

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

11.2020

Anno XLVIII



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



DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITIS
FONDAZIONE
UNESCO
SOCIO
SOSTENITORE

I DIFFICILI GIORNI DEL TURISMO TRENTINO



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

ALBERGHI, PERDITE PER 89 MILIONI

Stagione estiva, laghi e
città in sofferenza

RECOVERY FUND E MANOVRA DI BILANCIO

Le proposte dell'Asat
alla politica locale

TURISMO TRENTINO: IL MERCATO DEL LAVORO

Il report per il 2019
curato da Federalberghi

DESTINAZIONE DIGITALE AL TOP

Trentino al primo posto
nell'anno del Covid

IL NOROVIRUS CAUSA INFEZIONI DI MASSA

Prevenzione grazie a
strette misure igieniche

nel tuo Hotel **COOK & CHILL 4.0** **a 9.900 € ***

(IVA esclusa)

Forno trivalente
+ Abbattitore
multifunzione



PACCHETTO ALL INCLUSIVE

**Il Sistema Cook & Chill 4.0
in base alle tue esigenze**

**Consegna, Installazione
e collaudo di un centro
assistenza associato Assogi**

**Formazione sul Cook & Chill
da parte di uno chef
consulente Lainox**

**Accesso con registrazione gratuita
al gestionale di cucina Nabook
di Lainox**

Garanzia 24 mesi Lainox

**Accesso al credito
d'imposta 40%**

Per il sistema Cook & Chill 4.0 più adatto
alle tue esigenze contatta il numero **0461.231509**
o scrivi a **info@atonini.it**

***Combi Naboo NAEV071R + Multifunzione Neo NEOG051 - Listino € 19.115 (IVA esclusa)**

VALIDITÀ PROMO FINO AL 31/12/2020 CON FATTURAZIONE ENTRO 31.03.2021

Non cumulabile con altre promozioni in corso.

Sommario



TEMA DEL MESE

Estate post Covid-19, il turismo trentino perde il 30% di arrivi e il 33% di presenze pag. 4



VITA ASSOCIATIVA

Stagione estiva, meno 89 milioni di euro per il comparto alberghiero pag. 8
Strategie di viaggio ai tempi del Covid-19 pag. 10
Viaggiare sicuri: l'impegno di Airbnb pag. 16
Recovery Fund e manovra di bilancio pag. 18



FEDERALBERGHI

Mercato del lavoro territoriale: 3.109 imprese turistiche al mese con 21.123 dipendenti pag. 24
Al TTG di Rimini la 70ª assemblea nazionale di Federalberghi pag. 28



GIOVANI

I giovani albergatori per la prima volta riuniti dopo il lockdown pag. 30



CORSI CAT

Il calendario di dicembre dei corsi obbligatori pag. 32



SPEAK ENGLISH

Autumn 2020 boosts creativity in hoteliers worldwide pag. 34



LIBRI & TURISMO

Attraverso le Alpi pag. 36



TRENTINO MARKETING

Al Trentino il premio Italia Destinazione Digitale pag. 38



NORMATIVE

Il Norovirus può causare infezioni di massa pag. 40
Dubbi pag. 42

MAGAZINE

11.2020

Anno XLVIII

Chiusura Editoriale: 12 novembre 2020

Foto Copertina: Escursione estiva al rifugio Tobia del Giagher - foto Ralf Brunel

tempo di lettura autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:
Via Degasper, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP 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

Il turismo che verrà

L'emergenza sanitaria ha accelerato alcuni processi di cambiamento nel turismo? Certo. E giustamente, non solo a seguito dell'emergenza sanitaria, si parla di accelerazioni che vanno nel senso di un'evoluzione verso il turismo lento, il turismo di prossimità, dello smart working come potenzialità per le aziende turistiche, di un'attenzione ancora maggiore alla qualità dell'ambiente e dei prodotti turistici. Non si può immaginare, però, una direzione unica senza incertezze, senza sbavature, senza arretramenti.

