasporti; tutela dell'ambiente; sicurezza degli alimenti e dei mangimi e salute e benessere degli animali; salute pubblica; protezione dei consumatori; tutela della vita privata e protezione dei dati personali e sicurezza delle reti e dei sistemi informativi. Non rientrano tra le informazioni sulle violazioni segnalabili o denunciabili le informazioni acquisite sulla

sola base di indiscrezioni o vociferazioni scarsamente attendibili (voci di corridoio).

Per ricevere e trattare le segnalazioni, il legislatore ha quindi disposto che siano previsti e privilegiati appositi «canali interni»; solo nel caso in cui si verifichino particolari condizioni previste dalla norma, i segnalanti possono fare ricorso al «canale esterno» attivato presso ANAC, oppure alla possibilità di effettuare una divulgazione pubblica. I canali di segnalazione interna per la raccolta e gestione delle segnalazioni devono garantire, anche tramite il ricorso a strumenti di crittografia, la riservatezza dell'identità della persona segnalante, della persona coinvolta e della persona comunque menzionata nella segnalazione, nonché del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione. Per facilitare l'utilizzo dei canali devono essere messe a disposizione informazioni chiare sulle procedure di segnalazione rendendole facilmente visibili nei luoghi di lavoro. Le gestioni delle segnalazioni che possono essere effettuate in forma scritta, anche con modalità informatiche ad esempio attraverso una piattaforma, oppure a mezzo posta, oppure orale ma con modalità specifiche, è affidata a una persona o a un ufficio interno autonomo dedicato e con personale specificamente formato per la gestione del canale di segnalazione. La gestione può essere affidata a un soggetto esterno, anch'esso autonomo e con personale specificamente formato.

Gli uffici dell'Asat sono a disposizione per ulteriori informazioni.



La formazione a servizio del territorio

Ti aspettiamo per percorrere, al tuo fianco,
un tratto di strada, quella del tuo successo.

Ad aprile ripartono gli incontri territoriali per i rifugisti

1° e 20°

Laura Licati

Lo scorso anno oltre settanta rifugi hanno partecipato attivamente ai tre incontri territoriali promossi dall'Associazione Gestori Rifugi del Trentino, che anche per quest'anno ripropone un nuovo ciclo di incontri aperto a tutti i rifugi: alpini ed escursionistici, associati e non associati. Nel prossimo mese di aprile, infatti, i rifugisti potranno confrontarsi sulle tematiche di interesse della categoria, proporre e conoscere le nuove progettualità dell'Associazione, scambiarsi buone pratiche, condividere progetti ed esperienze, ma anche far emergere le criticità legate al territorio o all'attività.

Tanti i temi che, in un dibattito propositivo, verranno trattati dalla presidente **Roberta Silva** e dal direttivo. Dai cambiamenti climatici e gli effetti sugli ambienti montani ai bandi provinciali per la realizzazione dei sistemi di accumulo dell'acqua per potenziare le riserve idriche delle strutture; fino alla gestione dei rifiuti, in particolare quelli speciali con le modalità di trasporto e di smaltimento. Ancora i corsi di aggiornamento per il «rifugista soccorritore» per supportare negli interventi il Soccorso Alpino e Speleologico Trentino; l'indagine condotta da TSM in merito al profilo, competenze e aspettative dei gestori dei rifugi del Trentino. Non in ultimo, verrà dato spazio alle possibili agevolazioni per i rifugi disposte dalla legge provinciale sui rifugi alpini e dalla legge provinciale sulle imprese e alla presentazione

dei progetti di marketing associativo volti a far conoscere il ruolo del rifugista, la sua professionalità e l'impegno sul territorio.

Riportiamo il calendario degli incontri, la partecipazione è libera e aperta a tutti i rifugisti interessati. In caso d'impossibilità nel partecipare all'incontro territoriale di riferimento per la propria struttura è possibile iscriversi agli appuntamenti di altre aree.

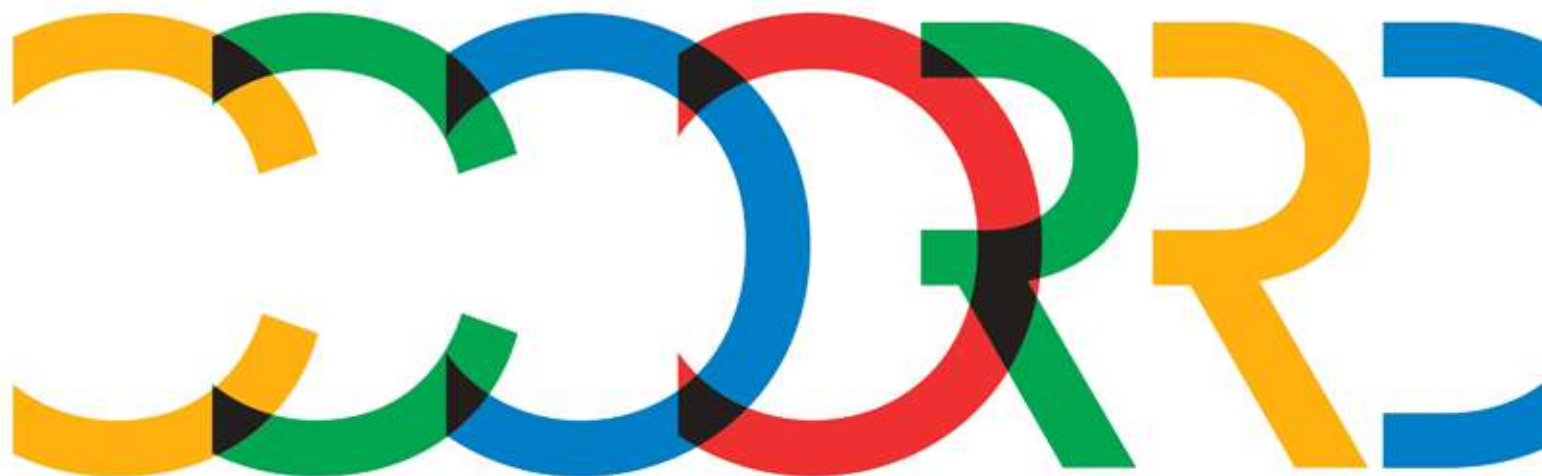
- **9 aprile** - zona Riva del Garda - Rovereto - Trento - Valsugana
- **16 aprile** - zona Val Rendena e le Valli Giudicarie
- **23 aprile** - zona Valli di Fiemme e Fassa e Primiero



Anelli
di Congiunzione
2024\25\26
Interconnecting Rings

Dal 06.02.2024

Da martedì a domenica
ore 10:00-18:00
Ingresso libero



Anelli di congiunzione

Un percorso espositivo di tre anni che attraverso linguaggi diversi, dal *data storytelling* alle postazioni esperienziali, permette di immergersi nel mondo dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026.

Records

Al centro di questa prima mostra il tema delle misurazioni. "Records" racconta la storia dello sport attraverso le trasformazioni delle discipline e dei corpi. Parla di tempo e di velocità, di come questi abbiano plasmato la storia dei Giochi.

Time/ Speed/ Body

La prestazione sportiva si sviluppa nel rapporto fra tempo, velocità e corpo. Il tempo fissa i limiti e attraverso l'allenamento permette di superarli. Con la velocità, cifra della contemporaneità, gli atleti si devono misurare. Il corpo è il fondamento su cui si costruiscono le competizioni sportive

Le Gallerie

Non un museo tradizionale ma un laboratorio e un luogo di partecipazione. Uno spazio culturale gratuito e accessibile nato dal riuso di due ex tunnel stradali: qui i diversi linguaggi dialogano per promuovere la conoscenza della storia, suscitare curiosità e far sorgere nuovi interrogativi.



Le vendite online in Trentino valgono 45 milioni di euro, più 14% sul 2022

Presentati i dati del primo «Osservatorio e-commerce B2C» del territorio

È quanto sottolineato durante il primo evento «E-commerce B2C in Trentino» svoltosi nella prestigiosa cornice di Sala Belli all'interno del Palazzo della Provincia a Trento. L'incontro è stata un'occasione preziosa per comprendere l'andamento, le sfide e le opportunità dell'e-commerce nel contesto locale alla luce dei risultati emersi nel primo semestre di lavoro dell'Osservatorio dell'e-commerce. L'Osservatorio è il frutto di un accordo sottoscritto a dicembre 2022 dalla Provincia au-

Nel primo semestre di lavoro dell'Osservatorio e-commerce è emerso come le vendite e-commerce B2C effettuate in Trentino attraverso siti diretti o piattaforme e marketplace di terzi nel 2023, abbiano un valore complessivo di 45,6 milioni di euro, in crescita del 14% rispetto all'anno precedente. La percentuale è di un punto più alta rispetto alla media italiana, dove le vendite B2C sul digitale, tra il 2022 e il 2023 è stata del 13%.

3' e 30"

Arianna Bertagnolli



tonoma di Trento, Trentino Sviluppo e Coordinamento provinciale imprenditori. L'intesa di sistema ha la mission di valorizzare e supportare le vendite digitali, l'export e l'immagine del territorio, con l'obiettivo di creare una cultura dell'e-commerce e generare così valore per l'intero sistema locale.

