

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

11.2019 Anno XXXXVII


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


FONDAZIONE UNESCO
SOCIO
SOSTENITORE

CALDA ESTATE TRENTINA: PIÙ PRESENZE E ARRIVI

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

MODIFICHE AL FONDO DI SOLIDARIETÀ

Allungata la Naspi per
gli stagionali trentini

AGRITUR: PRIORITÀ ALL'AGRICOLTURA

Obbligo del requisito
di prevalenza

EXPO RIVA HOTEL SARÀ HOSPITALITY

Dal 2 al 5 febbraio la
44esima edizione

INVERNO, VIA ALLA PROMOZIONE

Obiettivo: raggiungere i
500 milioni di contatti

INTERMEDIAZIONE: OCCHIO ALLE TRUFFE

Diffidare dei costi del
lavoro troppo bassi

Centrale Casa

dà valore al tuo immobile



CENTRALE CASA
AGENZIA DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

CENTRALE CASA è la "nuova" Agenzia di intermediazione immobiliare composta da un Team di professionisti qualificati per offrirti la miglior soluzione immobiliare, il contratto perfetto e consegnarti la chiave dei tuoi sogni. Comprare e vendere il tuo immobile insieme a noi è più veloce, insieme a noi è più semplice. Scopri tutti i servizi di CENTRALE CASA su www.centralecasa.it

Sommario

TEMA DEL MESE

- Occupazione delle stanze su del 2%,
più 6 euro il prezzo medio per stanza pag. 4
- Destinazioni turistiche trentine
in crescita per arrivi e presenze pag. 6
- B&B di Qualità e Rifugi,
le «voci» dall'extralberghiero pag. 11
- Estate positiva, ma gli hotel crescono
a velocità diversa pag. 12
- Estate 2019 in crescita per arrivi e presenze pag. 14

VITA ASSOCIATIVA

- Allungamento della Naspi,
Trentino più attrattivo per gli «stagionali» pag. 16
- 50 milioni per professionisti e piccole imprese pag. 18
- Agriturismi, obbligo
della vocazione agricola prevalente pag. 20
- Hotel 2019: oltre 22.000 visitatori
per la 43esima edizione pag. 22
- Attribute pricing: il cliente sceglie prezzo
e caratteristiche del prodotto pag. 24

GIOVANI

- GAT, 2019 all'insegna di marchi di qualità
e cultura d'impresa pag. 26

SPEAK ENGLISH

- Fitness HTL pag. 27

CORSI CAT

- Il calendario di dicembre dei corsi obbligatori pag. 28

LIBRI & TURISMO

- Turismo e confini pag. 32

FIERA HOTEL RIVA

- Expo Riva Hotel evolve in Hospitality pag. 34

TRENTINO MARKETING

- 500 milioni di contatti, ecco
l'obiettivo della promozione invernale pag. 36

NORMATIVE

- Intermediazione di lavoro: attenzione alle truffe pag. 38
- PSD2, probabile adeguamento
entro il 31 dicembre 2020 pag. 40
- Dubbi pag. 42

MAGAZINE

11.2019 Anno XXXXVII

Chiusura Editoriale 6/11/2019

Foto Copertina: Gita estiva tra lago e mountain bike - Nicola Angeli (Trentino Marketing)

tempo di lettura autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

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

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP srl - Agenzia di Pubblicità

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

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Finanziaria nazionale: i temi più significativi per Asat e Federalberghi

Il sistema politico istituzionale dell'Autonomia vanta competenze legislative e risorse finanziarie di assoluta rilevanza e può in questo contesto decidere il proprio modello di sviluppo economico, sociale e culturale. Quindi, siamo una comunità che si autogoverna in massima parte, ma che comunque si deve anche riferire a scelte che avvengono in sede nazionale attraverso il Parlamento, il Governo e che sono anche condizionate dall'agire degli apparati burocratico amministrativi.

Per questo non basta porre attenzione agli orientamenti del Governo provinciale e a quanto viene discusso e approvato nel Consiglio provinciale per esercitare come Associazione il nostro ruolo di rappresentanza, tutela e promozione degli interessi delle imprese ed, in generale, del turismo. Bisogna poter e saper incidere anche in sede nazionale attraverso un'azione concertata con gli organi dirigenziali politici e tecnici di Federalberghi, con i parlamentari eletti in Regione e con altri soggetti che possono orientare gli atti di governo. Ci vuole un'attività di lobbying attenta, di tessitura di relazioni e di rapporti, di esplicitazione di proposte concrete.

In tal senso, Asat e Federalberghi hanno una lunga tradizione di collaborazione positiva e reciproca, con capacità di gestione di questi processi. Va detto che, purtroppo, questa è una attività poco conosciuta ed a volte i risultati raggiunti e, comunque, la battaglia culturale e politica intrapresa per sostenere le ragioni delle imprese e del turismo non ricevono adeguata considerazione. Non mancano, peraltro, i riconoscimenti da parte degli associati per questa azione. Paradossalmente, ma è comunque motivo di esserne orgogliosi, anche aziende non associate ci segnalano problemi chiedendo di intervenire sul legislatore. In questi giorni c'è proprio la necessità di svolgere queste funzioni in sede di confronto sulla legge provinciale di bilancio e nello stesso tempo a livello romano, dove si sta predisponendo l'analoga legge nazionale, la quale è anche un'occasione per intervenire su norme non strettamente finanziarie.

In sede parlamentare verranno affrontati alcuni temi particolarmente significativi. In questo numero della rivista diamo conto di alcuni di essi. Tratteremo, invece, delle tematiche inerenti la legge di bilancio provinciale nel momento in cui avremo maggiori informazioni a disposizione (quindi sul prossimo numero).

L'Asat insieme a Federalberghi sta lavorando per chiedere che vengano tolti i costi aggiuntivi che il Decreto dignità ha introdotto sulle assunzioni a tempo determinato e stagionale, così diffuso ed utilizzato dalla maggior parte delle aziende del turismo. E che l'assunzione di questo provvedimento ha di fatto penalizzato. Si tratta di una norma che prima di tutto evidenzia un'incomprensione delle caratteristiche del mercato del lavoro e della ciclicità del turismo.

Prosegue a pag. 7.



direttore Roberto Pallanch

Occupazione delle stanze su del 2%, più 6 euro il prezzo medio per stanza

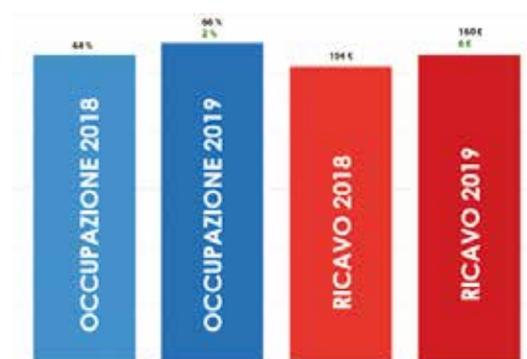
L'analisi condotta grazie al software H-Benchmark prende a campione un numero significativo di strutture su tutto il territorio

🕒 1' e 40"

In Trentino l'occupazione delle stanze nel periodo tra maggio e settembre 2019 è salita del 2% rispetto allo stesso periodo nel 2018, passando dal 64% al 66%. Inoltre, il prezzo medio per la camera (due persone, in mezza pensione Iva inclusa) è aumentato di 6 euro, da 154 euro a 160 euro.

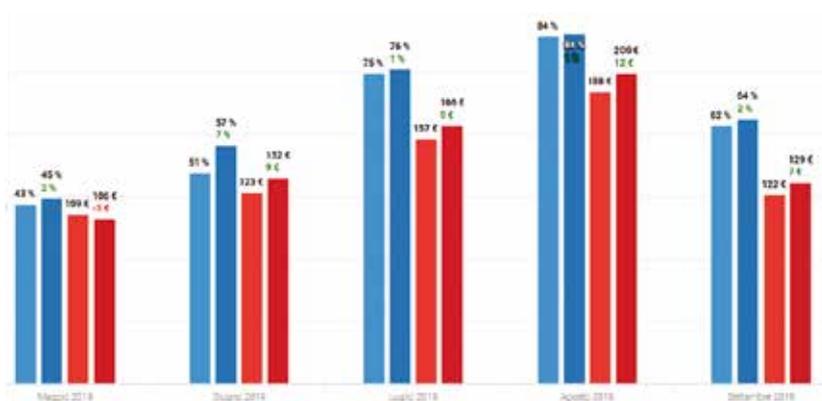
In particolare, nei mesi estivi del 2019 l'occupazione delle stanze è rimasta sostanzialmente invariata rispetto al 2018: nel mese di luglio si è rilevato un più 1% (dal 75% al 76%) ed il mese di agosto ha chiuso in pareggio sul 2018 (84%). Solo nel mese di giugno è stato riscontrato un più 6% rispetto al 2018, con un incremento dal 51% al 57%. Maggio e settembre chiudono con un più 2% (rispettivamente dal 43% al 45% e dal 62% a 64%).

Diverso, invece, il discorso per il prezzo medio delle stanze: da segnalare l'exploit del mese di agosto con un aumento di 12 euro rispetto allo stesso mese del 2018 (da 188 a 200 euro). Giugno e luglio si attestano su un incremento del ricavo per stanza pari a 9 euro, mentre a settembre lo stesso dato è aumentato di 7 euro (da 122 euro a 129 euro). Solo maggio fa segnare un calo dei prezzi medi delle camere: meno 3 euro (da 109 a 106 euro), probabilmente a causa del maltempo.



Inoltre, prendendo in esame i dati suddivisi per tipologia di hotel (unico gruppo tra i 3 stelle e i 3 stelle Superior messo a confronto con il gruppo formato dai 4 stelle e dai 4 stelle Superior), vengono registrati incrementi migliori rispetto al 2018 nel caso del secondo gruppo (4 stelle e 4 stelle Superior) sia in termini di occupazione delle stanze sia in relazione al prezzo medio per la camera.

A rilevarlo è un'analisi condotta dall'Asat attraverso una metodologia di ricerca sociale, in cui le analisi statistiche sono state effettuate su un campione significativo di hotel (3 stelle, 3 stelle Superior, 4 stelle e 4 stelle Superior) dislocati su tutto il territorio del Trentino. Inoltre, il programma utilizzato è il software H-Benchmark, introdotto in Trentino attraverso un progetto attivato grazie alla partnership di Asat, Trentino Marketing, Unat e le Apt territoriali.



Occupazione e ricavo medio mese per mese: le variazioni rispetto al 2018



COSTRUIAMO ED AMPIAMO HOTEL DAL 2006

www.essetp.it

Vuoi ingrandire il tuo Hotel?

STP, grazie all'utilizzo del legno e di tecnologie altamente performanti, costruisce ed amplia la tua struttura in modo rapido e poco invasivo.



TEMPI RIDOTTI



PIÙ SPAZIO



PRECISIONE



PUNTUALITÀ



COMFORT



FLESSIBILITÀ

Destinazioni turistiche trentine in crescita per arrivi e presenze

In linea generale, per gli alberghi la stagione estiva ha registrato un andamento migliore rispetto all'anno scorso sia in termini di arrivi sia in termini di presenze. Si attestano sugli stessi livelli del 2018 i territori del Garda, Comano e Campiglio. Mentre Val di Sole e Paganella, Valle di Fiemme e Val di Fassa, Primiero, Trento e Monte Bondone chiudono la stagione estiva con un segno più per presenze e arrivi. Un calo, invece, si nota nella zona di Levico.

Su tutto il territorio viene rilevato un aumento importante del comparto extralberghiero, sia in termini di offerta sia in termini di domanda da parte degli ospiti (per lo più stranieri). Quasi ovunque, tuttavia, il settore alberghiero, pur essendo «all'erta» in tal senso, è forte dell'elevata qualità che gli hotel sono in grado di offrire, nonché della fornitura di servizi specifici di qualità. Inoltre, la tipologia di clientela ha caratteristiche completamente differenti rispetto a quella alberghiera, per budget e per stile di vacanza. Non emerge, quindi, per ora eccessiva preoccupazione da parte delle strutture ricettive alberghiere: la maggior parte di turisti comunque continua a scegliere di trascorrere la vacanza in hotel. Tra le criticità permane la difficoltà a reperire personale stagionale qualificato, nonché problematiche relative al traffico intenso che genera insoddisfazione negli ospiti ed ai cambiamenti climatici.