Il nostro modello di sviluppo economico e sociale, quello capitalistico tanto per intenderci, ci ha mostrato nelle sue diverse varianti la capacità di far convivere scelte economiche, culturali e sociali diverse, addirittura contrastanti. Già oggi vediamo presenti un mercato del consumo di massa e un mercato di nicchia di prodotti e consumatori. Anzi, questo mercato è stato teorizzato e programmato nelle sue forme evolutive. Quindi se ci aspettiamo un'unica linea evolutiva, soprattutto nel breve-medio periodo, credo che ci stiamo sbagliando.

E penso che anche le forzature politico amministrative o letture eccessivamente visionarie della realtà che intendono spingere in questa direzione debbano essere prudenti. Non parlo a caso di «forzatura prudente», che è una sorta di ossimoro. Credo nella forza regolatrice del mercato e nell'intelligenza dell'impresa. Entrambe sono cause e nello stesso tempo artefici del cambiamento in atto e che verrà. Dobbiamo mettere in conto che ci possono essere contraddizioni, fallimenti e vittorie. Dunque: sarà il mercato, anche quello turistico, che spingerà/interpreterà il cambiamento. Da un altro punto di vista, più soggettivistico, è il cambiamento indotto nella mentalità, nella cultura, nelle propensioni a partecipare/indurre il percorso su nuove strade. Ci sono già manifestazioni forti di questo cambiamento nel settore turistico. Un terzo fattore sono le scelte politico amministrative. Esse dovrebbero essere supportate da una visione strategica (un'interpretazione di dove va il mondo, i cambiamenti climatici, i cambiamenti demografici, la sostenibilità ambientale, economica e sociale) e scelte concrete e coerenti.

In Trentino a oggi questo non si capisce bene, al netto di dichiarazioni e azioni spesso condizionate dal sapore dei principi del marketing. Sarebbe importante che questa combinazione tra strategia e scelte concrete fosse consapevole. Penso che l'azione delle istituzioni politiche, delle parti sociali e di tutti gli attori che hanno responsabilità in questi contesti e verso l'opinione pubblica, dovrebbe interpretare e accompagnare questa esigenza di strategie e scelte concrete. Dunque, il cambiamento è in corso, non si può forzare la direzione di marcia, ma bisogna accompagnare il cambiamento. Il sistema turistico trentino va sostenuto nelle sue parti più innovative e pionieristiche, governato nel suo processo di cambiamento. Non è un processo di breve termine. Il nuovo prodotto turistico, meglio sarebbe dire la nuova economia turistica crescerà poco a poco. Anche il sistema delle imprese cambierà, cambierà l'offerta turistica, cambierà la domanda turistica. Possiamo dire che sta già cambiando.

Prosegue a Pag. 9.

direttore Roberto Pallanch

 4' e 15" Fabia Sartori

Escursione estiva in montagna

Estate post Covid-19, il turismo trentino perde il 30% di arrivi e il 33% di presenze

L'impatto della pandemia da Covid-19 ha «paralizzato» il movimento turistico in provincia di Trento: la stagione estiva (giugno-agosto 2020) ha registrato una contrazione di arrivi e presenze decisamente corposa. Certo, inferiore a quella prevista ai tempi del lockdown, ma deleteria per la sopravvivenza delle imprese turistiche trentine. Una prima serie di dati forniti dall'Ispat indica un **calo totale (sono comprese le strutture ricettive alberghiere ed extraalberghiere) di arrivi in Trentino pari**

al 30,4% (1.860.575 nel 2019; 1.294.967 nel 2020), mentre le presenze crollano del 33,1% (8.332.896 nel 2019; 5.575.343 nel 2020). È la grande assenza del turismo straniero a pesare in modo particolare sul bilancio totale. Basti pensare che gli arrivi stranieri rispetto alla stagione estiva 2019 sono in calo del 61,1% (710.203 nel 2019; 276.078 nel 2020), e le presenze straniere del 62,4% (2.887.156 nel 2019; 1.086.626 nel 2020). Ha risposto meglio, nell'estate Covid-19 del turismo di prossimità, il flusso degli ospiti italiani: il calo degli arrivi, in questo caso, si ferma all'11,4% (1.150.372 nel 2019; 1.018.889 nel 2020) e quello delle presenze al 17,6% (5.445.740 nel 2019; 4.488.717 nel 2020).