Dal punto di vista merceologico, è emerso poi come il primo settore interessato dalle vendite online in Trentino sia quello dei trasporti, con un impatto del 56% sul totale. Se si guarda alla logistica, le vendite online effettuate dalle imprese locali avvengono per un 44% tramite marketplace nazionali o locali, mentre per il 56% tramite il proprio sito e-commerce e si sviluppano perlopiù in un mercato di prossimità, in Italia e negli altri Paesi dell'Unione europea. Anche il volume d'affari rimane prevalentemente in Italia, perché solo 7,6 milioni di euro su

45,6 milioni di vendite e-commerce in Trentino derivano dall'esportazione. Con riferimento alle strategie, un terzo del campione analizzato non ha un piano di marketing, mentre più di un terzo ha un piano marketing multicanale.

Ancora poco personalizzata, invece, l'esperienza d'acquisto del cliente. Anche se tante sono le opportunità offerte dalla tecnologia, come ad esempio l'introduzione di messaggistica «chatbot» per rispondere alle domande più frequenti dei visitatori, la profilazione cross-canale dei clienti, la predisposizione di spazi di «extended reality», i «configuratori e camerini virtuali» o ancora lo sviluppo di nuove esperienze nel metaverso. Bene invece l'uso dei sistemi antifrode, già molto diffusi in Trentino, e dei sistemi di pagamento innovativi, adottati da un terzo del campione di imprese oggetto d'indagine.

L'incontro, moderato dalla giornalista **Linda Pisani**, si è aperto con i saluti istituzionali dell'assessore provinciale allo Sviluppo economico, Lavoro, Università e Ricerca **Achille Spinelli** e il presidente del Coordinamento provinciale imprenditori **Mau-ro Paissan** per poi proseguire con la relazione da parte delle ricercatrici dell'Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano a cui è stato affidato lo studio sul valore attuale delle vendite digitali in Trentino e il livello di maturità delle imprese nell'approccio dell'e-commerce.

All'evento è intervenuta anche **Renata Diazzi**, direttrice dell'Area crescita Imprese consolidate di Trentino Sviluppo che ha sottolineato che dall'indagine è emerso un tessuto variegato, con poche grandi imprese ben strutturate e autonome nella gestione di un'attività di e-commerce e molte altre imprese medio piccole che hanno ancora un approccio

timido. Da qui la necessità di una prima mappatura con formazione e informazione sulle opportunità e soluzioni del mercato digitale. Delle 148 imprese locali che hanno compilato i form inviati sono state selezionate cinque aziende, una per associazione di categoria partecipante all'Osservatorio, che durante l'evento hanno portato la propria testimonianza virtuosa sull'utilizzo dell'e-commerce.

Per l'Asat è intervenuto il vicepresidente **Alberto Bertolini**, Hotel Luise di Riva del Garda: «Internet per una struttura alberghiera è fondamentale - ha spiegato Bertolini - gran parte delle vendite passa attraverso la rete, ad oggi non si può fare impresa senza l'apporto delle nuove tecnologie. È cambiato molto negli ultimi anni l'approccio che il cliente utilizza per prenotare la propria vacanza, una volta erano molto utilizzate le piattaforme di vendita on line mentre oggi sta sempre di più acquistando valore il sito aziendale attraverso il quale il cliente prima guarda, si informa e poi decide di acquistare direttamente la propria esperienza sul nostro territorio. Importante quindi per noi è avere un sito completo, intuitivo, accattivante e capace di rispondere agli interrogativi del cliente. Un'attenzione particolare, come Hotel Luise, diamo all'utilizzo dei canali social, attraverso i quali otteniamo un contatto diretto con la clientela, creiamo una nostra community e ci avviciniamo all'ospite raccontando con il supporto di foto, video e racconti, come potrebbe essere l'esperienza di vacanza che proponiamo. Infine, da qualche anno ci siamo avvicinati a utilizzare le tecniche di revenue management per essere sempre più competitivi senza svalutare la qualità delle nostre offerte».



Smart working & hotel design

2' e 40"

Francesca Maffei

Lo smart working, più correttamente definito lavoro da remoto, sta avendo un impatto significativo sulla riprogettazione delle aree comuni negli hotel, soprattutto in quei casi, come gli hotel medio-piccoli a gestione familiare, dove la metratura delle camere è piuttosto contenuta e, quindi, difficilmente vi si possono prevedere spazi dedicati a riprodurre un ufficio.

A onor del vero, sono gli ospiti stessi che sempre più preferiscono non rinchiudersi in stanza, bensì poter lavorare in un contesto più accogliente, dove peraltro poter effettuare ordinazioni più facilmente, con un contatto umano, a dispetto di tanta tecnologia, e magari godere di un

panorama migliore o della possibilità, se necessario, di effettuare piccoli meeting con altri colleghi, amici o familiari con cui confrontarsi. Modelli di comportamento che, com'è facilmente intuibile, favoriscono anche diversi stili di consumo, in genere più propensi alla spesa.

Seppur con il rientro in ufficio imposto da molte aziende, il remote working è diventato sempre più popolare e gli hotel hanno la responsabilità di fornire spazi adeguati sia ai viaggiatori d'affari sia ai turisti che hanno bisogno di rimanere in contatto con le loro attività lavorative; non è più un optional, è un requisito essenziale. Secondo gli esperti di design dell'ospitalità, il lavoro a distanza o ibrido continua a influenzare l'evoluzione delle zone pubbliche e delle camere degli hotel, ed è necessario reinventarsi per soddisfare al meglio le nuove esigenze con una varietà più ampia possibile di postazioni. L'idea di avere una lobby che sia solo un luogo in cui effettuare check-in e check-out sta scomparendo in virtù di un ambiente molto più aperto e più adattabile, condiviso sì ma anche



personalizzabile e tranquillo. Una zona di passaggio che non è più solo da attraversare per raggiungere la propria camera o per uscire dall'hotel ma che acquista, al contrario, un carattere più autentico, funzionale 24h/7. Si tratta di una tendenza che impone di ripensare il vecchio concetto della hall per adattarlo ai nuovi viaggiatori.

Un esempio è la creazione di capsule individuali, quasi come una piccola cabina telefonica ma inserita nel contesto in cui si trova, in cui sedersi per trovare privacy e concentrazione; anche le modaiole sedute «a uovo», appese o da appoggio, assolvono al medesimo scopo. In alternativa, o in aggiunta, si possono creare angoli per piccole riunioni, di tre o quattro persone al massimo, maga-

ri nascoste all'interno dell'atrio vero e proprio, sempre in un ambiente aperto ma con alcune schermature o porte in vetro.

Va, inoltre, garantito che l'infrastruttura esistente sia in grado di supportare il tutto: ciò include un Wi-Fi affidabile e numerose prese di corrente, posizionate in numero sufficiente e in collocazioni raggiungibili comodamente. Qualora ciò non sia possibile, un layout intelligente per massimizzare l'accesso limitato all'energia elettrica è quello offerto dai mobili multifunzione come sedie e scrivanie con prese incorporate all'interno. Anche i bar e i ristoranti degli alberghi possono trasformarsi in vivaci centri di business travel, con proposte di food & beverage pratiche ma curate.

Sono soluzioni che soddisfano diversi stili di lavoro andando oltre i tradizionali centri business che ospitano sale conferenze e scrivanie, sono essenzialmente versioni rivisitate di ciò che si potrebbe trovare in un posto di lavoro tradizionale con l'avvento dell'ibrido. Per creare un'atmosfera invitante e residenziale in questi spazi, è possibile incorporare elementi biofilici e colori provenienti dal mondo naturale; da evitare, dicono gli addetti, il poco interessante beige, da sempre collegato a un'estetica monotona da albergo d'affari, e il bianco, troppo inflazionato in passato. In questo modo è anche possibile sviluppare un *genius loci* verso gli ospiti, favorendo un legame più profondo con la località durante il loro soggiorno e persino durante la loro giornata lavorativa.



hegematic | **ZIEHER**

Il turismo si racconta nel tempo di un caffè

Disponibili le videointerviste realizzate da Federalberghi

1' e 30" ⌚

Il lavoro negli hotel merita di essere raccontato, per far scoprire che può essere un'esperienza entusiasmante, basata sul giusto mix di competenza, passione e consapevolezza. Inoltre, è importante far sapere che il settore offre molte opportunità di avanzamento professionale: una carriera che da *receptionist* porta a diventare capo ricevimento e poi più su sino a direttore d'albergo, da *chambermaid* a *housekeeper* a *room division manager*, da *commis* a *maitre* a *food and beverage manager*. E il racconto delle esperienze dei professionisti dell'ospitalità è la leva per suscitare l'interesse delle giovani generazioni a intraprendere un percorso lavorativo nel settore turistico ricettivo. Questo l'obiettivo delle undici videointerviste che **Federalberghi** ha presentato in anteprima a Riva del Garda nell'ambito di **Hospitality, Il salone dell'accoglienza** che quest'anno focalizza l'attenzione sulla People Industry.