In questo caso l'analisi è stata condotta attraverso interviste telefoniche rivolte ad alcuni «portavoce» di ciascuna area considerata.

Territorio per territorio, l'analisi puntuale della stagione estiva 2019

ALTO GARDA. Intervista a Alberto Bertolini, vicepresidente Asat

Andamento stagione 2019. Arrivi e presenze si attestano sugli stessi livelli del 2018.

Problemi riscontrati. Maggio è stato un mese difficile, dovuto sia all'assenza di «ponti» per i turisti del mercato tedesco sia a condizioni meteo negative. La problematica più grossa riscontrata è relativa alla tendenza marcata e preoccupante delle prenotazioni all'ultimissimo minuto: è importante che gli albergatori abbiano la capacità di mantenere prezzi corretti sotto data anche in caso di bassa occupazione. Il mercato tedesco subisce le ripercussioni del rallentamento dell'economia, ma per fortuna il «cedimento» registrato è leggero. Una forte criticità è rappresentata dalla viabilità: tra Rovereto e Riva il traffico è incessante a qualsiasi ora del giorno, con insoddisfazione palpabile degli ospiti.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. L'eccessivo peso del settore extralberghiero rischia di far perdere appeal alla destinazione turistica. Una «diminuzione di valore» che investe l'intera località, più quantità che qualità, con fenomeni di «overtourism» pericolosi nel lungo periodo.



Le Dolomiti di Brenta nella loro «veste estiva»



🕒 8' e 30"

Windsurf al Lago di Garda

Foto: Fabio Stronpoli

LEVICO.

Intervista a Walter Arnoldo, membro Giunta esecutiva Asat

Andamento stagione 2019. I dati forniti dall'Apt (periodo da gennaio ad agosto) rivelano una flessione delle presenze del comparto alberghiero pari al 3,7%. Questo calo si traduce in un meno 2,5% per la clientela italiana e in un meno 5,6% per la clientela estera rispetto al 2018. I campeggi nello stesso periodo hanno registrato invece un più 8,5% di presenze.

Problemi riscontrati. I cambiamenti climatici stanno generando dei possibili cambiamenti dell'offerta turistica che gli albergatori devono affrontare. I clienti, inoltre, riducono la durata del soggiorno e pernottano per soli due o tre giorni. Non solo. Durante il mese di settembre la località attrae clienti solo nel fine settimana, stimolati da eventi specifici organizzati dalla destinazione. Gli hotel con centro benessere o che hanno effettuato maggiori investimenti sul brand aziendale registrano andamenti migliori rispetto a quelli senza centro benessere. Il mercato tedesco sta vivendo una crisi economica e i clienti sono attenti al contenimento della spesa legata alle ferie.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Il comparto extralberghiero, rappresentato dai campeggi, ha registrato un aumento importante rispetto al 2018 (più 8,5% complessivo, di cui più 12,1% italiani e più 7,6% stranieri).

... segue dalla prima pagina

Inoltre, riproponiamo l'utilità di un provvedimento, quello dell'introduzione dell'iperammortamento nel nostro settore, che riteniamo potrebbe venire incontro alle necessità di investimenti significativi a livello aziendale e fare da volano per tutti quei settori che gravitano attorno ad esso, a partire da quello dell'edilizia e più in generale del mondo artigiano. In una fase di depressione del ciclo economico tale provvedimento potrebbe contribuire ad invertire questa situazione.

Analogamente, nel momento in cui si discute di ridurre il cuneo fiscale per alleggerire gli oneri alle imprese ed incrementare la capacità di spesa dei lavoratori, si potrebbe pensare all'esenzione contributiva e fiscale delle somme erogate ai lavoratori per prestazioni di straordinari e premi. Anche questo provvedimento potrebbe contribuire al rilancio dell'economia del paese.

Sempre in questa direzione va la richiesta di una completa deducibilità dell'Irap. È stato chiesto, inoltre, il rifinanziamento della misura che prevede il credito di imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive. Infine, Asat e Federalberghi evidenziano molti altri provvedimenti certamente minori ma ugualmente utili per riuscire a semplificare il contesto in cui si trovano ad operare le imprese turistiche.

Siamo consapevoli che le richieste da noi indicate non siano di facile introduzione. Ma è giusto condurre un'azione decisa per farne comprendere l'importanza. Misureremo anche le sensibilità e l'impegno di chi potrebbe diventarne promotore nelle competenti sedi parlamentari.

👤 direttore Roberto Pallanch

MADONNA DI CAMPIGLIO. Intervista a Marco Masè, vicepresidente Asat

Andamento stagione 2019.

La località rileva un andamento positivo, con cauto ottimismo degli albergatori.

Problemi riscontrati. Campiglio vive una stagionalità estiva breve, a causa dell'alta quota che limita la durata del periodo di apertura. Un problema rilevante è legato al reperimento del personale. Purtroppo le figure professionali disponibili a lavorare in hotel sono solo in parte adeguate. Il personale è caratterizzato da una scarsa specializzazione, perché i lavoratori più esperti scelgono di lavorare in destinazioni di mare dove la stagione è più lunga. Gli hotel spesso impiegano studenti che sono interessati ad un impiego per le vacanze estive. Durante la stagione estiva i cambiamenti climatici stanno avvantaggiando la destinazione di Campiglio, poiché i clienti cercano un clima fresco e scelgono destinazioni in quota.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Il settore alberghiero si sta specializzando nella fornitura di servizi di qualità quali, ad esempio, il noleggio delle attrezzature (bike) e lo sviluppo di accordi con gli operatori del territorio (DoloMeetCard). Questi servizi sono offerti solo parzialmente dalla strutture del settore extralberghiero, che quindi danno un prodotto meno accattivante rispetto all'alberghiero.

TERME DI COMANO. Intervista a Paolo Brunelli, membro Giunta esecutiva Asat

Andamento stagione 2019. Positivo.

Problemi riscontrati. La zona è penalizzata dal traffico pesante. Sono anche presenti pochi servizi di destinazione (ad esempio la pista ciclabile non è terminata). L'animazione a favore degli ospiti viene garantita dall'Apt solo fino alla riapertura delle scuole. E gli ospiti fanno notare che, a fronte del corrispettivo della tassa di soggiorno, non vengano inclusi servizi percepiti come rilevanti. Comano è caratterizzata da un prodotto termale che, se promosso adeguatamente, potrebbe contribuire a estendere la stagionalità di almeno due mesi.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. La località rileva un abbassamento dei prezzi causati dalla corposa offerta del settore extralberghiero.

VAL DI SOLE E TONALE.

Andamento stagione 2019. La stagione è andata bene, comparando le presenze alberghiere con quelle del 2018 si nota a giugno un aumento del 16%, a luglio un più 1%, ad agosto un incremento dell'8% e anche per settembre il trend resta positivo.

Problemi riscontrati. Difficoltà nel trovare personale specializzato e nell'attrarre risorse lavorative stabili provenienti dalla vicina scuola alberghiera.



Foto Daniele Ibra

Le Dolomiti di Brenta a Madonna di Campiglio

■ PAGANELLA.

Interviste a Marika Perli, membro Giunta esecutiva Asat, e a Michele Viola, presidente Apt Dolomiti Paganella

Andamento stagione 2019. In termini di presenze l'andamento è positivo, con leggero aumento rispetto 2018.

Problemi riscontrati. Nessun problema particolare.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Il settore extralberghiero registra una crescita e completa l'offerta alberghiera.

■ VALLE DI FIEMME.

Interviste a Emanuela Felicetti, vicepresidente dell'Asat, e Francesca Braus, presidente Giovani albergatori del Trentino

Andamento stagione 2019. A giugno ed agosto i dati dell'Apt mostrano un incremento pari al 2,5%-3%. La stagione ha registrato un andamento migliore rispetto all'anno scorso, soprattutto a fine agosto e inizio settembre, dovuto anche al meteo positivo.

Problemi riscontrati. La difficoltà a reperire personale qualificato, che deve far fronte alla organizzazione di piccole dimensioni degli hotel familiari ed alla stagionalità delle attività. Il personale locale scarseggia poiché preferisce essere impiegato in aziende locali di altri settori economici, che garantiscono una miglior conciliazione tra vita e lavoro. Si rileva, poi, il fenomeno della «svendita» delle camere sotto data.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Nella località si sono registrati incrementi nel settore extralberghiero, soprattutto da parte della clientela straniera, in concomitanza di eventi sportivi e di manifestazioni. Questa scelta potrebbe essere interpretata come una ricerca di una tipologia di vacanza più libera, meno scandita da orari e con maggiori spazi rispetto alla classica camera d'albergo. La predilezione per l'extralberghiero potrebbe essere anche interpretata come una scelta per ridurre l'esborso finanziario legato alla vacanza, riducendo i servizi ricevuti (il costo per persona in B&B in hotel è di circa 35-40 euro, in appartamento senza colazione di 18-20 euro).



Un'immagine panoramica dalla Paganella

■ VALLE DI FASSA.

Interviste a Filippo Debortol, membro Giunta esecutiva Asat, e a Davide Moser, membro Giunta esecutiva Asat

Andamento stagione 2019. La stagione è andata molto bene e si è allungata di un paio di settimane, generando maggiori presenze e maggiori ricavi.

Problemi riscontrati. La mobilità rimane la criticità principale della gestione del turismo estivo. Specialmente nei periodi di altissima stagione (luglio e agosto) la Strada statale 48, l'unica via di fondo valle, è costantemente congestionata. E questo crea forti disagi per ospiti e residenti, senza contare il danno ambientale. Tutto ciò rende vani gli sforzi delle amministrazioni locali e delle imprese turistiche tesi a favorire l'uso dei mezzi pubblici ed a creare prodotti turistici a vocazione sostenibile (vacanza attiva). A questo si aggiunge la carenza di strutture volte a sostenere la mobilità alternativa (ad esempio piste ciclabili adeguate). Da diversi anni ormai le imprese registrano un'elevata difficoltà di reperimento di personale formato e qualificato (in particolare in estate le località di mare risultano più attrattive per i lavoratori che prediligono stagionalità più lunghe). Si aggiunge, inoltre, la problematica dei prezzi praticati spesso soggetti a repentini ingiustificati abbassamenti. In conclusione, sarebbe auspicabile approfondire il tema del cambiamento climatico e del suo impatto sul mercato del turismo in modo da mettere in campo azioni concrete volte a guidare e sostenere gli imprenditori nei cambiamenti che esso comporta.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Nel mondo alberghiero si osserva la tendenza a sopprimere il servizio ristorante. Nella destinazione il settore extralberghiero non viene vissuto al momento come un pericolo, poiché la qualità erogata è nettamente inferiore a quella del servizio alberghiero.

■ FIERA DI PRIMIERO. Intervista a Pierantonio Cordella, membro Giunta esecutiva dell'Asat

Andamento stagione 2019. La stagione è andata meglio rispetto a quella del 2018. Il Giro d'Italia di fine maggio ha contribuito ad incrementare sia l'occupazione sia il revenue.

Problemi riscontrati. La stagione estiva si accorcia e le prenotazioni arrivano sempre più sotto data. I cambiamenti climatici generano problemi nuovi che gli albergatori dovranno affrontare (ad esempio temperature elevate anche in alta quota). Il caldo intenso si protrae anche per periodi più lunghi rispetto al passato e costringe gli albergatori a valutare l'idea di introdurre i condizionatori in camera. Si dovrà prevedere un incremento di costi legati al raffreddamento estivo dei condizionatori, oltre a quello del riscaldamento invernale.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Il settore extralberghiero sta registrando un incremento, sia dal punto di vista dell'offerta sia della richiesta.

Al momento ciò non costituisce un pericolo, ma è necessario monitorare la situazione. L'attività del settore extralberghiero rappresenta un'attività secondaria per i gestori, ma potrebbe incentivare i clienti che attualmente utilizzano gli hotel a modificare comportamenti di acquisto. I prezzi del settore extralberghiero si stanno avvicinando a quelli del settore alberghiero.



Foto Mauro Merandini

Il Cristo Pensante in Valle del Primiero.