La vicepresidente dell'Asat Maria Emanuela Felicetti

Grandi assenti gli stranieri. Situazione drammatica soprattutto per laghi e città del Trentino

■ Analisi movimento turistico mese per mese

Certo, il confronto con la stagione estiva dello scorso anno (ritenuta tra l'altro una delle migliori degli ultimi dieci anni) è totalmente impari. Nell'analisi dei dati Ispat è fondamentale tener conto del fatto che il mese di giugno era ancora soggetto alle ordinanze di chiusura e limitazione dei servizi e di alcune attività, così come la prima decade di luglio. Appartengono a questi mesi, infatti, le variazioni negative

più «profonde». A **giugno** le strutture ricettive trentine (alberghiere ed extralberghiere) hanno registrato una diminuzione totale degli arrivi del 71,8% (432.041 nel 2019; 121.973 nel 2020), mentre per le presenze si parla di un meno 76% (1.458.062 nel 2019; 350.696 nel 2020). Un po' meglio le percentuali negative di **luglio**, con un calo di arrivi del 28,8% (657.681 nel 2019; 468.296 nel 2020) e di presenze del 37,4% (3.129.095 nel 2019; 1.960.082 nel 2020).

Il mese di agosto, invece, appare quello in cui si è potuta meglio esprimere l'accoglienza turistica, pur con le limitazioni e le difficoltà a seguito dell'emergenza Covid-19. Con il conseguente risultato di dati più «confortanti» o, meglio dire, meno «drammatici». Ad agosto, infatti, le strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere hanno riscontrato una diminuzione di arrivi dell'8,6% (770.853 nel 2019; 704.698 nel 2020) e delle presenze del 12,9% (3.745.739 nel 2019; 3.264.565 nel 2020).

Il turismo straniero è grande assente per tutto il periodo estivo. E questo è chiaramente visibile nel mese di agosto, anche se vale sia per giugno sia per luglio. Se arrivi e presenze stranieri sono in discesa, ad **agosto**, rispettivamente del 40,9% (228.109 nel 2019; 134.809 nel 2020) e del 43,7% (983.215 nel 2019; 553.792 nel 2020), i flussi circoscritti ai turisti italiani sono meno drammatici. Per quanto riguarda gli arrivi italiani, ed è la prima variazione positiva da rilevare, c'è una crescita rispetto ad agosto 2019 pari al 5% (542.744 nel 2019; 569.889 nel 2020). Negativo il confronto per quanto riguarda le presenze italiane, che calano rispetto ad agosto 2019 dello 1,9% (2.762.524 nel 2019; 2.710.593 nel 2020). Anche a **luglio** si è notato un lento «rimettersi in moto» di arrivi e presenze italiani (rispettivamente scesi del 9,6% e del 25% rispetto al 2019), mentre è rimasta grave la situazione di arrivi e presenze straniere (rispettivamente meno 57,7% e meno 60,4% rispetto al 2019). In relazione al mese di **giugno**, gli arrivi stranieri hanno avuto un calo cospicuo dell'86,3% contro una comunque forte discesa degli arrivi italiani pari al 56,8%. Per le presenze, quelle italiane sono calate del 61,2% e quelle straniere del 87,7%.