Uno strumento che va ad arricchire la cassetta degli attrezzi posta a disposizione delle imprese per aiutarle ad affrontare la difficoltà di reperimento di risorse umane qualificate. I contenuti di ogni intervista sono proposti in due differenti format. Il primo, denominato «Il tempo di un caffè», ha una durata di circa un minuto e mezzo

ed è destinato ai canali Instagram e Tik Tok di Federalberghi nazionale. La prima puntata è stata già pubblicata (la versione Instagram è disponibile al link <https://bit.ly/3HPyHE0>), le altre dieci seguiranno con cadenza settimanale, per concludersi in occasione del III Forum su Risorse umane e competenze nel turismo, organizzato da Federalberghi, che si terrà a Stresa l'11 e il 12 aprile. La seconda versione, più estesa, è destinata a chi voglia approfondire i contenuti delle singole figure professionali. Tutte le undici interviste «lunghe» sono già disponibili sul canale YouTube della federazione.

Il progetto, realizzato in collaborazione con l'**Ente Bilaterale Nazionale del settore Turismo (Ebnt)**, ha preso le mosse da un'approfondita analisi delle professioni nel settore turismo, che il centro studi di Federalberghi ha svolto con il supporto del **Centro di Formazione Management del Terziario (CFMT)** e di **Azione Ricerca, Territorio e Sviluppo (ARTeS)**.





Recensioni online: Federalberghi incontra il Ministro del turismo

«Ringraziamo il
Ministro Santanchè
per aver convocato
il tavolo sulle
recensioni»

1' e 00" ⌚

Giuseppe Roscioli, vicepresidente vicario di **Federalberghi**, al termine dell'incontro che si è svolto al **Ministero del turismo**, ha sottolineato che «il punto principale consiste nell'assunzione di responsabilità: chi scrive una recensione deve essere riconoscibile (stop alle recensioni anonime), in modo da poter rispondere di eventuali affermazioni false o calunniose». «Non meno importante - secondo Roscioli - è la re-

sponsabilità delle piattaforme: nell'era dell'intelligenza artificiale, il portale che non pubblica il nome di chi scrive la recensione e che non ne consente l'identificazione deve essere considerato responsabile per il contenuto della recensione stessa. Inoltre, se la recensione è pubblica anche la replica deve essere pubblica e dev'essere pubblicata tempestivamente».

«Per rendere effettiva la responsabilità - prosegue il vicepresidente di Federalberghi - è necessario individuare un quadro sanzionatorio efficace ed effettivo, in specie nei confronti dei portali, che spesso si sottraggono alla giurisdizione italiana, grazie al fatto che hanno sede legale all'estero, al di fuori dell'Unione Europea. Ad esempio, occorrerebbe prevedere il sequestro preventivo della pagina web contenente la fake news e, nei casi più gravi, l'oscuramento del sito». Roscioli ha concluso ricordando che «nel mondo ci sono cinque miliardi di utenti internet e che le informazioni viaggiano alla velocità della luce. Quindi, altrettanto veloci devono essere le rettifiche, che non possono essere affidate ai tempi biblici dei procedimenti giudiziari. Occorre un'autorità ad hoc, che adotti con immediatezza i provvedimenti cautelari».



Premio Colombo a Christian Greco

Il direttore del Museo Egizio di Torino riceve il riconoscimento attribuito per meriti nel mondo culturale e turistico

1° e 40" ⌚

Francesca Maffei ✍️

Nel corso del primo Consiglio direttivo dell'anno, tenutosi a Torino lo scorso 8 gennaio, il Comitato Nazionale dei Giovani Albergatori ha assegnato il Premio Colombo a **Christian Greco**, direttore del Museo Egizio torinese nonché accademico ed egittologo di fama internazionale. Il riconoscimento, tradizionalmente attribuito per meriti particolari nel mondo culturale e turistico italiano, è stato conferito a Greco proprio nelle sale del museo stesso, dove si è svolto il meeting CNGA, rendendo la cerimonia di premiazione ancora più solenne, in un luogo simbolo sia per la cultura sia per l'ospitalità italiane. Il Museo Egizio, infatti, nel 2022 si è posizionato al terzo posto per numero di visite, e con oltre un milione di visitatori nell'anno successivo. Un traguardo importante per l'intero comparto alberghiero e complementare, in cui il contributo di Greco è stato giudicato fondamentale. Il direttore aveva, altresì, dichiarato di ritenere «preziosissima e formativa l'esperienza di lavoro fatta all'estero da ragazzo nel mondo dell'hotellerie come portiere d'albergo, rivelatasi strategica per comprendere il sistema di organizzazione del lavoro e il valore del fare squadra». Testimone e divulgatore, un altro dei suoi punti di forza

è stato peraltro quello di raggiungere l'obiettivo di rendere i contenuti culturali il più possibile accessibili al vasto pubblico. «Come Comitato Nazionale Giovani Albergatori - ha dichiarato il presidente **Dinno De Risi** - siamo orgogliosi di conferire questo premio a una persona che consideriamo un ambasciatore del turismo del nostro Paese, un esempio virtuoso di come promuovere una città intesa come destinazione turistica nel suo complesso».

Come di consueto molto ricettiva la platea di giovani imprenditori presenti, che con le loro domande hanno approfondito diversi aspetti e criticità del connubio cultura-turismo. Oltre che sull'esperienza che fa da cornice alla visita di una collezione e che deve esserne all'altezza (accoglienza, ristorazione, ospitalità, trasporti) l'accento è stato inoltre posto sul turismo di prossimità, e non solo internazionale, mosso dal comparto museale e ugualmente importante per l'industria alberghiera locale. Infine, è stata ribadita l'importanza di condividere la profilazione di ospiti e visitatori per intercettare chi ha maggior disponibilità di tempo e di spesa, i clienti che secondo Greco non sono certo le scolaresche «deportate» in gita al museo bensì le coppie senza figli e i turisti più avanti con l'età.



Noi significa affrontare il presente e renderlo futuro.



GRUPPO
CASSA
CENTRALE

Siamo le Banche di Credito Cooperativo vicine alle persone, alle imprese e ai territori. Diamo valore alle iniziative della comunità di cui facciamo parte per generare ricchezza e benessere condivisi. **Cooperazione. Sostenibilità. Responsabilità.**

I valori con cui costruiamo un percorso sostenibile da tramandare, i valori che ci rendono differenti. E con i quali vogliamo fare la differenza.

Gruppo Cassa Centrale, le Banche di tutti noi.

Cooperativi. Sostenibili. Responsabili.





La formazione di Cat Turismo

Gli appuntamenti di aprile e maggio



ANTINCENDIO

CORSO BASE - Il corso ANTINCENDIO è previsto per tutti i tipi di aziende differenziando però i gradi di rischio presenti nella struttura in base ai livelli dettati nell'allegato III del Decreto Ministeriale del 02 settembre 2021. Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o da eventuale personale nominato, purché si riesca a coprire tutto il periodo lavorativo con una figura preposta.

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 1 (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
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
15/04/2024	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
16/04/2024	14.00-16.00	TRENTO
18/04/2024	14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
16/05/2024	14.00-16.00	VAL DI FASSA
Quota partecipazione: € 110,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA		

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 2 (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 A SCELTA TRA:		
15/04/2024	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
16/04/2024	14.00-17.00	TRENTO
18/04/2024	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
16/05/2024	14.00-17.00	VAL DI FASSA
Quota partecipazione: € 160,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + IVA		

La classificazione è così definita:

- All'interno del Livello 1 (rischio basso) definito nel Decreto Ministeriale classifica, per esempio, vengono ricomprese le strutture alberghiere fino a 25 posti letto. In tal caso il corso previsto è della durata di 4 ore.
- All'interno del Livello 2 (rischio medio) definito nel Decreto Ministeriale classifica, per esempio, vengono ricomprese 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 (idoneità tecnica). Il corso previsto in questo caso è di 8 ore.
- All'interno del Livello 3 (rischio elevato) definito nel Decreto Ministeriale classifica, per esempio, vengono ricomprese le strutture alberghiere con oltre 200 posti letto. La normativa prevede che oltre alla frequentazione del corso vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio (idoneità tecnica). Il corso previsto in questo caso è di 16 ore.

CORSO ANTINCENDIO CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 3 (16 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
15/04/2024	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
17/04/2024	09.00-13.00 / 14.00-17.00	TRENTO
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
16/04/2024	14.00-18.00	TRENTO
18/04/2024	14.00-18.00	RIVA DEL GARDA
16/05/2024	14.00-18.00	VAL DI FASSA
Quota partecipazione: € 275,00 + IVA - Quota associati: € 255,00 + IVA		



Diversamente da quanto stabilito in precedenza, ricordiamo che la legge oggi prevede l'obbligo di aggiornamento della formazione antincendio con cadenza almeno quinquennale dalla data dell'ultimo corso frequentato.

CORSO AGGIORNAMENTO - I corsi di aggiornamento del corso per addetti antincendio, a seguito del nuovo decreto ministeriale entrato in vigore il 03/10/2022, hanno scadenza quinquennale e la durata varia in base al livello di attività ossia:

- Livello 1 (rischio basso) - 2 ore;
- Livello 2 (rischio medio) - 5 ore;
- Livello 3 (rischio elevato) - 8 ore.