Foto A. Russo

La fontana del Nettuno a Trento

■ TRENTO E ROVERETO. Intervista a Natale Rigotti, membro Giunta esecutiva Asat

Andamento stagione 2019. L'andamento della stagione estiva appare molto positivo.

Problemi riscontrati. Il maggior problema riscontrato in città è quello legato alla sicurezza, soprattutto a Trento. Ed in particolare nelle zone adiacenti alla stazione ferroviaria e al centro storico. L'Apt anima con intensità la vita cittadina, organizzando numerose manifestazioni. Le quali giocano un ruolo molto importante per attrarre ospiti a Trento, generando effetti positivi sul sistema turistico.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Rispetto agli anni scorsi si nota un'intensificazione del numero dei B&B presenti sul territorio. Il mercato turistico sta cambiando molto velocemente e gli albergatori devono leggere attentamente le richieste degli ospiti stranieri, per modificare la propria offerta secondo i nuovi stili. Sono molti hotel che chiudono i propri ristoranti interni e incoraggiano gli ospiti a vivere i ristoranti della città.

B&B di Qualità e Rifugi, le «voci» dall'extralberghiero

Bilancio positivo
rispetto al
passato 2018

🕒 1' e 35"

■ B&B DI QUALITÀ.

Intervista a Stefania Angeli, presidente B&B di Qualità

Andamento stagione 2019. L'estate ha registrato un andamento positivo rispetto al 2018, caratterizzata da un inizio lento ma con ampio recupero successivo.

Problemi riscontrati. È diffuso l'abusivismo, ovvero la concorrenza sleale tra strutture della stessa tipologia che tengono prezzi estremamente bassi senza la garanzia di qualità o della corrispondenza alle norme di settore.

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Il settore extralberghiero (appartamenti e B&B) sta riscuotendo grande interesse da parte della clientela, molto diversa da quella alberghiera sia per esigenze che per capacità di spesa. Quindi, si tratta di un completamento dell'offerta turistica

■ RIFUGI DEL TRENTINO.

Interviste a Ezio Alimonta, presidente Associazione Rifugi del Trentino, e a Ezio Croce membro direttivo Associazione Rifugi del Trentino

Andamento stagione 2019. Si rileva un andamento simile a quello del 2018, forse un po' migliore (dati non definitivi). La stagione è partita sottotono, poi è migliorata.

Problemi riscontrati. Il cambiamento climatico influisce negativamente sulle scorte idriche dei rifugi. Infatti, a causa dell'arretramento dei ghiacciai, i rifugisti sono obbligati a trovare nuove soluzioni per il reperimento e lo stoccaggio dell'acqua. L'approvvigionamento è sempre complesso nonostante, rispetto ad un tempo, ci siano stati dei miglioramenti non indifferenti grazie allo sviluppo di teleferiche sempre più efficienti ed all'utilizzo di elicotteri. Un grosso limite è rappresentato dalla dipendenza da gruppi elettrogeni per la produzione di energia elettrica con conseguenza di disagi sia per gli ospiti (inquinamento acustico e ambientale, oppure impossibilità nella fornitura continuativa di energia) sia per i gestori stessi (utilizzo discontinuo delle apparecchiature quali freezer, frigoriferi, forni, lavatrici).

Trend differenti tra settore alberghiero ed extralberghiero. Non ci sono ad oggi elementi concreti per determinare con precisione differenze di trend tra questi due settori.

L'ASSEMBLEA DELLA ASSOCIAZIONE GESTORI RIFUGI DEL TRENTINO MERCOLEDÌ 27 NOVEMBRE A RIVA DEL GARDA

È convocata per mercoledì 27 novembre l'assemblea ordinaria degli aderenti alla Associazione gestori di rifugi, guidata dal presidente **Ezio Alimonta**, che si svolgerà presso il Centro di Formazione Professionale Alberghiero di Riva del Garda (Rione Europa, 3) alle ore 9.30 del mattino. Il ricco ordine del giorno prevede una prima parte privata e la presentazione del bilancio dell'Associazione, alla quale farà seguito la parte pubblica introdotta dai saluti della Direttrice del CFP **Elisabetta Filippi**.

Molti saranno gli argomenti trattati nel corso dell'incontro:

- Relazione sull'attività svolta dall'Associazione
- Trentino Marketing: il Piano Strategico dei Contenuti e Feratel
- ISA: Indici Sintetici di affidabilità (dott. Luca Scaramazza)
- Gli errori più comuni nella comunicazione social (Virna Pierobon)
- Il cliente ha sempre ragione...o no?!?! La dura vita del rifugista fra coerenza e marketing (Flavio Antolini).

A conclusione degli interventi è previsto uno spazio per il dibattito e, per finire, il pranzo preparato e servito dagli studenti del CFP.

Estate positiva, ma gli hotel crescono a velocità diversa



Foto Paolo Pedrotti

Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola

«Difficoltà di spostamento, cambiamenti climatici, extralberghiero non regolamentato frenano il turismo»

La crescita di arrivi e presenze è positiva, ma è solo uno degli indicatori utili a fare un quadro complessivo della stagione estiva in Trentino. A dirlo è il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**, che non scorda di porre l'attenzione su alcune delle principali criticità riscontrate dagli albergatori. Ovvero traffico e difficoltà di spostamento, cambiamenti climatici con adeguamento degli hotel a questi ultimi e forte disparità di crescita tra alberghi di diversa categoria. Senza scordare l'exploit del settore extralberghiero, per cui manca ancora un regolamentazione vera e propria.

«Preoccupa molto - dichiara Battaiola - la disparità tra gli imprenditori che investono e sono presenti sul mercato e gli albergatori che, invece, fanno più fatica a muoversi in tale direzione». Non a caso dall'analisi quantitativa esposta nelle pagine precedenti risulta che la crescita per hotel 4 stelle e 4 stelle Superior è maggiore rispetto a quella osservata per gli hotel 3 stelle e 3 stelle Superior. «È comunque - aggiunge - importante investire all'interno delle proprie aziende per mantenerle competitive sul mercato. Anche nell'ottica dei grandi cambiamenti climatici». E qui si introduce un'altra forte criticità. «Con estati più calde - spiega Battaiola - è necessario investire per rendere piacevole la permanenza dell'ospite in albergo, ad esempio in impianti di aria condizionata e di trattamento dell'aria».

🕒 2' e 10'

✍️ Fabia Sartori

Non solo. «Serve una miglior organizzazione - afferma - riguardo ai collegamenti presenti sul territorio. E questo per far fronte alle problematiche di traffico e difficoltà di spostamento che affliggono alcune destinazioni. Se vogliamo offrire qualità e soddisfare l'ospite che vuole visitare un Trentino caratterizzato soprattutto da una natura incontaminata, dobbiamo intervenire sulla congestione automobilistica di alcune località, che stride fortemente con l'immaginario dei turisti».

E poi la crescita del settore extralberghiero. «Pur consci che non possiamo arrestare tale fenomeno - dice il presidente dell'Asat - chiediamo almeno che il sistema turistico extralberghiero trentino operi totalmente nella legalità. La crescita esponenziale dell'ospitalità extralberghiera rimane un fenomeno preoccupante se non regolamentato. Ad oggi, la pianificazione urbanistica è completamente stravolta poiché non c'è più suddivisione regolamentata tra appartamenti residenziali e turistici».

Gli eventi sportivi e culturali di inizio e fine stagione rivestono, infine, una grande importanza «nell'obiettivo di far conoscere sempre più il nostro territorio e dare motivazioni agli ospiti di raggiungerlo in periodi che economicamente non sono di vacanza. Ed andrebbero ben distribuiti su tutto il Trentino». Il presidente Battaiola plaude, perciò, ad iniziative quali Festival dello Sport e Festival dell'Economia, Mondiali di mountain-bike e gare di vela sul lago di Garda.

Forza dalla Natura.

Risparmia subito sull'acquisto
di gas naturale.



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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



cap 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Estate 2019 in crescita per arrivi (più 6,4%) e presenze (più 4,5%)

È positivo il bilancio provvisorio che prende in analisi arrivi e presenze nel settore alberghiero ed extralberghiero nel periodo compreso tra giugno e agosto 2019. Complessivamente gli arrivi sono stati 1 milione e 860.575 con un gap positivo rispetto al 2018 pari al **6,5%**. Per quanto riguarda le presenze, invece, il totale tra alberghiero ed extralberghiero arriva a quota 8 milioni 332.896, crescendo del **4,5%** rispetto allo stesso trimestre del 2018.

Il vicepresidente dell'Asat **Marco Masè** commenta i dati della stagione estiva, invitando i colleghi albergatori ad un «continuo impegno volto al miglioramento». «I buoni risultati ottenuti dal turismo trentino – osserva – non devono farci perdere il senso di necessità verso aggiornamento e formazione continui. Fondamentale è perseguire l'obiettivo della sostenibilità con le novità, lo sviluppo e l'innovazione che ne conseguono. Non deve mancare equilibrio tra innovazione, ambiente e sviluppo». A proposito del tema della sostenibilità è intervenuto anche il direttore dell'Asat **Roberto Pallanch**, ricordando che «essere "green" rappresenta una scelta di carattere strategico che riguarda le aziende, l'ambiente ed il territorio». «In tal senso – aggiunge – è importante muoversi con progettualità, scelte e visioni coerenti tra il mondo politico e gli attori del territorio (Apt, categorie, Trentino Marketing)».

Cresce il tasso di internazionalizzazione con un aumento del 9,2% di arrivi e del 6,8% di presenze



Famiglia in cammino nel verde della Valsugana

Tornando alla stagione estiva 2019, i dati presentati dall'Asat e forniti dall'Ispat (Istituto di statistica della Provincia) denotano una forte internazionalizzazione in termini di presenze ed arrivi. Va detto che sia per i turisti **stranieri** sia per gli ospiti italiani il trend di crescita è positivo. In particolare, però, gli arrivi stranieri sono saliti del 9,2% su entrambi i settori (alberghiero ed extralberghiero; da 650.446 a 710.203), mentre le presenze mostrano un gap positivo del 6,8% (da 2 milioni 703.588 a 2 milioni 887.156). In particolare, va rilevato che valori marcati di crescita vengono registrati per gli stranieri nel settore extralberghiero: più 14,9% di arrivi (da 254.106 a 295.305) e più 11,7% di presenze (da 1 milione 296.600 a 1 milione 448.738). Per quanto concerne gli **italiani**, i tassi di crescita sono più contenuti: rispetto al 2018, gli arrivi sono aumentati del 4,8% (da 1 milione 97.214 a 1 milione 150.372) e le presenze del 3,3% (da 5 milioni 273.702 a 5 milioni 445.740).



Foto Patrizio Andreatta

Le limpide acque del Lago di Caldonazzo

🕒 3' e 45"

L'andamento giornaliero delle presenze negli esercizi alberghieri delinea una curva, rispetto allo stesso mese estivo del 2018 (giugno, luglio, agosto), quasi coincidente per l'intero periodo preso in esame (analisi condotta considerando un campione di 1.501 alberghi).

A fare la parte del «leone» in termini di crescita, inoltre, è il **settore extralberghiero**: con 608.674 arrivi (più 9,9% rispetto al 2018) e 2 milioni 993.049 presenze (più 8,1% rispetto al 2018) riesce a raggiungere un incremento sullo scorso anno pari al doppio (in punti percentuali) rispetto agli stessi valori calcolati per il **settore alberghiero**. I numeri più «corposi» restano comunque all'interno del settore alberghiero: sono 1 milione 251.901 gli arrivi (con un incremento del 4,9% rispetto al 2018) e sono 5 milioni 339.847 le presenze (con un incremento del 2,5% rispetto al 2018). Segnale chiaro, quindi, del fatto che la fetta di torta più grossa è sempre a favore dell'alberghiero: il 67,3% degli arrivi totali e il 64,1% delle presenze totali sono correlati ad ospiti che scelgono di trascorrere la loro vacanza in hotel.

Prendendo in analisi i singoli mesi, **agosto** 2019 è il migliore in termini di arrivi e presenze rispettivamente con 770.853 e 3.745.739, e fa segnare incrementi del 7,2% (arrivi) e del 2,8% (presenze). Segue il mese di luglio 2019 con 657.681 arrivi e 3.129.095 presenze, che nella comparazione con luglio 2018 registra un timido più 0,3% per gli arrivi ed un più 2,1% riguardo alle presenze. Per concludere con giugno 2019: gli arrivi sono stati 432.041 (più 15,8% sul 2018) e le presenze sono state 1.458.062 (più 14,9% sul 2018). Va da sé, perciò, che la miglior crescita sul 2018 la fa registrare, per ora, proprio il mese di **giugno**. I dati si riferiscono al comparto alberghiero ed extralberghiero.