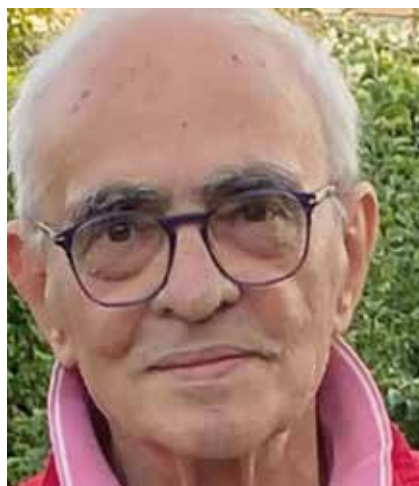
■ Settore extralberghiero: gettonato, soprattutto nell'immediato post Covid

Possiamo dire che, **ad agosto, la clientela è tornata a prediligere, in molti casi, le strutture alberghiere rispetto alla ricettività extralberghiera.** Basti pensare, infatti, che gli arrivi dell'alberghiero ad agosto sono diminuiti «solo» del 5% (515.333 nel 2019; 489.450 nel 2020), mentre l'extralberghiero ha assistito ad un calo del 15,8% (255.520 nel 2019; 215.248 nel 2020). Discorso molto simile per le presenze, decrementate del 10% (2.408.342 nel 2019; 2.168.195 nel 2020) nel caso del settore alberghiero e del 18% (1.337.397 nel 2019; 1.096.370 nel 2020) nel caso dell'extralberghiero.

L'ASAT RICORDA CON AFFETTO ALBERTO FRIOLI

È scomparso **Alberto Frioli**, per lunghi anni e fino poco tempo fa collaboratore dell'Asat, in qualità di responsabile della redazione della nostra rivista mensile «Turismo&Ospitalità nel Trentino», che ha sempre coltivato con grande professionalità e passione. La presenza quotidiana negli uffici per svolgere il suo lavoro ci ha consentito di apprezzare la sua cultura ed intelligenza ed anche la sua umanità, esercitate con discrezione e a volte anche con caustica cortesia, per sostenere le posizioni sindacali e di politica turistica della nostra associazione e, anche se del caso, nel sottolinearne debolezze politiche e culturali. Una combinazione di professionalità giornalistica nel principio di raccolta delle notizie, le sue telefonate agli albergatori e ai presidenti delle sezioni territoriali, e ai cosiddetti attori del turismo trentino, e di una elaborazione di una linea redazionale, di temi e problemi di più ampio respiro. Ci piace inoltre ricordarlo per le discussioni «civiche» sulla politica, le istituzioni e la società, severe ma nello stesso tempo mitigate dall'esperienza, e da un po' di disillusione, senza dimenticare la passione per lo sport, calcio e ciclismo in particolare su cui si intratteneva piacevolmente e autorevolmente con tutti noi colleghi.

Caro Alberto, l'Asat e i tuoi colleghi ti salutano con affetto e riconoscenza per il tuo lavoro. Esprimiamo vicinanza al dolore di Irina e dei tuoi famigliari.



Alberto Frioli

A giugno e luglio, invece, i tassi di riduzione rispetto al 2019 di arrivi e presenze nel comparto alberghiero ed extralberghiero sono molto simili. A giugno si sono «persi» il 74,6% (295.006 nel 2019; 74.976 nel 2020) degli arrivi alberghieri e il 65,7% (137.035 nel 2019; 46.997 nel 2020) degli arrivi extralberghieri, mentre per le presenze si parla di un meno 79,5% (alberghiero; 903.965 nel 2019; 184.921 nel 2020) e di un meno 70,1% (extralberghiero; 554.097 nel 2019; 165.775 nel 2020). Nel mese di luglio gli arrivi alberghieri sono diminuiti del 27,4% (441.562 nel 2019; 320.699 nel 2020) e quelli extralberghieri del 31,7% (216.119 nel 2019; 147.597 nel 2020), mentre le presenze alberghiere ed extralberghiere sono calate rispettivamente del 36,6% (2.027.540 nel 2019; 1.285.181 nel 2020) e del 38,7% (1.101.555 nel 2019; 674.901 nel 2020).

Complessivamente, l'intera stagione estiva 2020 ha assistito ad un calo di arrivi del 29,3% (1.251.901 nel 2019; 885.125 nel 2020) nel comparto alberghiero e del 32,7% (608.674 nel 2019; 409.842 nel 2020) nel comparto extralberghiero. Per le presenze, il tasso di diminuzione è pari al 31,9% (5.339.847 nel 2019; 3.638.297 nel 2020) per il comparto alberghiero e al 35,3% (2.993.049 nel 2019; 1.937.046 nel 2020) per il comparto extralberghiero.