Gli addetti che hanno frequentato il corso prima del 2019 e non hanno provveduto all'aggiornamento devono ripetere il corso base. In riferimento all'idoneità tecnica, una volta conseguita, è valida per sempre a meno che la struttura non rientri nel piano biennale per il rinnovo del CPI. In questo caso l'idoneità stessa deve essere ripetuta ogni 2 anni.

CORSO ANTINCENDIO CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 1 (2 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
16/04/2024	14.00-16.00	TRENTO
18/04/2024	14.00-16.00	RIVA DEL GARDA
16/05/2024	14.00-16.00	VAL DI FASSA
Quota partecipazione: € 60,00 + IVA - Quota associati: € 50,00 + IVA		

CORSO ANTINCENDIO CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 2 (5 ORE)

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a medio rischio le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
15/04/2024	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
16/04/2024	14.00-17.00	TRENTO
18/04/2024	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
16/05/2024	14.00-17.00	VAL DI FASSA
Quota partecipazione: € 100,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA		

CORSO ANTINCENDIO CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 3 (8 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
15/04/2024	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
16/04/2024	14.00-17.00	TRENTO
18/04/2024	14.00-17.00	RIVA DEL GARDA
16/05/2024	14.00-17.00	VAL DI FASSA
Quota partecipazione: € 160,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + 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. Colui che frequenta il corso può essere un responsabile interno, ossia obbligatoriamente il datore di lavoro o un delegato con potere di spesa.

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
13/05/2024 14/05/2024 20/05/2024 21/05/2024	14.00-18.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 130,00 + IVA - Quota associati: € 110,00 + IVA		

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
21/05/2024	09.00-13.00 / 14.00-16.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 65,00 + IVA - Quota associati: € 55,00 + IVA		



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
08/05/2024	09.00-13.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 65,00 + IVA - Quota associati: € 55,00 + 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
08/05/2024	09.00-13.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 65,00 + IVA - Quota associati: € 55,00 + IVA		

SICUREZZA LAVORATORI / LAVORATRICI

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

- FORMAZIONE BASE: concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro: 4 ore - CREDITO PERMANENTE;

- FORMAZIONE SPECIFICA: in funzione dei rischi riferiti alle mansioni e ai possibili danni e alle conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda (rif. codici ATECO) - DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE E' DESTINATO AD ALTRA MANSIONE.

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

Aggiornamento quinquennale.

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
09/04/2024 10/04/2024	09.00-13.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 45,00 + IVA - Quota associati: € 35,00 + IVA Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda).		

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI
AGGIORNAMENTO (6 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
09/04/2024 10/04/2024	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 45,00 + IVA - Quota associati: € 35,00 + IVA Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda).		

RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA: R.L.S.

"Gli Artt. 47 e 50 del D.Lgs n. 81/2008 stabiliscono che in tutte le aziende i lavoratori hanno il diritto di eleggere un proprio "Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza" il quale acquisisce principalmente 4 diritti:

- diritto all'informazione;
- diritto alla formazione;
- diritto alla partecipazione;
- diritto al controllo al fine di salvaguardare la sicurezza e la salute dei lavoratori all'interno dell'azienda o del proprio settore lavorativo."

Formazione iniziale obbligatoria di 32 ore. Aggiornamento ANNUALE: 4 ore per aziende che occupano dai 15 ai 50 lavoratori; 8 ore per aziende con più di 50 lavoratori.

Ricordiamo che tale obbligo, nelle aziende con meno di 15 lavoratori, non vige, ma è a discrezione dei lavoratori e di quanto riportato nel CCNL di riferimento.

CORSO AGGIORNAMENTO RAPPRESENTANTE
DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (4-8 ORE)

L'obbligo di aggiornamento per RLS è periodico, quindi deve essere effettuato da ciascun RLS una volta l'anno dalla data di ultima formazione. Naturalmente l'obbligo di aggiornamento RLS deve essere seguito solo dai RLS che già hanno effettuato il corso base di 32 ore e sono in possesso del regolare attestato di formazione.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
09/05/2024	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
Aggiornamento RLS 4H: Quota partecipazione: € 130,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA Aggiornamento RLS 8H: Quota partecipazione: € 180,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + IVA		

**PRIMO SOCCORSO**

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

un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato. **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		
06/05/2024 07/05/2024	14.00-18.00 14.00-18.00	ONLINE
PARTE PRATICA		
08/04/2024	14.00-18.00	AULA - TRENTO
17/04/2024	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
15/05/2024	14.00-18.00	AULA - VAL DI FIEPME
22/05/2024	14.00-18.00	AULA - RIVA DEL GARDA
27/05/2024	14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota partecipazione: € 140,00 + IVA - Quota associati: € 120,00 + IVA		

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
08/04/2024	14.00-18.00	AULA - TRENTO
17/04/2024	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
15/05/2024	14.00-18.00	AULA - VAL DI FIEPME
22/05/2024	14.00-18.00	AULA - RIVA DEL GARDA
27/05/2024	14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota partecipazione: € 90,00 + IVA - Quota associati: € 70,00 + IVA		

DIRIGENTI

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

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

Aggiornamento quinquennale.

CORSO PER DIRIGENTI (16 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
28/05/2024 29/05/2024	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota partecipazione: € 260,00 + IVA - Quota associati: € 230,00 + IVA		

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER DIRIGENTI (6 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
29/05/2024	11.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 110,00 + IVA		

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

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

I lavoratori con contratto di apprendistato devono frequentare tale corso di formazione. TALE PERCORSO DEVE ESSERE COMPLETATO ENTRO 60 GG DALL'ASSUNZIONE.

Vendite alla reception: consigli e suggerimenti

2' e 00"

David Raccanello

La reception è spesso il primo punto di contatto per i nostri ospiti e, quindi, un'importante interfaccia per la vendita di servizi e offerte aggiuntive. Pertanto, le vendite alla reception svolgono un ruolo cruciale nel successo di un hotel. Il cross-selling e l'up-selling mirati possono generare vendite aggiuntive e aumentare la soddisfazione del cliente.

Di seguito presenteremo alcuni suggerimenti e strategie su come gli addetti alla reception possono vendere con successo. È importante possedere buone tecniche di vendita e praticarle regolarmente.

Importanza delle vendite alla reception

Le vendite alla reception non sono solo un servizio aggiuntivo per gli ospiti, ma anche un'importante fon-

te di reddito per l'hotel. I collaboratori devono essere consapevoli che attraverso vendite mirate non solo possono aumentare le vendite, ma anche avere un impatto positivo sull'immagine dell'hotel.

Nozioni di base sulle tecniche di vendita

Per vendere con successo è importante padroneggiare le basi delle tecniche di vendita. Ciò include, tra le altre cose, l'ascolto attivo, l'analisi dei bisogni, l'argomentazione dei benefici e le tecniche di chiusura. I collaboratori dovrebbero essere in grado di rispondere alle esigenze e ai desideri individuali degli ospiti e di offrire servizi aggiuntivi adeguati.

Gestione delle obiezioni e dei reclami dei clienti

È normale che gli ospiti abbiano obiezioni ad un'offerta di vendita o esprimano reclami. I collaboratori della reception dovrebbero essere in grado di rispondere con sicurezza alle obiezioni e risolvere i reclami dei clienti in modo professionale. Qui sono cruciali una comunicazione positiva e un approccio orientato al cliente.





Strategie di cross-selling e up-selling

Attraverso il cross-selling mirato di prodotti o servizi complementari, nonché l'up-selling di offerte di qualità superiore, i collaboratori possono aumentare le vendite medie per ospite. È importante comprendere

le esigenze degli ospiti e presentare offerte adeguate. Le vendite attive e professionali non solo aumentano il fatturato medio per ospite, ma sono anche un modo importante per coltivare la vostra immagine. Ci teniamo quindi a dare alcuni consigli per un'efficace formazione alla vendita alla reception:

- *raccogliete feedback*: chiedete agli ospiti un feedback sul vostro comportamento di vendita per identificare le aree di miglioramento.

Con questi consigli e un po' di pratica migliorerete sicuramente le capacità di vendita alla reception e aumenterete così le vendite dell'hotel.