In termini di «località» predilette dai turisti, l'analisi viene condotta unicamente in ambito alberghiero. Il **Garda Trentino** continua ad essere il territorio preferito dagli ospiti che scelgono il Trentino con 242.275 arrivi e 895.424 presenze estive. Sono, infatti, 74.920, 80.884 e 86.471 gli arrivi rispettivamente del mese di giugno, luglio e agosto 2019. Identico il trend per le presenze: 253.456 a giugno, 310.480 a luglio e 331.488 ad agosto. Sempre in termini di preferenza, segue la **Val di Fassa** sia per arrivi (38.558 a giugno, 73.806 a luglio e 85.976 ad agosto) sia per presenze (121.164 a giugno, 400.851 a luglio e 474.004 ad agosto). Si tratta, per la Val di Fassa, di 198.340 arrivi e 996.019 presenze nella stagione estiva. Da osservare, però, che il maggior tasso di crescita per arrivi e presenze si rileva nell'ambito turistico di **Trento, Monte Bondone e Valle dei Laghi**: ad agosto, ad esempio, gli arrivi sono cresciuti del 10,6% (40.125) e le presenze del 5,5% (88.140). Simile l'andamento nei mesi di giugno e luglio con un incremento del 12,3% e del 12,0% per gli arrivi e del 17,8% e 12,2% per le presenze.

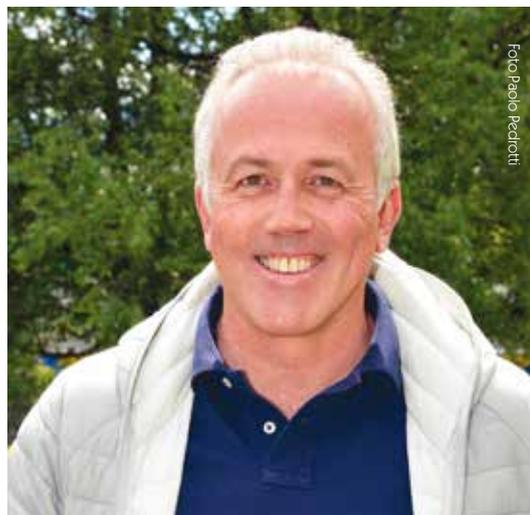


Foto Paolo Pedrotti

Il vicepresidente dell'Asat Marco Masè

Allungamento della Naspi, Trentino più attrattivo per gli «stagionali»

🕒 3' e 20"

👤 Fabia Sartori

Il Fondo territoriale di solidarietà, grazie all'ok arrivato da Roma ed alle modifiche volute dalle parti sociali trentine, riuscirà a portare aiuto economico ad una platea di imprese e di lavoratori più ampia. E questo per le imprese turistiche del Trentino significa poter contare su un "allungamento" della disoccupazione per i lavoratori stagionali. «Siamo di fronte ad una concreta misura in grado di supportare le aziende alberghiere nella fidelizzazione dei lavoratori stagionali. Si tratta di un provvedimento efficace al fine di "stabilizzare" ed ottimizzare i flussi lavorativi che riguardano i collaboratori degli hotel trentini». È questo il commento del presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**. Che aggiunge: «Insieme alla recente firma del Protocollo d'intesa per favorire l'occupazione nel settore turistico tramite i Servizi per l'impiego, promosso dall'Asat e sottoscritto da diversi soggetti ed enti, i denari che arriveranno dal Fondo di solidarietà per rendere più lungo il periodo di disoccupazione retribuito si configurano come rimedio efficace ad una problematica che da tempo affligge gli albergatori. Ovvero l'incremento, in particolar modo nelle ultime stagioni, del numero di posti lavorativi vacanti presso le strutture ricettive provinciali».

Va subito sottolineato che il Fondo di Solidarietà è nato su iniziativa di Asat, Fedcoop, Confcommercio, Confercenti, Confindustria, Confprofessioni e Cgil, Cisl e Uil del Trentino e con il sostegno della Provincia al fine di andare incontro ai bisogni dei lavoratori delle piccole e piccolissime imprese locali. «Il Fondo si rivolge alle aziende con meno di quindici dipendenti ed attiva per loro il meccanismo di cassa integrazione. Il fatto che sia stato

possibile istituire un Fondo specificatamente per la provincia di Trento ha permesso di rendersi conto rapidamente che le risorse destinate all'utilizzo primario erano molto maggiori delle necessità (grazie anche alla buona situazione economica della nostra Provincia). Il Comitato amministratore del Fondo si è, dunque, interrogato su un proficuo utilizzo delle risorse e ha proposto alle parti sociali una modifica della possibilità di utilizzo di queste. L'accordo tra le parti sociali e il nuovo decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali di concerto con il Ministero delle Finanze consegnano ora al Comitato di gestione del Fondo nuovi strumenti per rispondere alle specifiche esigenze delle aziende trentine ed in particolare alle aziende del comparto turistico ricettivo», dichiara il vicepresidente dell'Asat, nonché membro del Comitato di gestione del Fondo, **Alberto Bertolini**.



Foto Aidi

Il vicepresidente dell'Asat Alberto Bertolini



Il cameriere è uno dei lavoratori stagionali più ricercati

In particolare, l'Asat ha sollecitato il Comitato amministratore del Fondo con l'obiettivo di ottenere una particolare attenzione nei confronti dei lavoratori stagionali. Con il risultato che, d'ora in poi, gli «stagionali trentini» potranno contare su un mese (al massimo) in più di erogazione Naspi rispetto al resto dei colleghi italiani. Quindi, in Trentino l'erogazione della Naspi si allunga al massimo di un mese (con tetto complessivo di quattro mesi). I lavoratori stagionali con contratti di lavoro ricorrenti (almeno sei mesi di lavoro anche non continuativi con la stessa azienda) avranno la possibilità di fruire di un mese aggiuntivo in termini di reddito percepito e di copertura previdenziale. «Questa misura - commenta Battaiola - è in grado di rendere il nostro territorio potenzialmente molto più attrattivo per i lavoratori stagionali rispetto alle altre regioni d'Italia».

Non scordiamo che, negli ultimi anni, è stato introdotto un nuovo metodo di calcolo per determinare la durata dell'indennità di disoccupazione per i lavoratori stagionali. Il quale vale in tutt'Italia. Ad esempio, un lavoratore stagionale che è occupato per sei mesi non percepisce più sei mesi di indennità, ma gli viene erogata una Naspi per un periodo pari al 50% dei mesi lavorati (tre mesi nel caso dell'esempio in questione).

«Questo fatto - spiega Battaiola - ha indotto moltissimi lavoratori stagionali a "spostarsi" in territori più attrattivi dal punto di vista della lunghezza della stagione, spesso verso località straniere dato che in Italia la stagione dura in media sei mesi». «Grazie alle modifiche apportate al Fondo di solidarietà - aggiunge il presidente - diventiamo più attrattivi come territorio ed abbiamo la possibilità di fidelizzare i lavoratori».

L'Asat in prima linea per ottenere particolare attenzione nei confronti di questa tipologia di lavoratori

Il Fondo territoriale di solidarietà, con la nuova regimentazione d'accesso, è in grado di rendere più agevole per le piccole imprese la possibilità di ottenere contributi alla formazione continua dei dipendenti. «L'idea di base - dice Bertolini - è quella di poter contare su personale che riceve formazione in maniera costante nel corso della sua carriera. E con le nuove risorse economiche che arriveranno dal Fondo e si affiancheranno ai fondi già messi a disposizione degli enti bilaterali e dal fondo For.Te. - conclude il vicepresidente - sarà possibile ampliare la platea di lavoratori che parteciperanno a corsi di aggiornamento, con corrispettiva retribuzione delle ore che il lavoratore impiega nella formazione».

REALIZZAZIONE
ELEMENTI DI
ARREDO
IN METALLO
SU MISURA

mat
linea garden

MAT srl
Padova
www.mat.pd.it
@ matsrlgarden

50 milioni per professionisti e piccole imprese

Le imprese trentine possono contare su una nuova forma di sostegno economico. Che prevede l'erogazione di un importo limite di 50 milioni di euro di finanziamenti bancari, sotto forma di mutui della durata massima di 84 mesi. A sostenere le imprese del territorio in tutte le loro necessità di credito è Confidi Trentino Imprese. Il cui Consiglio di amministrazione ha recentemente deliberato la costituzione del «Plafond Sostegno Imprese Trentine».

Come funziona il nuovo Plafond?

Questo innovativo strumento prevede l'erogazione di 50 milioni di finanziamenti bancari, sotto forma di mutui della durata massima di 84 mesi. La garanzia assicurata, che si pone come intermediario tra gli istituti finanziari e le imprese beneficiarie, sarà a prima richiesta e prevede la copertura fino all'80% dell'importo del finanziamento erogato, a fronte del versamento di commissioni e spese di istruttoria particolarmente agevolate.

Chi può beneficiare del nuovo strumento?

Fino al 31 dicembre 2019 (Confidi sta valutando di rifinanziare il Plafond per il 2020), questo strumento sarà a disposizione di imprese e professionisti con sede legale o operativa in Trentino. Confidi vuole sostenere i programmi di sviluppo aziendale delle imprese beneficiarie, ma anche puntare al miglioramento della

🕒 1' e 55"

Confidi Trentino Imprese in prima linea a sostegno delle aziende trentine

loro situazione finanziaria. Il requisito principale per poter accedere è che le operazioni finanziarie abbiano le condizioni per poter beneficiare dell'intervento del Fondo di Garanzia per le piccole e medie imprese (ex L. 662/96).

Perché conviene?

Uno degli aspetti caratteristici di questa nuova iniziativa è la particolare convenienza delle commissioni richieste. Il costo della garanzia, infatti, è stato eccezionalmente ridotto e varia in base all'importo garantito e alla tipologia di impresa che lo richiede. Nello specifico, per le micro e piccole imprese le commissioni sono dello 0,5%, mentre per le imprese di medie dimensioni sono dell'1%. Le commissioni si calcolano sull'importo garantito e sono da versare una tantum all'erogazione del finanziamento. L'importo delle spese di istruttoria varia in base all'importo garantito e va da un minimo di 50 euro ad un massimo di 400 euro. Ad esempio, un Mutuo di 100.000 euro garantito da Confidi al 50% costerà 350 euro (250 euro di commissioni e 100 euro di spese istruttoria).

Quali sono gli Istituti di Credito convenzionati?

Gli Istituti di Credito convenzionati per l'erogazione dei finanziamenti agevolati previsti dal nuovo Plafond sono: le Casse Rurali Trentine, Cassa Centrale Banca, Unicredit, Intesa Sanpaolo, Mediocredito Trentino Alto Adige, Banca Popolare dell'Alto Adige, Cassa di Risparmio di Bolzano e Credem.

Per informazioni ed approfondimenti visitare il sito: <https://confiditrentinoimprese.it/>.

È IL MOMENTO DI ANDARE OLTRE

Accedi al **PLAFOND SOSTEGNO IMPRESE TARENTINE** e beneficia dell'**eccezionale riduzione commissionale** sul rilascio di garanzie di Confidi Trentino Imprese

*Valido fino al 31/12/2019

CONFIDI TARENTINO IMPRESE

www.confiditrentinoimprese.it



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



mettiamoci in gioco

esperia.tn.it



Agriturismi, obbligo della vocazione agricola prevalente

20



Vacanza in agriturismo

Le attività agrituristiche devono avere un'attività agricola prevalente, anche nel caso in cui accolgano meno di dieci ospiti. E questo grazie alla salvaguardia del criterio di prevalenza e di connessione, il quale fissa, per gli agriturismi, il requisito di «prevalenza» del tempo dedicato all'attività agricola su quello dedicato all'attività turistica. Si tratta di un nuovo importante traguardo raggiunto nel settore turistico, anche grazie all'intervento e all'attenzione dell'Asat verso le esigenze del settore turistico provinciale.