La presa di posizione dell'Asat

«L'Asat non può assolutamente ritenersi soddisfatta dell'andamento della stagione estiva - commenta la vicepresidente **Maria Emanuela Felicetti** - ma sarebbe stato effettivamente difficile fare di meglio nell'inedita e complessa situazione in cui ci siamo trovati». Insomma, **le strutture ricettive del Trentino sono in sofferenza. «La quasi totale assenza dei turisti stranieri** - aggiunge - **rappresenta uno degli elementi più preoccupanti».**

E questo sia in relazione alla pesante componente negativa che è andata a pesare su arrivi e presenze estive. Ma soprattutto in funzione dell'inverno, quando le imprese turistiche dovranno tornare a fare i conti con l'assenza dei flussi stranieri. Il diffondersi dei contagi da Covid-19, la necessità di procedere obbligatoriamente al tampone nel caso di provenienza da determinati Stati, l'obbligo di osservare un periodo di isolamento dopo l'ingresso in Italia o al rientro in patria ed il blocco totale degli ingressi in Italia. E questo influisce, oggi, ed influirà pesantemente nei prossimi mesi sui flussi turistici provenienti dall'estero. Senza contare le ultime misure restrittive, in continua evoluzione, che limitano o bloccano gli spostamenti tra le Regioni italiane.

Tornando alla trascorsa stagione estiva, la vicepresidente Felicetti ricorda che ogni località turistica del Trentino è stata colpita dal Covid-19, a prescindere dalla tipologia di vocazione turistica (invernale/estiva; lacustre/montana/cittadina).

«Ricordiamo che - dice - per le **destinazioni turistiche montane la stagione invernale è terminata un mese prima del consueto**. Mentre la **stagione estiva per i laghi trentini è partita**, con circa due mesi di ritardo. Anche i dati che riguardano giugno/agosto vanno a confermare che il movimento turistico verso le località montane è ripreso in maniera attiva solamente dopo la prima decade di luglio».

Nell'analisi della stagione estiva, poi, la vicepresidente va a ricordare che «è mancato quasi totalmente il turismo organizzato, il quale di norma è importante soprattutto nei mesi di giugno e settembre» e che «fino ad oggi il **bonus vacanza** ha portato qualche nuovo cliente in Trentino (con soggiorni brevi), **nella speranza che la "nuova clientela" possa venire fidelizzata a seguito di azioni di marketing strutturato anche a livello di Trentino Marketing**».

Una stagione estiva decisamente insoddisfacente. Ma la vicepresidente Felicetti spezza una lancia a favore del sistema turistico trentino e dei suoi attori. «Il sistema turistico trentino - conclude - ha funzionato nel far fronte all'emergenza sanitaria. **Gli operatori turistici ed i nostri soci albergatori avevano il difficile compito di coniugare le esigenze e la soddisfazione del cliente con la migliore professionalità che contraddistingue il Trentino**. E questo nel rispetto delle norme e dei disciplinari anti-Covid. Nell'incertezza del mercato turistico europeo, tuttavia, sento parlare in questi giorni di restrizioni per gli spostamenti dei turisti, ma non sento parlare di un allungamento in termini temporali dei benefici che possano favorire sia il turista che l'imprenditore (cassa integrazione, bonus vacanza)».

Il direttore dell'Asat **Roberto Pallanch** è intervenuto sottolineando che, per in prossimo inverno, una delle parole chiave per gli albergatori sarà «**sicurezza sanitaria**». «Sia la nostra Associazione - dice - sia l'intero sistema turistico lavorano e lavoreranno molto sulla sicurezza, comunicando sia alla popolazione trentina sia alla clientela l'importanza di adottare comportamenti che garantiscano la sicurezza. Non dimentichiamo, inoltre, che gli ospiti che hanno frequentato il Trentino nell'estate appena conclusa hanno mostrato un elevato gradimento proprio per la sicurezza sanitaria garantita dalle strutture alberghiere».