Foto pixabay.com

- *conoscenza del prodotto*: informatevi su tutte le offerte dell'hotel e sui servizi aggiuntivi per offrirli in modo mirato agli ospiti;
- *ascolto attivo*: ascoltare le esigenze e i desideri degli ospiti per formulare consigli adeguati;
- *creare fiducia*: mostrate interesse per l'ospite, cordialità e autenticità. Una connessione personalizzata crea fiducia e aumenta la disponibilità all'acquisto;
- *esercizio*: stabilite obiettivi specifici per la vendita di servizi aggiuntivi e stimolate continuamente i collaboratori a simulare la vendita tramite giochi di ruolo;



Val di Peio, memorie di montagna



Claudia Marini

**ALPECEDARIO. MEMORIE
FOTOGRAFICHE DI UNA COMUNITÀ
DI MONTAGNA**

Postcard srl, 2023

pp. 288 - 35 euro

2' e 40"

Gianfranco Betta

Partiamo dal titolo. Una sincrasi di *abbeccedario* e *Alpi*. E un sottotitolo altrettanto eloquente: «Memorie di una comunità di montagna». Si tratta di una selezione di fotografie tratte dall'archivio fotografico della Val di Peio, che ha preso avvio pochi anni fa grazie all'impegno di **Claudia Marini**, autrice di questo testo. Un archivio che ora può contare su migliaia di scatti, grazie alle donazioni di album fotografici e foto da parte di numerose famiglie delle Valle. Un archivio che è anche consultabile online: scelta encomiabile che ci auguriamo un giorno possa essere fatta anche dall'Archivio fotografico storico provinciale che comprende più di

cinquanta fondi con oltre un milione e mezzo di fototipi. Queste fotografie, frutto di uno sguardo quasi mai professionale (seppure non mancano i ritocchi di colore delle foto in bianco e nero da parte del negozio fotografico che ha sviluppato le pellicole), documentano squarci di vita individuale e pubblica. Ci danno la possibilità di superare una soglia ed entrare dentro un territorio e dentro una comunità.

La fotografia diventa testimonianza della quotidianità, fissa sulla pellicola dei momenti significativi per chi ha effettuato quello scatto. Tappe importanti della propria vita, di quella dei figli, degli amici, attimi di svago, eventi pubblici, laici e religiosi (esemplari le file interminabili di fedeli in processione) che hanno coinvolto la propria comunità. È un testo che per facilitare la trasmissione della memoria si rivolge anche ai bambini, intervallando la rassegna di fotografie presentate nel testo, e che sono state raggruppate per temi, da fiabe e storie raccontate all'autrice dagli stessi donatori delle foto.

Poche volte le fotografie private sono dotate di didascalia, molto spesso sono mute: manca il soggetto, il dove, il quando, il perché sono state scattate. E tuttavia, pur in assenza di queste informazioni essenziali per un archivista, sono testimonianze eloquenti. Ci parlano di neve, di montagna, e come si conviene ad un abbeccedario, in ordine alfabetico i gruppi di foto evidenziano alcuni temi: gli alberi, il bosco, il latte, ma anche l'elicottero che porta a valle i resti dei soldati austroungarici della Grande Guerra riemersi dal ghiac-

ciaio, lo sci. E, sfogliando questo documento di memoria collettiva, si possono leggere i mutamenti che nei decenni hanno investito la Val di Peio. Le prime automobili, attorniate da gruppi di curiosi. Le prime strutture ricettive e i primi turisti. Il contesto economico con i lavori agricoli (dalla fienagione all'alpeggio, alla lavorazione del legname), e quelli delle grandi opere idroelettriche, come la diga al Càreser costruita all'inizio degli anni '30 del secolo scorso. La demografia, con famiglie numerose e allargate e stuoli di bambini immortalati per la festa degli alberi, la prima comunione, il primo giorno di scuola, la colonia estiva... E ancora i coscritti per la leva, la filodrammatica, la banda... Tanti volti che gli abitanti della Valle più in là con gli anni non avranno difficoltà a riconoscere e a riconoscersi. E soprattutto i paesaggi con i centri abitati ben circoscritti, circondati dai prati coltivati e non soffocati dall'avanzare del bosco.

La fotografia familiare, al pari degli *homemovies* (i filmini amatoriali di famiglia) ha il pregio di intrecciare memoria pubblica e ricordo privato restituendo una identità storica attraverso delle immagini di microstorie che possono essere lette come spie indiziarie del trascorrere del tempo e delle trasformazioni che investono un territorio e i suoi abitanti. Si tratta, in definitiva, di una fonte in grado di documentare e salvaguardare una memoria storica. Tasselli di conoscenza culturale e sociale del tutto equiparabili alle fonti scritte, come ci ha insegnato la scuola francese degli *Annales*.



“ Progettiamo e realizziamo il tuo
nuovo mondo ”



RICCARDO BANDERA
ARCHITETTO





Nuovi poli economici e nevicate inaspettate

Le possibili tendenze future del turismo internazionale

2' e 40"

Stefano Fait

Nel corso degli ultimi cent'anni, a causa della Grande Depressione, delle due guerre mondiali, dell'Olocausto, della minaccia di guerra atomica, di due pandemie, l'Occidente è stato fiaccato da un crescente scetticismo verso la scienza e la tecnologia e da uno strisciante pessimismo economico. Gli esperti lo hanno potuto misurare dal declino del linguaggio legato al progresso e al miglioramento delle nostre sorti nei media e nella letteratura.

Un percorso inverso si è avuto in Asia, con il baricentro globale economico (e dell'ottimismo) che, secondo uno studio di **McKinsey**, ha cominciato a muoversi dall'area euro-atlantica a quella dell'Asia-Pacifico a partire dagli anni Ottanta. Più recentemente, però, nonostante la tendenza al pessimismo, le economie e società occidentali stanno mostrando segni di risveglio e rivalsa: si desidera competere con le altre regioni globali emergenti ed emergere. Questo intensificato dinamismo sta creando nuovi poli economici e partenariati, con Paesi come il Vietnam, la Polonia, il Messico, il Marocco e la Turchia che hanno assunto il ruolo di connettori a livello globale. Le risorse finanziarie e la propensione al turismo internazionale di queste popolazioni sono destinate a crescere in misura significativa; non è certo un caso che il turismo polacco in Trentino sia da anni in forte crescita. Ungheresi e rumeni stanno seguendo questa stessa traiettoria, con un po' di ritardo.

La **Corte dei Conti** francese ha usato un modello climatico secondo cui, entro il 2050, si prevede che l'altezza media della neve diminuirà del 10-40% nelle località di



Foto pixnio.com

media altitudine. Per calcolare le difficoltà finanziarie che dovranno affrontare molte stazioni sciistiche d'Oltralpe: la stima è che saranno necessari investimenti per 320-530 milioni di euro per sostenere l'industria sciistica in direzione dell'adattamento e diversificazione (resilienza climatica).

Attenzione, però, che in una precedente analisi avevamo suggerito di esplorare l'impatto dei cambiamenti climatici in California, perché stanno sovvertendo le aspettative legate ai modelli climatici. Fino a tre anni fa si avvertiva la popolazione che l'industria dello sci era condannata e che la California avrebbe dovuto adattarsi a condizioni siccitose persistenti. Negli ultimi due anni le nevicate hanno battuto i precedenti record e ora il nuovo consenso è che l'area dovrà invece adattarsi a precipitazioni intense e improvvise dovute a «fiumi atmosferici». Una forte nevicata (la seconda in 3 anni) si è abbattuta anche su Tokyo durante la visita di **Giorgia Meloni**. In una capitale giapponese che si era disabituata, ha causato interruzioni di corrente, cancellazioni di voli, riduzione del servizio ferroviario, decine di infortuni.

Il fatto è che, a livello locale, non siamo in grado di determinare con precisione l'impatto dei cambiamenti climatici e, quindi, non possiamo attuare una pianificazione strategica ben calibrata, «a prova di futuro».

Altre tendenze sembrano più facilmente leggibili. Il settore dei viaggi a livello globale sta registrando una crescente popolarità dell'astronomia, dell'ecoturismo, dei pasti nelle stazioni ferroviarie, del turismo sportivo, del *gig tripping* (partecipazione a concerti ed eventi musicali), dei viaggi salutisti-terapeutici alla ricerca della longevità, dei viaggi di gruppo privati, degli assistenti di viaggio AI, dei viaggi «skip-gen» (nonni e nipoti, saltando la generazione dei genitori), dei viaggi in treni glamour, degli hotel-ristorante, dei viaggi silenziosi, delle visite agli orti urbani, dei viaggi senza piani, del turismo di frontiera, ecc.

I viaggiatori benestanti cercano esperienze esclusive e private. All'aumentare del reddito diffuso questo fenomeno potrebbe avere un impatto significativo, con un aumento degli investimenti nelle aree remote, una crescita delle certificazioni di ecoturismo e un declino delle destinazioni del turismo di massa. Ciò potrebbe anche portare a un più profondo apprezzamento per la natura e le culture locali.



Foto pixhere.com

L'energia della primavera, la bella stagione del Trentino

Trentino Marketing ha predisposto una campagna di promozione della primavera pianificata su carta stampata e tv, ma anche canali digitali, per trasmettere al pubblico suggestioni e proposte di un territorio vivo ed attrattivo nei mesi che precedono l'estate. E come per l'autunno al centro della comunicazione torna la comunità trentina con nuovi volti e nuove storie a rappresentare i valori del territorio

8' e 50" 

Una campagna omnicanale per incrementare le presenze sul territorio nei mesi da aprile a giugno e per testimoniare il senso di una comunità appassionata del proprio territorio, aperta ed accogliente, anche attraverso storie di persone reali che, con la propria voce e il proprio punto di vista, fanno emergere il racconto di un Trentino vivo 365 giorni l'anno, distintivo ed equilibrato, un luogo ideale per vivere sempre o per alcuni giorni.