«Riteniamo doveroso sottolineare - dice il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** - che le attività agrituristiche sono una componente importante dell'offerta turistica, pienamente meritevoli di essere sostenute e valorizzate. Ma nello stesso tempo siamo convinti che le strutture che si rivolgono allo stesso mercato debbano rispettare le medesime regole». Ecco, perciò, l'importanza dell'obbligo della vocazione agricola prevalente anche per i «piccoli» agriturismi. Battaiola ricorda, poi, anche attraverso le dichiarazioni del presidente dell'Associazione agriturismo trentino **Manuel Cosi**, che le attività agrituristiche rappresentano un'integrazione al reddito

L'Asat esprime soddisfazione: anche le attività che ospitano meno di dieci persone devono rispettare il criterio di prevalenza

3' e 20"

agricolo». «Rileviamo, inoltre - aggiunge - come la tipologia di offerta agrituristiche abbia delle caratteristiche distintive ben precise e molto chiare nell'immaginario del turista, quali l'aspetto rurale e l'offerta di prodotti derivanti prevalentemente da coltivazione diretta dell'agricoltore».

Inizialmente il Disegno di legge sull'agriturismo («Disciplina dell'agriturismo e modificazioni della legge provinciale sull'agriturismo 2001 e della legge provinciale sugli incentivi alle imprese 1999») presentato dal Consiglio provinciale non contemplava l'osservazione di tale criterio da parte degli agriturismi che accolgono un numero inferiore ai dieci ospiti. E l'Asat era intervenuta puntualmente. «L'eliminazione del criterio di connessione e di prevalenza per gli agriturismi con meno di dieci ospiti - dichiarava il presidente dell'Asat - è una grave criticità a cui l'Asat si oppone fermamente. La formulazione contenuta nel Disegno di legge è addirittura peggiorativa rispetto a quella contenuta nella precedente legge provinciale sull'agriturismo. E proprio per questo motivo abbiamo dato parere negativo in sede di consultazione e di presentazione delle osservazioni presso la Commissione competente del Consiglio provinciale (era la fine di settembre)».



Stretta di mano tra Giovanni Battaiola (sx) e Manuel Così (dx)

Alla fine dello scorso ottobre l'Asat, in occasione della definitiva approvazione del Disegno di legge, si è messa in contatto con l'assessore all'agricoltura **Giulia Zanotelli**, riformulando le osservazioni già esposte a fine settembre scorso in sede di audizione presso la Terza Commissione permanente del Consiglio provinciale. Risale, infine, a mercoledì 23 ottobre l'approvazione definitiva del Disegno di legge sull'agriturismo, divenuto legge vigente a seguito della pubblicazione in Bollettino ufficiale avvenuta il 31 ottobre. Il quale accoglie le istanze presentate dall'Asat.

Si tratta, quindi, di un grande passo avanti. La «vecchia» legge provinciale vigente sull'agriturismo stabiliva che «l'esercizio dell'attività agrituristica che interessa un numero non superiore ai dieci ospiti non è soggetto all'accertamento del rapporto di connessione». In altre parole, il rispetto del requisito di prevalenza e di connessione era, sì, indicato come prerogativa necessaria se pur «non soggetto ad accertamenti» da parte delle autorità preposte. «In sostanza - ricorda Battaiola - già in passato ci siamo trovati di fronte alla mancanza di un'esplicita indicazione riguardo al rispetto di tale criterio per gli agriturismi in grado di ospitare meno di dieci clienti.

E questo fatto ha dato origine ad una applicazione della norma che ha consentito la nascita di molte attività agrituristiche pur in presenza di un'attività agricola non prevalente. Ora chi apre un agriturismo deve dimostrare che la sua attività agricola è prevalente. Ma rimane la problematica legata a quelle attività agrituristiche in essere che non rispettano il criterio di prevalenza e di connessione e che continueranno a non essere soggette ad accertamenti».



L'arte di curare la tua casa

- ISOLAZIONE TERMICA A CAPPOTTO
- CARTONGESSI
- TINTEGGIATURE CIVILI E INDUSTRIALI
- DECORAZIONI

 **Rigotti Pitture**
• di Rigotti Remo

SAN LORENZO DORSINO (TN)
via della Decima 31 • t 0465 734700 • 333 1718394

Hotel 2019: oltre 22.000 visitatori per la 43esima edizione

L'appuntamento per il 2020
è dal 19 al 22 ottobre

🕒 2' e 15"

È calato il sipario sulla 43esima edizione di **Hotel** che, con la presenza di ben 22.222 visitatori, conferma e rafforza il suo ruolo di piattaforma aperta e vivace per l'innovazione e il futuro del turismo, anche e soprattutto grazie all'attenzione data al tema della sostenibilità. Hotel non è una classica fiera: nel corso delle sue edizioni è stata capace di evolversi, così come lo hanno fatto le tendenze del settore e la società stessa.

L'entusiasmo per il successo della manifestazione traspare dalle parole di **Thomas Mur**, direttore di Fiera Bolzano: «L'altissima qualità della presentazione dei prodotti da parte dei 600 espositori ha impressionato i visitatori provenienti da tutta la Regione. Non solo: l'ultima edizione di Hotel può essere annoverata tra le migliori di sempre. Un grande complimento va ai numerosi partner, in particolare all'HGV, all'HDS, all'associazione Cuochi Alto Adige e al Bauernbund che, insieme a Fiera Bolzano, continueranno a lavorare per consolidare ed espandere il primato qualitativo di Hotel in tutta l'area alpina».

Ampio spazio è stato dato alla tematica del «futuro del turismo», sia dal punto di vista della sostenibilità attraverso il *Communication Forum*, sia dalla prospettiva dell'innovazione tecnologica attraverso lo *Startup Village*. Tra le otto startup europee presenti, due si sono aggiudicate i premi in palio. Il premio *Jury Award* è andato a *Feddz* della tedesca *EMO-BIKE*, una bici elettrica che assomiglia più a una moto e che copre una distanza di 60-70 chilometri con una sola ricarica. Mentre l'italiana *Ciaomanager* si è portata a casa l'*Audience Award*, che offre strumenti software per agevolare e ottimizzare la gestione dei pernottamenti.

Tante le tematiche e gli highlights che hanno caratterizzato i quattro giorni di fiera e attirato 4.000 partecipanti: dalla Hotel Night alla colazione stellata di **Theodor Falsler**, passando per gli eventi legati al vino. Tutti gli eventi sono stati accomunati da uno sguardo attento e vivace sull'innovazione, sulla sostenibilità e sull'ospitalità, intesa anche come relazione sociale e possibilità di arricchimento personale, oltre che professionale.



Foto Marco Pajisi

Lo StartUp Village di Hotel 2019

Accanto alle migliori soluzioni per alberghi e ristoranti, infine, Hotel ha offerto una selezione unica dei migliori vini locali e nazionali attraverso tre diverse manifestazioni: **Auttochtone**, **Vinea Tirolensis** (festeggiati i 20 anni dell'Associazione Vignaioli indipendenti Alto Adige) e **Tasting Lagrein**. Il triumvirato di eventi enologici organizzati nell'ambito di Hotel ha come punto di forza la particolarità dei vini in degustazione, ma anche le autentiche personalità che si celano dietro di loro. Questo binomio unico è stato apprezzato da un pubblico vasto e interessato, oltre che da giornalisti e buyer provenienti da oltre 10 Paesi del mondo.

Già fissato nel 2020 l'appuntamento con la 44esima edizione di Hotel, prevista dal 19 al 22 ottobre.



Nostri eventi

16
novembre

Sabato lungo **Brunico**
dalle ore 9:00 alle ore 18:00

16-17
novembre

X'Mas Special Opening **SOLO Bolzano**
dalle ore 9:00 alle ore 18:00

23
novembre

Sabato lungo **Bolzano & Brunico**
dalle ore 9:00 alle ore 18:00

30
novembre

Sabato lungo **Bolzano & Brunico**
dalle ore 9:00 alle ore 18:00

7
dicembre

Sabato lungo **Bolzano & Brunico**
dalle ore 9:00 alle ore 18:00

14
dicembre

Sabato lungo **SOLO Brunico**
dalle ore 9:00 alle ore 18:00

21
dicembre

Sabato lungo **SOLO Brunico**
dalle ore 9:00 alle ore 18:00

**pianta
design**
Ambiente

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

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

Orario d'apertura:
Lunedì - Venerdì
08.30 - 12.30 & 14.00 - 18.00
info@piantadesign.com
www.piantadesign.com

Benvenuti sul nostro sito internet
www.piantadesign.com

Attribute pricing: il cliente sceglie prezzo e caratteristiche del prodotto

Consigli su come ottimizzare
la vendita delle camere
in hotel

🕒 3' e 30"

👤 Francesca Maffei

Decidere il prezzo di un determinato prodotto o servizio sulla base dei suoi attributi, delle sue caratteristiche. Si tratta dell'*attribute pricing*. Ecco servito, perciò, l'ennesimo neologismo anglosassone per riferirsi a una pratica già in uso da anni. Ebbene sì, ma non nel comparto alberghiero italiano, dove l'*attribute pricing* sta facendo ora la sua comparsa.

Un approccio, quello *attribute-based*, concepito alla stregua di quello con cui si sceglie un capo di abbigliamento su Zalando o un'automobile su Amazon. E che a detta degli esperti è considerato dagli utenti web molto più «normale» rispetto al «tradizionale» approccio *menu-based* che invece, nell'industria dell'ospitalità, va ancora per la maggiore. Nessuno shock in vista, dunque. L'ospite, nel momento in cui sceglie un hotel, vuole poterlo fare tra un certo numero di variabili alternative e poi mettere il tutto in un carrello, come nel caso di qualsiasi altra merce. Fattore chiave è la velocità cui sono abituati i consumatori che acquistano nei negozi al dettaglio online. E che vorrebbero poter fare lo stesso in un settore spesso percepito come molto più slow, e stavolta non nell'accezione positiva e modaiola del termine. Con la medesima rapidità (ne sono convinti gli esperti) gli ospiti già avvezzi si convertiranno a un processo di acquisto innovativo e *disruptive* anche nel caso di una camera d'albergo.

Ulteriore vantaggio sarà trasmettere un valore aggiunto di ciò che si sta acquistando maggiore rispetto al passato, oltre al fatto di coinvolgere il potenziale cliente (il famoso engagement) in misura assai superiore. Inoltre chi è più contento e coinvolto molto probabilmente spenderà più del previsto.



L'Omni Hotel di Providence, precursore nel campo dell'*attribute pricing*

Ma qual è l'impatto sulla commercializzazione e sulla redditività alberghiera di una strategia di prezzo attribute-based? Innanzitutto richiede un'attenzione particolare a ciò che il cliente ci sta dicendo, a quali attributi per lui hanno un valore peculiare o un significato speciale una flessibilità inedita sia nel soddisfare i bisogni del cliente sia nell'analizzare i proprio centri di ricavo. E infine una comprensione più profonda di quanti e quali prodotti si hanno a disposizione per la vendita, operando in una nuova dimensione di *sales management*.

Occorre poi comprendere come lo shopping attribute-based possa entrare nel mondo dell'ospitalità, e nello specifico nel processo di prenotazione. Il primo passaggio è fare tabula rasa del secolare costruito dei listini prezzi, che rischia di ingabbiare le scelte successive di *revenue management*, mostrando nei confronti dei clienti un'offerta ingessata e controproducente per entrambe le parti. Piazza pulita anche della classificazione tradizionale delle proprie camere: anziché raggrupparle per categorie, servirà chiarire quali sono le dotazioni e/o i servizi aggiuntivi per ciascuna di esse, affinché il cliente possa acquistare, e quindi pagare, ciò che effettivamente desidera. Un'azione in grado di aggiungere maggior concretezza a un bene che è per definizione esperienziale, basando il valore di una camera non su descrizioni aleatorie e soggettive (ciò che per qualcuno risulta necessario per un altro può essere superfluo) ma su opzioni selezionabili e reali. Il risultato in termini di trasparenza è garantito.

Ciò si sta rivelando strategico nel caso di piccoli gruppi o di catene alberghiere, che hanno la possibilità di evidenziare con maggior precisione le differenze tra una struttura e l'altra. Alcuni casi concreti provengono da oltre oceano, con due piccoli gruppi alberghieri statunitensi che hanno intrapreso la strada di tale cambiamento: sono *Omni Hotels* e *Montage Hotels & Resorts*, che ad esempio hanno introdotto un filtro nelle operazioni di ricerca già sulla homepage del loro sito. C'è poi la catena internazionale *Rosewood Hotels*, con base a Hong Kong, che ha optato per un'insolita suddivisione delle proprie strutture, e delle stanze all'interno di esse, spaziando dalla calma spiritualità delle radici asiatiche fino all'energia sprigionata dalle tecnologie più futuristiche. E lasciando al cliente la configurazione personalizzata del suo soggiorno.

Bravilor Aurora

Prepara oltre 5 litri di ottimo caffè filtro in 15 minuti e portalo sul tuo buffet!
Grazie agli erogatori termici portatili puoi preparare il caffè in back office e servirlo sul tuo buffet, mantenendo la temperatura costante, come appena fatto.

**BRAVILOR
BONAMAT**

SINGLE ORIGINS

- Sumatra Raja Batak
- Etiopia Sidamo
- Brazil Cereja Passita



Bravilor Italia S.r.l.
Via Palermo 22
I-20090 Assago (MI)

T +39 02 8354 7208
info.it@bravilor.com

www.bravilor.com

GAT, 2019 all'insegna di marchi di qualità e cultura d'impresa

In arrivo il Meeting invernale Cnga a Canazei ed il premio Luca Libardi

🕒 2' e 15"

Creare rete e favorire nuove amicizie tra i diversi albergatori «under 40» del Trentino. Non solo: organizzare momenti di conoscenza e divertimento, di team building e di approfondimenti per lo sviluppo della cultura imprenditoriale. Ecco, in breve, i capisaldi che contraddistinguono il gruppo dei Giovani albergatori del Trentino (GAT). E che la presidente **Francesca Braus** ha voluto sottolineare nella sua relazione alla Fiera di Rimini.

«Grazie al Tavolo - prosegue - lo scorso autunno è stato proposto un progetto sui marchi di qualità territoriale, il quale si è concluso con un viaggio in Valtellina e val Poschiavo. I giovani provenienti da varie categorie economiche hanno avuto modo di visitare diverse realtà, confrontando pregi e difetti dei vari marchi locali». Inoltre, sempre attraverso il PAE, nel 2019 sono stati organizzati quattro incontri sul tema della cultura d'impresa. I quali hanno avuto luogo in primavera ed in autunno, con la finalità di promuovere lo scambio di buone pratiche fra le varie categorie. «Come GAT - commenta Braus - abbiamo promosso e partecipato attivamente a tutti gli eventi. A fine novembre, infine, si terrà l'evento conclusivo presso il Palarotary, aperto a tutti». «Sempre con il PAE - aggiunge la presidente dei GAT - abbiamo organizzato a Trento il corso sul breakfast, che ha visto ben 45 partecipanti».



I giovani albergatori al Corso breakfast dello scorso ottobre

Ricco il programma di attività annuali che i GAT hanno organizzato e svolto a partire da ottobre 2018. Molti progetti sono stati portati avanti grazie al Piano d'ambito economico (PAE) voluto dall'assessorato all'Istruzione ed alle politiche giovanili della Provincia di Trento. La sua attività si esplica attraverso il Tavolo di imprenditoria giovanile, che è composto dai rappresentanti delle associazioni giovanili di categoria del territorio. «Il Tavolo - spiega Braus - coinvolge i diversi membri, responsabilizzandoli nell'offerta di attività educative e culturali rivolte alla valorizzazione dei giovani imprenditori trentini».

L'assemblea annuale dei GAT si è tenuta a giugno presso la distilleria Pilzer di Faver. «In quell'occasione - commenta - i presenti hanno preso parte ad un interessante momento formativo sulla grappa, seguito poi da cena e serata sul lago di Caldonazzo». Il viaggio studio, che come da tradizione si svolgerà anche nel 2019, ha come destinazione Madrid. Per il futuro prossimo, poi, i GAT sono già operativi nell'organizzazione del Meeting invernale Cnga a Canazei e nella creazione del premio **Luca Libardi** destinato ai giovani studenti delle scuole alberghiere.

Fitness HTL

If you are thinking about a gym, when it comes to fitness in hotels, well that's not the whole story. First of all because the new trend topic is mental, rather than physical, wellness. Meaning that it is the whole hotel that conveys an idea of fitness, which basically starts in one's mind. And secondly because this has to do with partnerships, that are much more cost-effective than in-house offerings – the hardware. Which are the benefits for hoteliers? Put in a nutshell, making guests happier!



🕒 1' e 30"

👤 Francesca Maffei



Fitness in hotel: Mental and physical wellness

Specialized trainers and companies offer the possibility of à la page proposals and provide at the same time some sort of consultancy to elevate the hotel know-how on the field. For instance, a particular trainer could spend a weekly-stay in hotel and organize a series of sessions focused on a specific discipline. When applied, this turns out to be pretty successful because travellers do not only want to keep up with their daily habits, but are always looking for something new in terms of motivation and inspiration. And holidays seem to be the right moment for it. Guests can either participate at group classes or choose individual lessons to train alone with a personal trainer by paying a surcharge. The activities can be carried out in nature, instead of be held indoor, thus adding the environmental element and putting into practice the advices for outdoor exercise. A choice which becomes strategic when the hotel is located in amazing surroundings like the Dolomites, for example, where most of the job is done by the landscape, especially on a mental level.

These locations are perfect for boot camps, which of course are not expected to be complimentary.

The offer can be completed by healthy choices in the menus and its length can vary according to the period you need to sell – a week, a weekend, a midweek combination...it depends. Of course, much of the difference is made by the brands that are involved, that can be related to clothing, sport shoes, energy drinks, protein bars or equipment. But something innovative can also be putting a couple of hydro bikes in the existing swimming or hydro pool, or organizing a meditation experience. Ideas, when it comes to fitness, can arise from anywhere and marketing in this case is quite easy. Most of the promotion is done by guests themselves, who enjoy these proposals so much that they come back again and pass the word out to others, both online on review sites and offline to friends and relatives, fond of fitness and mental wellness or eager to become aficionados.

LA FORMAZIONE DI CAT TURISMO

Il calendario di dicembre dei corsi obbligatori



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

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

CORSO BASE PER PERSONALE DI CUCINA (8 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
02/12/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
02/12/2019	09.00-13.00	TRENTO

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



CORSO AGGIORNAMENTO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
02/12/2019	14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 90,00 + IVA - Quota associati € 75,00 + IVA

PRIMO SOCCORSO



CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
09/12/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
10/12/2019	09.00-13.00	

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

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

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

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
09/12/2019	14.00-18.00	TRENTO

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

SCEGLI DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA,

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

COSÌ POTRAI TORNARE A DEDICARTI A TEMPO PIENO ALLA TUA AZIENDA

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

CI PENSERANNO I NOSTRI TECNICI A CONTROLLARE LA TUA AZIENDA.

CHECK-UP AZIENDALE

(Principali obblighi normativi)



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

SERVIZIO RSPD ESTERNO



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

CONTROLLO IGIENE BASE

(Haccp, Legionella)



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

CONTROLLO IGIENE PLUS

(Haccp, Alimenti, Legionella)



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

CONTROLLO TOTALE

(Haccp, Alimenti, Legionella, Piscine)



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

CONTROLLO PISCINE



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

AFFIDACI LA RESPONSABILITÀ DI SCADENZE E OBBLIGHI NORMATIVI

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

LAVORATORI/LAVORATRICI

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

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

Aggiornamento quinquennale



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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
03/12/2019	14.00-18.00	VAL DI FASSA
04/12/2019		
05/12/2019	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
06/12/2019		
09/12/2019	14.00-18.00	MEZZANA
10/12/2019		
11/12/2019	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
12/12/2019		
16/12/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
17/12/2019	14.00-18.00	LEVICO TERME
18/12/2019		
19/12/2019	14.00-18.00	VAL DI FASSA
20/12/2019		

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

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
03/12/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
04/12/2019		
05/12/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	FIERA DI PRIMIERO
06/12/2019		
09/12/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	MEZZANA
10/12/2019		
11/12/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FIEMME
12/12/2019		
16/12/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
17/12/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	LEVICO TERME
18/12/2019		
19/12/2019	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
20/12/2019		

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

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

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



La libertà è una passione di famiglia.



Volkswagen Caddy e Multivan. Più spazio alla tua voglia di libertà.

La libertà è un concetto senza tempo. E oggi puoi viverla al massimo, grazie a tutta la tecnologia e il comfort di Caddy e Multivan. Con motori TDI di ultima generazione, abitacoli spaziosi e versatili fino a 7 posti, trazione integrale 4MOTION e cambio automatico DSG. Vieni a scoprire la forma di libertà più adatta a te.



Volkswagen

Dorigoni

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

Turismo e confini

Nel testo di **Rodolphe Christin** emerge l'elogio al viaggiatore che privilegia il cammino alla destinazione e non lascia nessuna traccia del suo passaggio. Concetto che sembra essere stato fatto proprio anche da **Paolo Truzzi**, per cui il viaggiare è «all'insegna della lentezza e della riflessione». Viaggi che privilegiano la prossimità «lontano dai luoghi più frequentati dal turismo di massa e lungo confini reali o immaginati, che possono essere vissuti e interpretati come luoghi di incontro e stimolo a nuove riflessioni, oppure barriere che impediscono i passaggi».

«I confini - scrive Truzzi - funzionano diversamente, a seconda di come li si vive. Per i governanti, i confini sono presidi, chiusure e luoghi da difendere. Per la gente il confine è un luogo da valicare, è un passaggio. Sta a noi decidere se costruire spazi mentali come barriere, o spazi di confine come luoghi di transito, per passare ad un'altra dimensione, per andare a fare nuove esperienze».

Riflessioni che in un mondo globalizzato rimandano all'accesso dibattuto in corso su confini e ridefinizione delle identità collettive, alla differenziazione tra viaggiatori «non qualificati» come migranti

🕒 2' e 15"

👤 Gianfranco Betta



Paolo Mazzola Truzzi
Inventare i confini. Viaggi e memorie di luoghi limitrofi
Editore
Independently Published, 2019
pp. 102
€ 5,20

e profughi per i quali, come scrive **Sharam Khosravi** (Io sono confine, ed. Elèuthera, 2019), il confine è una barriera e viaggiatori «qualificati», vale a dire soprattutto i turisti, incoraggiati a superare qualsiasi confine.



Rodolphe Christin
Turismo di massa e usura del mondo
Ed. ELEUTHERA, 2019
pp. 134
€ 14,00

lezza, quasi sempre artefatta, ad un turista che non lascia mai del tutto casa sua. Come scrive **Rodolphe Christin**, «il turista nutre la confusa speranza di trovare altrove ciò che gli manca a casa». E ancora: «Il turismo è un'industria della falsa partenza. Prospera grazie al male di vivere. Al quale si torna sempre, inesorabilmente».

Sono tesi che riprendono quanto già scritto dall'autore nel suo precedente *Manuel de l'antitourisme*, che approfondisce gli impatti negativi che il turismo di massa provoca sul pianeta, destinato ad essere «impietosamente sfinite». La mobilità turistica risulta così essere al servizio del «consumo del mondo».

Il peso economico del turismo, con circa due miliardi di soggetti coinvolti e parecchi milioni di occupati, è crescente. Così come l'impronta non sempre positiva che esso esercita su ambiente e società. In un recente studio su 52 località curato da **Roland Berger** (*Protecting your city from overtourism*) emerge come in Europa due città su tre soffrono di troppo turismo. I «city breaks», cioè le visite mordi e fuggi, in particolare nei fine settimana, nelle più belle città d'Europa (e nello studio non potevano mancare anche Venezia e Roma) sono aumentati nell'ultimo decennio di circa il 60%. Portandosi dietro anche un aumento stimato di anidride carbonica nell'atmosfera pari al 10%.