L'obiettivo è trasmettere un'offerta attiva 12 mesi all'anno, per favorire anche una migliore occupazione dei posti letto e puntare ad una più efficiente gestione delle risorse territoriali, imprenditoriali, umane, in linea dunque con il Piano Operativo e le linee strategiche del Piano triennale di Trentino Marketing.

La nuova comunicazione

Adottato già con la Campagna Autunno nel 2023, il nuovo approccio, innovativo perché parte dal "chi siamo" e non dal "come ci vorresti", cambia i paradigmi della narrazione di destinazione e lo fa in due modi: attraverso le **storie** da un lato, ovvero spaccati di vita di trentini o di persone che hanno scelto di vivere in Trentino, come testimoni

dei valori e dello stile di vita di questo territorio. Dall'altro attraverso un racconto **verticale**, ovvero una serie di contenuti che descrivono le suggestioni, le esperienze e le attività che si possono vivere in Trentino nella stagione di riferimento.

Protagoniste delle storie attorno alle quali è stata creata questa campagna primavera, che ha come pay off **L'energia della Primavera**, sono due donne: **Lisa Angelini**, botanica per passione e professione e ricercatrice al MUSE e **Nicoletta Andreis**, cuoca contadina da 27 anni alla guida del suo agriturismo in Val di Sole che funge anche da fattoria didattica con percorsi dedicati ai bambini e alle famiglie. Le loro storie esprimono valori fortemente connessi alla nostra comunità: per Lisa sono l'attenzione al territorio e ai paesaggi naturali, la ricchezza



della biodiversità che si manifesta in particolare nella forza delle fioriture di primavera. Per Nicoletta, invece, il nutrire, grazie ai prodotti coltivati con passione e in modo naturale, gli aneddoti e le storie sulla natura e la cultura della sua valle che lei trasmette agli ospiti.

Le campagne in sintesi

La **campagna ADV sull'Italia** prevede l'uscita sulla stampa quotidiana e periodica sulle principali testate nazionali, quali Il Corriere della Sera, La Repubblica, Il Messaggero, Il Giornale, Quotidiano Nazionale, Gazzetta dello Sport, G Magazine, D Repubblica, per un totale di 19.500.000 contatti stimati. La campagna tabellare è rafforzata da una serie di contenuti redazionali di prestigio quali la Guida di 52 pagine realizzata dalla redazione di D Travel (supplemento Repubblica) e una Guida di 76 pagine realizzato dalla redazione di Living (supplemento Corriere della Sera). È al via una robusta **campagna televisiva** sulle principali emittenti nazio-

nali (RAI, LA7 e SKY Italia) nelle fasce di maggiore audience. Mentre sulle reti Mediaset (Canale5, Italia1, Retequattro, Iris, Canale20, Canale34) sono stati previsti 175 passaggi da 30" e Billboard da 10" all'interno delle previsioni del tempo nell'intervallo dei film.

La **campagna ADV sull'estero** (Germania, Austria, Svizzera, Polonia, Rep. Ceca, Olanda, Danimarca, Svezia) coinvolgerà importanti periodici del settore viaggi, outdoor e lifestyle, oltre ad un inserto di 16 pagine sulla mountain bike allegato alla rivista tedesca Mountainbike. Per le **televisioni** sono previsti, sulla TV Svizzera Tedesca, 266 passaggi di spot da 20 secondi sui canali nazionali SRF1, SRF2 e SRFInfo, mentre su Eurosport Paneuropea una campagna di spot da 15 secondi in occasione del Giro d'Italia e del Torneo del Roland Garros e che proseguirà nell'estate e nell'autunno in concomitanza con gli appuntamenti di Olimpiadi Parigi 2024, MTB World Series, Tour de France e La Vuelta per un impatto

stimato di 153 milioni di contatti su 53 paesi.

La **campagna ADV on line** sarà il principale veicolo di promozione per i mercati internazionali in cui le azioni promozionali sui canali digitali hanno preso avvio già dalla metà di gennaio. I canali presidiati: Google Ads nelle sue varie articolazioni (Search, Youtube, GDN e Google Demand Gen); Meta Ads (Facebook, Instagram e Facebook network). In Italia è prevista una campagna anche su Tik Tok. La stima complessiva è di 60 milioni di visualizzazioni degli annunci sull'Italia e 90 milioni di visualizzazioni nei principali Paesi target esteri. Prevista anche una campagna digital sull'Italia dedicata al Festival dell'Economia sui canali Google Ads (Gdn), Meta Ads e Display.

La campagna di **Influencer Marketing** prevede il coinvolgimento nei prossimi mesi di 18 influencer che produrranno contenuti sul Trentino delle leggende, enogastronomia, mountain bike, artigianato e Festival dell'Economia.



Visittrentino

La stagione primaverile viene promossa attraverso una Moodboard editoriale Speciale Primavera, una vetrina che raccoglie una selezione degli argomenti strategici della stagione e altre Moodboard verticali dedicate a tutte le attività che il Trentino offre nelle belle stagioni, dai laghi ai musei, dal trekking al benessere. Tra le tematiche in primo piano ci sono le fioriture, le attività soft da fare all'aria aperta, il primo sole al lago, la cultura con l'offerta museale, i borghi e i castelli, gli appuntamenti del gusto. Non mancherà, ovviamente, una sezione dedicata alle ultime sciature della stagione.

Inoltre, la sezione del sito dedicata alle storie, Vita in Trentino, tanto nella homepage che nelle pagine interne dedicate, attraverso la pubblicazione delle video-storie di campagna, costruisce approfondimenti che esplodono i racconti di Lisa Angelini e Nicoletta Andreis.

Attività Media Pr

Le attività programmate **sull'Italia** includono alcuni progetti TV e in particolare la registrazione di 3 puntate di Melaverde (Mediaset). Verranno realizzati publiredazionali (doppie pagine) sui maggiori quotidiani nazionali nei mesi di marzo e aprile: Corriere, Repubblica, Messaggero, QN, il Giornale. Ulteriori doppie pagine tra maggio e giugno su Corriere, Repubblica, Messaggero, QN, il Giornale. È stato programmato un viaggio stampa individuale con il periodico Donna Moderna.

A queste attività si aggiungono gli incontri con le redazioni a Roma e Milano (Focus, Cairo RCS, Condè Nast e RAI) e la realizzazione di strumenti (cartelle stampa dedicate alla

primavera, comunicati, testi tailored), per offrire spunti per articoli e servizi dei colleghi giornalisti.

Sui **mercati internazionali** la comunicazione punta a mettere in evidenza i valori del Trentino: la cura, la natura, il paesaggio, le tradizioni in una forma di nuovo racconto attraverso storie ed esperienze. Previste attività di pr e di contatto con le redazioni e le agenzie di pr sui principali mercati esteri, study tour dedicati alle agenzie. È stato predisposto un calendario di incontri stampa e viaggi individuali e di gruppo. In particolare: un viaggio stampa internazionale in occasione del Tour of the Alps, per una decina di giornalisti dei mercati target (Nord Europa, DACH, Polonia, Rep. Ceca, UK, Olanda).

Per il **mercato tedesco** incontri con la stampa sono stati programmati a Berlino (all'interno dell'ITB), Vienna e Monaco di Baviera. Tra marzo e aprile saranno realizzati dei publiredazionali su quotidiani e periodici: Alpin, quotidiani regionali della Baviera, DAV Panorama, Promobil (camping), Bergsteiger, Tourenfahrer, Sportaktiv, inserto del Kleine Zeitung (A), Bergwelten, inserto del quotidiano Der Standard (A). Per l'**Olanda** incontro con la stampa ad Amsterdam, alcuni viaggi stampa individuali e un viaggio di gruppo in Paganella e realizzazione di publiredazionali sui periodici Libelle, Ride, Grazia, National Geographic Traveller, Vrouw Glossy, Fiets Actief, Columbus Magazine, Marie Claire. Per l'**Inghilterra** la partecipazione al Media Workshop IMM Travmedia a Londra, un secondo incontro stampa a Londra e un viaggio stampa individuale. **Nord Europa (Danimarca)**: viaggi stampa individuali e di gruppo a Madonna di Campiglio e publiredazionali su Amelia, Politiken. In **Repubblica Ceca**, incontro stampa a Praga, oltre alla

realizzazione di publiredazionali su quotidiani e periodici: Velo, Reflex, Camping Cars and Caravan, Ona Dnes. In **Polonia**, incontro stampa a Varsavia, viaggio stampa di gruppo in Val di Fiemme, viaggio stampa tv con l'emittente nazionale ESKA TV in Paganella, Alpe Cimbra, Trento, Sole, Non e Valsugana e realizzazione di publiredazionali su quotidiani e periodici: Bikeboard, Na Szczycie, Gory, Polski Caravanning, National Geographic Traveller, Wisokie Obcasi.

Social Media Marketing

Per la stagione primaverile 2024 è previsto il costante presidio dei canali social media Facebook, Instagram e Tik Tok di Visittrentino. La pubblicazione seguirà un piano editoriale strutturato, che dia spazio a tutte le più interessanti suggestioni primaverili: dalla natura all'enogastronomia, dai laghi all'offerta culturale, realizzando anche materiale visivo ad hoc per una fruizione sempre più immersiva dei canali.