I turisti si muovono freneticamente alla ricerca di sempre nuove mete. Il loro moto perpetuo è alimentato da un'industria del tempo libero che gestisce scientificamente non solo mobilità, ricettività, servizi, ma anche desideri e promesse di esperienze cariche di senso che fanno leva spesso su un'insoddisfazione esistenziale di fondo. L'industria del tempo libero vende bel-

TRENTODOC

BOLLICINE SULLA CITTÀ

Incontri con l'eccellenza del metodo classico di montagna



DAL 21 NOVEMBRE ALL'8 DICEMBRE 2019

PALAZZO ROCCABRUNA ENOTECA PROVINCIALE DEL TRENTO

via SS. Trinità, 24 - Trento Scopri il programma su www.palazzoroccabruna.it

Expo Riva Hotel evolve in Hospitality

Appuntamento dal 2 al 5 febbraio con oltre 100 appuntamenti tra seminari, approfondimenti e novità del mondo Ho.Re.Ca.

34



Una foto di repertorio dell'Expo Riva Hotel

A Riva del Garda torna fiera italiana leader nel settore dell'ospitalità e della ristorazione: la 44esima edizione di **Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza** si svolgerà da domenica 2 a mercoledì 5 febbraio presso il quartiere fieristico della cittadina lacustre. La presentazione della nuova edizione si è tenuta ad inizio ottobre.

Hospitality non è altro che l'evoluzione di **Expo Riva Hotel**, che dalla prossima edizione si presenta con una nuova immagine più contemporanea ed internazionale. Il nuovo brand, infatti, rappresenta l'esperienza di una manifestazione di lunga tradizione proiettata al futuro e attenta alle esigenze emergenti delle aziende e dei professionisti del settore.

L'appuntamento 2020 porta con sé un incremento del numero dei produttori diretti: a quattro mesi dalla data di inaugurazione emerge un aumento del 43,6% (rispetto allo stesso periodo del 2018) delle aziende espositrici che hanno confermato la loro partecipazione. Altro dato interessante è certamente la crescita dei produttori diretti e quella dei grandi brand.

Expo Riva Hotel è cresciuta ed ha subito un'evoluzione negli anni grazie alla sua capacità di adattarsi ai cambiamenti del mercato ed alle esigenze degli espositori. «Dopo 43 edizioni - spiega la responsabile Area Fiere di Riva del Garda Fierecongressi **Carla Costa** - era giunto il momento di avere un nuovo nome e una nuova identità visiva che meglio connotassero la fiera come punto di riferimento

🕒 2' e 10"

per il mondo Ho.Re.Ca. e come hub internazionale di business e di aggiornamento per i professionisti del settore».

«Hospitality 2020 - aggiunge - sarà un evento ricco di contenuti grazie ad un percorso espositivo unico e completo dalle materie prime, alle attrezzature per l'hotellerie e la ristorazione, all'impiantistica per la produzione della birra (Contract & Wellness, Beverage, Food & Equipment, Renovation & Tech sono le quattro aree tematiche)». Nei quattro giorni di manifestazione, visitatori e professionisti avranno l'opportunità di partecipare a più di 100 appuntamenti. «Hospitality - spiega **Roberto Pellegrini**, il presidente di Riva del Garda Fierecongressi - vanta una superficie espositiva di oltre 40.000 metri quadrati con dodici padiglioni suddivisi in quattro strutture integrate tra loro. Nell'edizione 2019, il Salone ha registrato numeri record: 525 espositori, 21.135 operatori professionisti e più di 28.000 visitatori». Tra le principali novità vanno citate l'ampliamento del padiglione dedicato al Food (1.500 metri quadrati in più) che ospiterà anche nuove tipologie di prodotti, come il pesce surgelato e le carni rosse, e più spazio per la gelateria e la pasticceria. **Marcello Sanna**, vicepresidente del Dipartimento solidarietà emergenze della Federazione italiana cuochi, ha presentato l'inedito progetto «Cucina in Emergenza» che debutterà proprio ad Hospitality.

2 // 3 // 4 // 5
FEBBRAIO
2020

TRENTINO



graphics | TheStudio / ph | Damiano Venturi

RIVA DEL GARDA FIERECONGRESSI LANCIA

IL NUOVO **MARCHIO** DELL'ACCOGLIENZA

EXPO RIVA HOTEL DIVENTA **HOSPITALITY**

La 44° edizione della più completa fiera italiana dedicata all'ospitalità e alla ristorazione vi aspetta a Riva del Garda. Contract&Wellness, Beverage, Food&Equipment, Renovation&Tech: una panoramica di tendenze e innovazioni per i professionisti del mondo Ho.Re.Ca.

Ti Aspettiamo!



f @ o in
@hospitalityriva

hosp-itality.it
#HOSPITALITYRIVA

RIVA DEL GARDA | TN
QUARTIERE FIERISTICO



500 milioni di contatti, ecco l'obiettivo della promozione invernale

Per la campagna di promozione invernale 2019-2020 Trentino Marketing punta a raggiungere 500 milioni di contatti nel mondo. E questo in Italia, in Europa, ma anche in diverse parti del Mondo. Quotidiani e periodici, televisione e radio, ma anche il mondo digital e la promozione attraverso sport ed eventi: più canali di comunicazione per ottenere una «potenza di fuoco» in grado di caratterizzare ulteriormente il Trentino quale importante destinazione invernale per lo sci e non solo. Il vecchio detto «l'unione fa la forza», perciò, è quanto mai attuale per descrivere la campagna di comunicazione avviata dalla società guidata da Maurizio Rossini al fine di promuovere la prossima stagione invernale.

Per conoscere nel dettaglio le azioni programmate ci siamo rivolti a **Paola Pancher**, responsabile dell'Area PR Media e Adv di Trentino Marketing. A lei abbiamo chiesto, innanzitutto, di spiegarci il cuore del messaggio della campagna invernale di quest'anno. «La campagna di comunicazione - ha evidenziato - invita a vivere l'inverno in Trentino tra sci, esperienze nella natura, wellness alpino, suggestioni. Il tutto nel più autentico stile italiano».

■ Stile che riscuote sempre più successo, soprattutto all'estero.

«Certo. Ma anche gli italiani apprezzano questo tratto distintivo, in particolare l'autenticità del territorio di montagna, per vivere emozioni ed esperienze reali legate alla natura e a ritmi di vita che nelle grandi città si sono ormai persi».

Germania, Austria, Svizzera, Repubblica Ceca, Polonia e Russia sono i mercati principali della comunicazione

🕒 3' e 25"

👤 Rosario Fichera

■ A proposito di estero, quali sono i mercati ai quali si rivolge la campagna?

«Oltre all'Italia, le azioni di promozione sono rivolte in particolare ai mercati di Germania, Austria, Svizzera, Repubblica Ceca, Polonia e Russia. Abbiamo previsto azioni anche in Inghilterra, Olanda, Belgio, Francia, Svezia, Norvegia e Romania. In tutti questi casi la comunicazione sarà fatta attraverso media offline e online, le grandi affissioni, gli spot tv e nelle sale da cinema, la piattaforma digitale».

■ Sono previste azioni anche fuori dai confini europei?

«Sì, ne faremo alcune molto mirate negli Stati Uniti, in Cina, Corea del Sud e Giappone».



Foto Pietro Masturzo

Incontri fortuiti nel bosco innevato

■ Quante uscite pubblicitarie sono state programmate sulla stampa italiana e internazionale?

«Abbiamo previsto 44 uscite su importanti quotidiani e periodici. Tra cui Corriere della Sera, Repubblica, Gazzetta dello Sport, Quotidiano Nazionale, Il Giornale, Il Messaggero, lo Donna, D-La Repubblica, Elle, Grazia, Wired, Pani ed i magazine di Lufthansa, British Airways, S7 e Aeroflot. Complessivamente si tratta di 29 testate e 42 milioni di contatti previsti».



Foto Roberto Bregotto

Le piste da sci al cospetto delle Pale di San Martino

■ E in televisione?

«Sulle televisioni gli spot saranno 3.978 e saranno trasmessi su Rai2 e Rai Sport, Gruppo Mediaset, Sky, Eurosport, le tv della Repubblica Ceca e della Polonia, Tv Nova e TVN. A cui si aggiungono 125 “cartoline” da 30 secondi all’interno del meteo sulle reti Mediaset, per complessivi 180 milioni di contatti stimati. A tutte queste azioni si sommano le maxi affissioni che “vestiranno” di Trentino il cuore di Milano dal prossimo 24 novembre. Spot del Trentino di 30 secondi sono, infine, programmati per due settimane in 221 sale da cinema su 937 schermi italiani».

■ Con queste azioni quanti contatti complessivi prevedete di realizzare?

«Circa 228 milioni. Inoltre, vorrei ricordare che grazie agli accordi con le nazionali di volley, basket e rugby, con Trentino Volley e l’Aquila Basket, con le società calcistiche di Fiorentina, Napoli, Roma, Cagliari, Hellas Verona, Venezia, Bari e Chievo, il marchio Trentino insieme ad un messaggio promozionale scorre sui grandi led a bordo dei campi di gioco in occasione degli incontri casalinghi».

■ E per quanto riguarda il digital?

«Abbiamo creato dei nuovi contenuti che saranno declinati in 28 nuove sezioni tematiche da navigare sul sito visittrentino.info (la cui homepage sarà anche rinnovata) e i social ad esso collegati (Facebook, Instagram, Youtube, Google). Le nuove suggestioni che comunicheremo, oltre allo sci alpino, alle famiglie sulla neve, al relax e benessere, saranno la vacanza romantica e l’immersione nella “city life”. Con la campagna digital contiamo di superare i 193 milioni di contatti in termini di *impression*, con una previsione di 8,2 milioni di pagine e 6,3 milioni di video visualizzati. Saranno realizzate anche delle attività di influencer marketing».

■ In totale, quindi, tra online e offline quanti contatti prevedete di raggiungere?

«Complessivamente oltre 500 milioni. Senza contare led sport e i grandi eventi legati al mondo dello sport, della cultura e dell’enogastronomia che rappresentano un forte elemento di distintività del Trentino nell’arco alpino, con evidenti ricadute sul territorio».

■ Quali sono gli eventi in programma?

«Sono davvero numerosi, posso ricordare la 3Tre a Madonna di Campiglio, le gare di Coppa Europa di sci alpino in Val di Fassa e in Paganella, il Tour de Ski e la Coppa del Mondo di combinata nordica e salto speciale in val di Fiemme, la Marcialonga, la Coppa del Mondo di scialpinismo, sempre a Madonna di Campiglio. E poi gli eventi dedicati ai sapori, come La notte degli alambicchi a Santa Massenza, Eurochocolate Christmas in Paganella, Bollicine sulla città a Trento. Per quanto riguarda la cultura la nuova edizione dell’Ice Music Festival in Presena, il Fiemme Ski Jazz, le nuove mostre al Mart, al Muse, al Castello del Buonconsiglio, al Museo Civico di Rovereto e alle Gallerie di Predicci Castello. Un ricco programma per i nostri ospiti. Da non perdere».



🕒 3' e 40"
 👤 Avvocato
 Giovanni Dies

Personale di servizio: il cuoco

Intermediazione di lavoro: attenzione alle truffe

Diffidare delle società che promettono significativi risparmi sul costo del personale

Promesse di facili guadagni per i datori di lavoro, con significativi risparmi sul costo del personale. Società che affermano di usufruire di particolari agevolazioni da parte della Comunità Europea o che prospettano la stipulazione di contratti di appalto di servizi (avente ad oggetto la sola manodopera). Il meccanismo è quasi sempre lo stesso: la società offre di assumere direttamente il personale che serve all' esercente (o magari già in servizio presso l'albergo o il ristorante) fatturando il relativo costo, particolarmente conveniente, allo stesso imprenditore. Di tutti gli adempimenti burocratici, fiscali e previden-

ziali, oltre che del pagamento dello stipendio al lavoratore, si occuperà la società di intermediazione. Peccato, però, che normalmente il risparmio è ottenuto non versando integralmente i contributi previdenziali all'Inps e/o il Tfr al lavoratore.

Attenzione: si tratta sostanzialmente di truffe, poiché avente ad oggetto l'intermediazione vietata di manodopera che è gravemente punita dal nostro ordinamento. Diffidate di queste apparentemente convenienti proposte perché sono illecite e possono essere fonte di seri problemi e gravi responsabilità.