Particolare attenzione verrà posta sulla prudenza in montagna per educare ad una frequentazione consapevole della natura. Si proseguirà inoltre con il racconto relativo al tema dell'accessibilità e dell'inclusione a partire dai settori culturale e sportivo, per mostrare un Trentino accogliente e attento alle esigenze di tutti.

Progetti Speciali

Suoni delle Dolomiti (aprile). Ci sarà un evento di lancio al MUSE Museo delle Scienze, per presentare la nuova edizione del Festival e in cui il Manifesto, elemento imprescindibile e costituente del festival, verrà raccontato attraverso la proiezione del video emozionale girato duran-



te il trekking della passata edizione. Successivamente sarà programmata una experience simile a quella del trekking de I Suoni delle Dolomiti, dedicata a stampa e influencer.

Sentiero della Pace (maggio). In occasione della rimappatura del Sentiero della Pace (avvenuta nel 2023 ad opera di Va Sentiero), è previsto un evento di lancio durante il Trento Film Festival 2024, dal 3 al 5 di maggio. Alla presentazione del progetto il 3 maggio farà seguito un viaggio stampa, che coinvolgerà sia giornalisti che influencer in un trekking lungo una delle tappe del Sentiero della Pace, nell'ambito dell'Alpe Cimbra.

Docu video (re)balance (maggio). Première del video documentario **(re)balance**, prodotto da Trentino Marketing e Nunatak Film. Girato in Trentino durante l'estate 2023, (re)balance racconta la storia di un gruppo di content creators, uniti in un viaggio attraverso le terre alte del Trentino. Lungo il percorso scopriranno l'importanza di vivere il qui e l'ora, instaurando legami autentici e riscoprendo il piacere di emozionarsi di fronte alla semplicità di alcuni momenti e di alcuni luoghi. Semplici-

cià e bellezza che solo la natura più pura può donare.

È in corso da parte di Trentino Film Commission la certificazione del documentario come "Green Film". La presentazione è prevista a maggio in occasione del Trento Film Festival.

I grandi eventi e le iniziative di travel trade

Al centro delle azioni di marketing e comunicazione anche i **grandi eventi come forte elemento di distintività** del Trentino nell'arco alpino: sport, cultura ed enogastronomia, che arricchiscono la proposta su tutto il territorio.

Si incomincia con il **Festival dell'Economia** (23 - 26 maggio), la partecipazione per il secondo anno al **Salone Internazionale del Libro di Torino** dal 9 al 13 maggio con la presenza di TM all'interno della Sala della Montagna, spazio dedicato alla narrazione e alla cultura delle Terre Alte in collaborazione con il Trento Film Festival e il Premio ITAS del libro di montagna. Particolarmente ricco il calendario dei **grandi eventi sportivi ed enogastronomici** da marzo a maggio: World Rookie Tour freeski

finals a Madonna di Campiglio, Sellaronda Skimarathon a Canazei, Lake Garda Meeting optimist a Riva del Garda, Torneo internazionale Città della Pace a Rovereto, Tour of the Alps con arrivo tappa e partenza in Valsugana, Gran premio del Trentino prova mondiale motocross a Pietramurata, Garda Trentino Trail a Riva del Garda, Giro d'Italia con arrivo a Passo Brocon e partenza da Fiera di Primiero, Vallagarina Esperienze Festival a Rovereto, la Marcialonga Cycling Craft in Val di Fassa. Lato enogastronomia la partecipazione al Vinitaly.

Tra le attività di **trade** programmate la partecipazione a **workshop**, come l'European Travel Marketplace USA, l'ITW pre ITB a Berlino, la Borsa dei Laghi a Cernobbio con post Tour sul Lago di Garda, ISTM a Obertauern (A), ITW NOVA a Desenzano, MTS a North Lake Tahoe (California) e il Good Buy Trentino a Riva del Garda. La presenza a **Fiere B2B**, ITB a Berlino, BMT a Napoli, e a **Fiere B2C** in Europa: Reisen ad Amburgo, Free a Monaco, Freizeit a Norimberga, Fiets & Wandelbeurs a Utrecht, Bergsportsdag a Nieuwegein (Olanda), Ibo/Urlaub a Friedrichshafen, E-Bike Days a Monaco.



Gli aiuti della Provincia di Trento sugli investimenti per i servizi di consulenza

Da febbraio è possibile presentare le domande secondo la nuova disciplina

3' e 20"

Andrea Rudari

Come già riportato nel numero del mese scorso del nostro giornale, con l'approvazione della legge 6/2023, la Provincia di Trento ha dato un nuovo quadro normativo agli interventi a favore delle attività economiche trentine. Una volta fatta la legge, sono state poi definite le disposizioni attuative, necessarie alla concreta applicazione delle norme stesse, di carattere generale e comune a tutti gli interventi, nonché con disposizioni specifiche per singoli interventi (consulenze, tutela ambientale, internazionalizzazione).

Il primo pacchetto di disposizioni specifiche per singoli interventi è in vigore dallo scorso 1° febbraio 2024, quindi è ora possibile presentare domanda di incentivo sulle nuove norme. Su questo numero di T&O riportiamo la nuova disciplina delle richieste di contributo per attività di consulenza.

APPARECCHI PER LA RICERCA DELLE PERSONE CONTRIBUTO 2024

Entro il prossimo 31 gennaio dovrà essere versato il contributo annuale dovuto dai detentori di apparecchi per ricerca persone, non di libero uso, il cui uso è subordinato alla presentazione di apposita dichiarazione al Ministero delle Imprese e del Made in Italy per ottenere la necessaria autorizzazione generale. Il contributo annuale da versare è pari a:

- 30 euro in caso di utilizzo fino a 10 apparati;
- 100 euro in caso di utilizzo fino a 100 apparati;
- 200 euro in caso di utilizzo oltre i 100 apparati.

Il pagamento può essere effettuato con conto corrente o vaglia postali, accreditamento bancario, pagamento elettronico pagoPA.

«Aiuti per servizi di consulenza»

Con questo intervento la Provincia agevola i servizi di consulenza, acquistati dall'impresa all'esterno dell'azienda e avviati successivamente alla data di presentazione della domanda.

Interventi agevolati

Per quanto riguarda il settore turistico-alberghiero, sono ammissibili a contributo i servizi di consulenza ricompresi tra le seguenti tipologie:

- servizi di consulenza in materia di tutela dell'ambiente e di energia;
- servizi di consulenza per la realizzazione di iniziative destinate all'adozione di buone pratiche di prevenzione e riduzione di rifiuti e il conseguimento di standard operativi certificati di maggior tutela ambientale;
- servizi di consulenza per favorire l'adozione di metodologie e strumenti necessari a misurare e rendicontare le performance di sostenibilità economica, sociale, ambientale, di governance e di maturità digitale delle imprese;
- servizi di consulenza per indagini di mercato, piani marketing e commercio telematico, finalizzati a rafforzare la presenza sui mercati;



- servizi di consulenza per l'internazionalizzazione delle imprese, finalizzati a rafforzare la penetrazione commerciale all'estero attraverso la commercializzazione di beni o servizi;
- servizi di consulenza per la definizione di un piano di sicurezza informatica;
- servizi di consulenza per la valorizzazione della forza lavoro;
- servizi di consulenza per l'avvio di imprese costituite da neoimprenditori, volti alla definizione di un business sostenibile;
- servizi di consulenza per le aggregazioni aziendali;
- servizi di consulenza per intraprendere percorsi di discontinuità rispetto alla situazione precedente.

Importante ricordare che per essere ammissibili ad agevolazione i servizi di consulenza non devono essere continuativi o periodici; inoltre, non rientrano i costi di esercizio ordinari dell'impresa quali consulenza fiscale, consulenza legale, consulenze architettoniche o la pubblicità.

Gli interventi per i quali si è chiesto contributo, devono essere completati entro 3 anni dalla data di concessione dell'incentivo.

Incentivazione

La misura del contributo è calcolata sulle spese ritenute ammissibili ed è determinata in relazione alla dimensione dell'impresa come segue:

- *piccola impresa*: 50% delle spese ritenute ammissibili;
- *media impresa*: 40% delle spese ritenute ammissibili;

- *grande impresa*, solo per servizi di consulenza in materia di tutela dell'ambiente e di energia: 40% delle spese ritenute ammissibili.

L'incentivo viene concesso in contanti e non viene elargito a titolo di *de minimis*.

Limite minimo e massimo di spesa

La spesa minima ammessa deve essere maggiore di 40mila euro (per le consulenze valore inferiore a detto limite, è possibile presentare domanda di agevolazione con procedura automatica dopo aver sostenuto le spese) mentre il limite massimo di spesa ammessa è pari a 100mila euro. La spesa ammissibile è valutata dal soggetto istruttore attraverso specifici parametri di congruità, quali il fatturato dell'impresa, le U.L.A. e il costo orario della consulenza.

Imprese ammesse

Le agevolazioni previste sono di norma concesse a piccole e medie imprese; solo per servizi di consulenza in materia di tutela dell'ambiente e di energia sono ammesse anche le grandi imprese, in possesso dei requisiti previsti. Nel caso in cui l'u-

nità operative dell'impresa non fosse di proprietà della stessa, la ditta richiedente deve stipulare un contratto di locazione o leasing o comodato o affitto d'azienda o di ramo di azienda, adeguato all'attività svolta in relazione all'iniziativa per la quale è richiesto l'incentivo. Tali contratti dovranno essere adeguatamente documentati, stipulati e registrati entro 30 giorni dalla data di emissione del primo documento di spesa relativo all'iniziativa agevolata.

Modalità di accesso alle agevolazioni

Le domande sono esaminate con procedura valutativa e quindi, vanno presentate prima di qualsiasi spesa. Nella medesima domanda può essere richiesta l'agevolazione anche per più servizi di consulenza. Ciascuna impresa può presentare una domanda all'anno, dal 1° gennaio al 31 dicembre. Nel caso in cui sia già stata presentata una domanda in base a questi criteri, può essere presentata una nuova domanda solo in seguito alla rendicontazione delle spese relative alla precedente domanda agevolata. La domanda deve essere presentata all'Agenzia provinciale per l'incentivazione delle attività economiche (APIAE) tramite posta elettronica certificata.



Eliminazione delle barriere architettoniche

Confermate le agevolazioni fino al 2025, ma con alcune novità

1° e 40°

Andrea Rudari

La detrazione per gli interventi finalizzati al superamento e all'eliminazione di barriere architettoniche nella misura del 75% resterà in vigore fino alla fine del 2025. Tuttavia, il perimetro oggettivo di applicazione dell'agevolazione si è considerevolmente ristretto. In particolare, per le spese sostenute a decorrere dal 30 dicembre 2023, la detrazione spetterà solo per gli interventi aventi per oggetto: *scale, rampe, ascensori, servo-scala, piattaforme elevatrici*.

Di conseguenza, non rientrano più nel campo di applicazione del bonus la sostituzione di pavimenti, porte, infissi esterni, terminali degli impianti e il rifacimento o l'adeguamento di servizi igienici, impianti elettrici, citofonici.

Altra novità introdotta, è l'obbligo del pagamento delle spese agevolate con il bonifico parlante. Resta con-

fermato che gli interventi devono rispettare i requisiti tecnici previsti ed il rispetto di tali requisiti deve risultare da apposita asseverazione rilasciata da tecnici abilitati. Nessuna modifica è stata, invece, apportata all'ambito soggettivo e alla spesa massima ammissibile. Possono, quindi, usufruire dell'agevolazione:

- le persone fisiche, compresi gli esercenti arti e professioni;
- gli enti pubblici e privati che non svolgono attività commerciale;
- le società semplici;
- le associazioni tra professionisti;
- i soggetti che conseguono reddito d'impresa (persone fisiche, enti, società di persone, società di capitali).

L'Agenzia delle Entrate ha precisato che possono fruire della detrazione i soggetti che possiedono o detengono l'immobile in base ad un titolo idoneo al momento di avvio dei lavori o al momento del sostenimento delle spese se antecedente detto avvio. Inoltre, rientrano nella disciplina agevolativa gli interventi effettuati su unità immobiliari di qualsiasi categoria catastale. I titolari di reddito d'impresa sono ammessi all'agevolazione a prescindere dalla qualificazione degli immobili sui quali sono stati eseguiti gli interventi come «strumentali», «beni merce» o «beni patrimoniali».

Danno diritto all'agevolazione gli interventi effettuati su «edifici già esistenti». Per quanto riguarda la spesa massima ammissibile, la detrazione deve essere calcolata su un importo complessivo non superiore a:

- 40.000 euro per unità immobiliare nel caso di edifici composti da due a otto unità immobiliari;
- 30.000 euro, moltiplicati per il numero di unità immobiliari che compongono l'edificio, in caso di edifici composti da più di 8 unità.

Tale ammontare rappresenta il tetto di spesa agevolabile riferito all'intero edificio e non quello riferito alle singole unità che lo compongono. La detrazione spettante va portata in diminuzione dell'imposta dovuta nell'anno di sostenimento delle spese e nei quattro anni successivi.



Foto: Pixabay.com

CONVENZIONE ABBONAMENTI ASSOCIATI ASAT



**ANNUALE
DIGITALE**

da martedì
a domenica

~~179 €~~

159 €



**ANNUALE
CARTACEO**

da martedì
a sabato

a domicilio
o in edicola

~~279 €~~

259 €



www.iltquotidiano.it

**ANNUALE
SITO**
versione premium

sempre
aggiornato

~~80 €~~

50 €

PROMOZIONI SPECIALI RISERVATE AGLI ASSOCIATI



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

PER ABBONARSI

- 1 VAI SUL SITO**
www.iltquotidiano.it/convenzioni_speciali
O SCANSIONA IL CODICE QR



- 2 SELEZIONA L'ABBONAMENTO
SU MISURA PER TE:**
 - ANNUALE DIGITALE
 - ANNUALE CARTACEO
 - ANNUALE SITO PREMIUM

PER ASSISTENZA E INFO CONTATTACI:

- Tel. 349 3139122
- Mail: abbonamenti@iltquotidiano.it

PER PUBBLICITÀ SUI NOSTRI MEZZI DI COMUNICAZIONE

Contattaci e saremo lieti di offrirti la nostra consulenza
per trovare insieme la soluzione più adatta alle tue esigenze

Tel. 0461 141 8400
pubblicita@iltquotidiano.it

Dubbi di Marzo

2' e 10"

All'interno dello stesso frigorifero posso mantenere diverse tipologie di prodotti?

«Sì, ma con alcune attenzioni. Il rischio che si corre in questa situazione è quello di possibile contaminazione crociata, ossia il trasferimento di eventuale carica batterica tra diverse tipologie di alimenti. Tuttavia, è possibile controllare questo rischio avendo cura di separare i diversi alimenti fra loro, anche se stoccati all'interno dello stesso frigorifero, ad esempio utilizzando contenitori muniti di coperchio oppure pellicole alimentari in grado di isolare i prodotti in questione. È, comunque, necessario sempre tener presente che non tutti gli alimenti necessitano della stessa temperatura di stoccaggio, per cui il limite di temperatura resta un fattore determinante».

Sono ancora previste, anche per l'anno 2024, le agevolazioni legate al Piano Nazionale Transizione 4.0 che concede un credito d'imposta per i beni strumentali?

«La nuova legge finanziaria dello Stato per l'anno 2024 non porta nessuna novità in merito alle agevo-

lazioni 4.0, che seguiranno quindi le regole già vigenti. In particolare, per gli investimenti effettuati dal 2023 al 2025, il credito d'imposta per i beni strumentali materiali 4.0 è pari a:

- 20% del costo per la quota di investimenti fino a 2,5 milioni di euro;
- 10% del costo per la quota di investimenti oltre i 2,5 milioni di euro e fino al limite di costi complessivamente ammissibili pari a 10 milioni di euro;
- 5% del costo per la quota di investimenti tra i 10 milioni di euro e fino al limite di costi complessivamente ammissibili pari a 20 milioni di euro oppure pari a 50 milioni di euro solo in caso di investimenti inclusi nel Pnrr ed individuati dal Ministro dello sviluppo economico.

Ricordiamo che i beni strumentali a cui si riferisce la norma sono quelli il cui funzionamento è controllato da sistemi computerizzati o gestito tramite opportuni sensori e azionamenti (ad esempio, macchine utensili e sistemi robotizzati; magazzini automatizzati e interconnessi)».

Nei giorni scorsi ho effettuato la valutazione dei rischi e ho compilato il DVR. Dove devo conservare quest'ultimo documento? Lo devo inviare alle autorità competenti?

«Il DVR (Documento di Valutazione dei Rischi) è il documento che consegue alla valutazione dei rischi per la sicurezza e la salute presenti all'interno di un'attività lavorativa. La valutazione prende in esame le sostanze e i macchinari utilizzati nel processo produttivo e le attività svolte, andando a identificare possibili elementi di rischio per i lavoratori. Una volta compilato, non c'è alcun obbligo di inviare il DVR ad alcun organo di vigilanza pubblico. Quindi, esso va sempre conservato in azienda in modo da poterlo esibire in qualsiasi momento agli organi di controllo che dovessero fare sopralluoghi o verifiche in azienda. Non basta, quindi, aver fatto la valutazione dei rischi, ma occorre avere sempre a disposizione anche il Documento. Ricordiamo che in caso di mancata o irregolare redazione del DVR, la legge prevede sanzioni penali e, nello specifico, arresto da 3 a 6 mesi o ammenda da 2.500 a 6.400 euro».



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.



cap 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Vivi le finestre in modo nuovo. Studio day Finstral.

13.04
a Calliano
e Borgo



Scopri le tre qualità della finestra perfetta:
bellezza, benessere, sostenibilità.

Vieni nei nostri Studio a Calliano e Borgo
e vivi le finestre in modo nuovo.

finstral.com/studioday

 **FINSTRAL**