I termini della questione sono i seguenti. Le due ipotesi che consentono l'utilizzo di manodopera in forza presso un soggetto terzo (salva l'ipotesi residuale del distacco) sono la

somministrazione di lavoro (agenzie interinali) e l'appalto. La prima ipotesi, cioè la somministrazione di lavoro tramite le agenzie regolarmente abilitate dal Ministero, è lecita ma normalmente avviene ad un costo superiore di quello gravante sull'imprenditore con l'assunzione diretta del personale. La seconda ipotesi è quella dell'appalto dei servizi che, in termini generali, «è il contratto con il quale una parte [appaltatore] assume, con organizzazione dei mezzi necessari e con gestione a proprio rischio, il compimento di un'opera o di un servizio verso un corrispettivo in danaro» (art. 1655 cod. civ.) in favore e su incarico di un'altra parte [il committente]. Ricordiamo che anche nell'ipotesi di contratto di appalto lecito, sul committente grava sempre, in virtù dell'art. 29 del D. Lgs. n. 276/2003 (come da ultimo integrato dal D.L. n. 25 del 17 marzo 2017), la responsabilità solidale per i trattamenti retributivi e contributivi dei lavoratori dell'appaltatore (senza sanzioni civili di cui continua a rispondere l'appaltatore).

Affinché il contratto di appalto di servizi sia lecito e genuino (pensiamo ad esempio all'appalto a ditta esterna delle pulizie dell'albergo) devono necessariamente sussistere alcune imprescindibili condizioni:

- l'appaltatore abbia la qualifica di imprenditore;
- l'appaltatore assuma il servizio con una propria organizzazione e «a suo rischio», cioè assuma non solo il lavoratore ma l'intero servizio utilizzando la propria organizzazione e i propri mezzi;
- i lavoratori siano organizzati, coordinati e vigilati dallo stesso appaltatore (e non da chi usufruisce del servizio).

Questo ultimo elemento è importantissimo, perché nel caso in cui l'appaltatore si presenti come un soggetto privo del rischio di impresa (privo dell'organizzazione del fattore capitale e/o del fattore lavoro) l'appalto non è genuino e, quindi, si apre la strada alla fornitura, vietata, di mere prestazioni di lavoro. Si configura, infatti, l'intermediazione vietata di manodopera quando al committente è messa

a disposizione (dal cosiddetto appaltatore) una prestazione meramente lavorativa. Ciò anche se l'appaltatore non è una società fittizia ma che si limita alla sola gestione amministrativa della posizione relativa al lavoratore, senza che da parte sua ci sia una reale organizzazione della prestazione lavorativa che, in realtà, viene ad essere affrontata e gestita direttamente dal committente stesso.



L'avvocato Giovanni Dies

Il vero discrimine tra appalto di servizi genuino e somministrazione illecita va ricercato proprio nell'esercizio del potere di direzione e controllo, o meglio in chi esercita concretamente tale potere: se a dare gli ordini ai lavoratori è il committente (o il relativo personale), allora sarà molto difficile che sia riconosciuta la genuinità dell'appalto e i lavoratori utilizzati vanno considerati alle dirette dipendenze dell'utilizzatore. In sostanza, è vietato far assumere il proprio personale (ad esempio cuochi, camerieri, impiegati), cioè il personale necessario per gestire la propria azienda sotto la propria direzione e controllo, da altra società che poi fatturerà al committente il corrispettivo del servizio. Venendo a mancare la genuinità dell'appalto di servizi si ricade nell'ipotesi di interposizione illecita di manodopera con le relative conseguenze:

1. responsabilità solidale del committente per le retribuzioni e i contributi dei lavoratori impiegati dall'intermediario;
2. possibilità dei lavoratori di chiedere in giudizio il riconoscimento del rapporto di lavoro a tempo indeterminato alle dirette dipendenze del committente;
3. sanzioni di tipo amministrativo ex D. Lgs n. 276/2003 (pari a 50 euro per ciascun lavoratore e ciascuna giornata di occupazione) e in certi casi anche di origine penale (reato di somministrazione fraudolenta di manodopera).

PSD2, probabile adeguamento entro il 31 dicembre 2020

40

1' e 40"

Andrea Rudari

Slittamento di 15 mesi per mettersi in regola con «l'autenticazione forte»



Pagamenti digitali: carte di credito e bancomat

Nuova direttiva sui servizi di pagamento digitali (PSD2): l'Autorità bancaria europea raccomanda alle Autorità nazionali di concedere tempo fino al 31 dicembre 2020 (ossia una proroga di 15 mesi dato che inizialmente il termine era fissato per il 14 settembre 2019) per conformarsi ai nuovi requisiti richiesti in merito a pagamenti online con carte di credito o di debito. Va ricordato, in tal sede, che la recente PSD2 prescrive la necessità di una «autenticazione forte» o «strong customer authentication» del pagatore al fine di aumentare il livello di sicurezza dei pagamenti stessi.

Nel settore turistico l'implementazione della nuova direttiva determinerà la necessità di aggiornare le procedure di gestione delle prenotazioni e degli incassi, con particolare riferimento alle cosiddette prenotazioni prepagate, al versamento di caparre ed alla gestione dei no show. E questo sia in relazione alle prenotazioni ricevute direttamente dalle strutture ricettive sia a quelle ricevute per il tramite dei portali.

Dicevamo, inizialmente l'adeguamento alla PSD2 era previsto entro il 14 settembre 2019. Tuttavia, alla luce dei tempi ristretti a disposizione, Federalberghi aveva sensibilizzato le autorità competenti in materia segnalando la necessità di assicurare alle imprese il tempo, le informazioni e gli strumenti tecnici necessari per l'adeguamento ai nuovi standard.

Gli uffici dell'Asat si riservano di fornire ulteriori informazioni sull'argomento non appena verranno confermate le proposte dell'Autorità europea.

**SENZA VALUTAZIONE DEI RISCHI
PER LA SICUREZZA E LA SALUTE
DEI LAVORATORI,
IL CONTRATTO A TERMINE È NULLO**

La Corte di cassazione conferma il divieto di stipulare contratti di lavoro subordinato a termine per le imprese che non abbiano effettuato la valutazione dei rischi per la sicurezza e la salute dei lavoratori.

Quindi, la ratio della Suprema Corte è diretta a valutare più intensa la protezione dei lavoratori rispetto ai quali la flessibilità d'impiego riduce la familiarità con l'ambiente e gli strumenti di lavoro. Con la conseguenza che, ove il datore di lavoro non provi di aver provveduto alla valutazione dei rischi prima della stipulazione del contratto a tempo determinato, la clausola di apposizione del termine è nulla e il contratto di lavoro si considera a tempo.



Studio Giovanelli S.r.l.

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

Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa.

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

AREA CONSULENZIALE **“Contributi a fondo perduto e incentivi”**

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

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

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

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

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

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

Per informazioni: 0461 390136 o consulenza@studiogiovanelli.com

Studio Giovanelli S.r.l.

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

Dubbi Quotidiani Novembre 2019

42

- Vorrei eliminare fatture e documenti contabili che conservo tuttora in albergo, ma che non sono più necessari poiché vecchi più di dieci anni. Come mi devo comportare?**

Le norme del diritto civile prevedono un principio generale sulla conservazione delle scritture contabili, secondo il quale le lettere, la corrispondenza commerciale, i telegrammi e le fatture vanno conservati per dieci anni dalla data delle loro ultima registrazione. Lo Statuto del contribuente riprende questo principio e prevede che l'obbligo di conservazione di atti e documenti, stabilito ai soli effetti tributari, non può eccedere il termine di dieci anni dalla loro emanazione e dalla loro formazione. Quindi, trascorso questo periodo, i documenti fiscali possono essere distrutti o smaltiti e nessun controllo su di essi potrà essere effettuato una volta trascorsi i dieci anni in questione. Tuttavia, nel caso in cui sia in corso un accertamento, le scritture contabili obbligatorie devono essere conservate anche oltre questo termine, almeno fino a quando non siano definiti gli accertamenti relativi al corrispondente periodo d'imposta.

- La Provincia elargisce contributi per la realizzazione di interventi che consentano di usufruire della banda larga in hotel?**

In merito alla «digitalizzazione» degli hotel, da parte della Provincia di Trento sono oggi ammissibili ad agevolazioni le spese relative a investimenti immobiliari e mobiliari necessari per l'accesso ai servizi di connettività in banda ultralarga (almeno 100 Mbps nominali in download), compreso il rimborso di tali tipologie di spese al gestore della rete qualora gli interventi siano realizzati dallo stesso, per le unità locali situate nel territorio della Provincia autonoma di Trento. Sono ammissibili anche spese tecniche (progettazione, direzione lavori, sicurezza, certificazione e collaudo statico) nella misura massima dell'8% degli investimenti immobiliari previsti. Le domande non possono essere accolte se la spesa ammissibile è inferiore a 1.000 euro. Il limite massimo di spesa è pari a 16.000 euro. Sulle spese ritenute ammissibili è concesso un contributo in conto capitale a de minimis, nella misura fissa del 50%. Il contributo sulla fibra ultra-larga viene concesso in compensazione fiscale; le domande possono essere presentate durante tutto l'arco dell'anno, fino al 31 dicembre 2019. Da tenere presente che di norma sono ammissibili ad agevolazione le spese relative a fatture, note spese o documenti equipollenti emesse nei diciotto mesi precedenti e integralmente pagate alla data di presentazione della domanda; quindi il termine per la presentazione della domanda di contributo alla Provincia deve tener conto di questo.



Fatture e documenti contabili: quando e come eliminarli



NEL TURISMO
Crescita professionale



LA TUA CRESCITA È SEMPRE AL CENTRO DELLE NOSTRE ATTENZIONI

I nostri percorsi di formazione **AUTUNNO 2019**

TRENTO

- Accoglienza in tutti i sensi
- Tour enogastron alla scoperta delle eccellenze gastronomiche del Trentino
- Brand Loyalty: quanto conosci i tuoi clienti?
- Google & Web analytics Benchmarking
- 2020: Un anno a tutto sport!
- Storytelling: Raccontarci sui social
- Vendita attiva e intelligente al telefono e per email
- La qualità del servizio in tutti i punti dell'Hotel
- La qualità del Prezzo
- Housekeeping
- Sei in Trentino da poco e vuoi lavorare nel turismo?
- Mystery Guest: capisci quanto sbagli solo "da cliente"
- Un benvenuto Trentino: finger Food e cocktail con le mele della val di Non e i piccoli frutti di S. Orsola
- Allergie e intolleranze in cucina
- Caffetteria e latte art
- Birre e birrifici trentini

ROVERETO

- Quando una struttura è davvero accessibile
- Approccio Psicosomatico alla postura per Wellness e Spa - BASE
- Approccio Psicosomatico alla postura per Wellness e Spa - AVANZATO
- Il massaggio olistico
- Caffetteria e latte art - storia, produzione, preparazione e arte
- Pane e focacce

ARCO

- Tedesco per il turismo (livello intermedio)

BESENELLO

- Servizio e gestione sala

- I primi piatti

CALLIANO

- La pizza napoletana

CAVALESE

- Val di Fiemme e Fassa: Territorio e tradizione nei paesaggi e nei prodotti
- Pasticceria da ristorazione

CLES

- L'anaunia: La strada dei sapori tra storia e natura

- Selvaggina

COMANO TERME

- Cucina trentina

FAI DELLA PAGANELLA

- Primi piatti e zuppe

LEVICO TERME

- Detox anche nelle strutture ricettive
- La castagna in cucina: dall'antipasto al dolce

M. DI CAMPIGLIO

- Gestione SPA e Wellness

MALE'

- Vendita attiva e intelligente al telefono e per email

- La qualità del servizio in tutti i punti dell'Hotel

MEZZANA

- Accoglienza al top

POZZA DI FASSA

- Il Bar: dal caffè al cocktail

PREDAZZO

- Vendita attiva e intelligente al telefono e per email
- La qualità del servizio in tutti i punti dell'Hotel

RIVA DEL GARDA

- Il Garda: clima mite, paesaggi e prodotti
- Conciliare intolleranze, allergie e veganismo

TRANSACQUA

- Pasticceria mignon

VERMIGLIO

- Menù autunnale

VIGO DI FASSA

- Gestione SPA e Wellness

FAD (formazione a distanza on line)

- Inglese
- Tedesco
- Francese
- Spagnolo



**ENTE BILATERALE
TURISMO DEL TRENTO**

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

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

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

Questa non è
una finestra.