Barozzi
handcrafted interiors

Barozzi

Zoltech
grandi cucine

PROGETTAZIONE e INSTALLAZIONE
ASSISTENZA e RICAMBI

ARREDAMENTI SU MISURA
ALBERGHI
BAR e ABITAZIONI

NUOVA VITA
ALLA TUA CUCINA

Realizziamo cucine professionali in modo razionale e offriamo assistenza completa

www.barozzidimension.it
info@barozzidimension.it

Rovereto | Trento
0464 439452

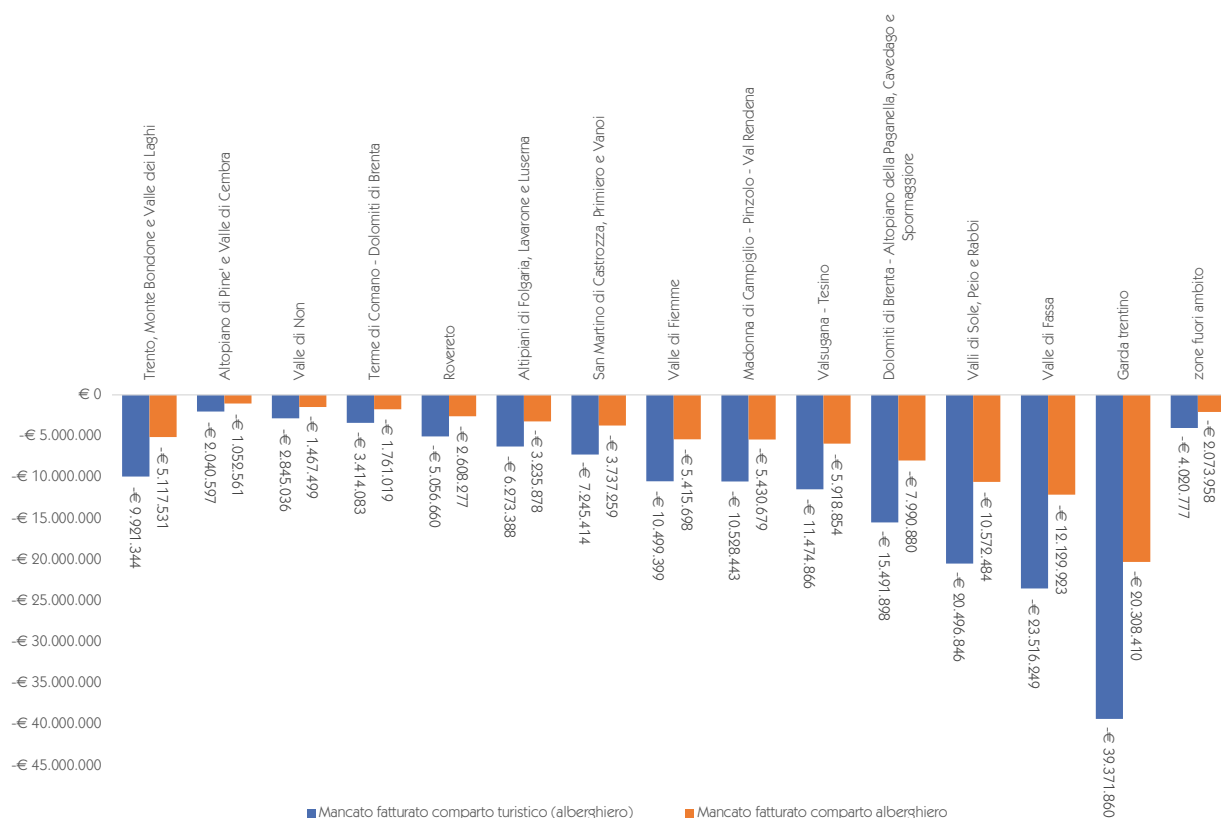
www.zoltech.it
info@zoltech.it

Durante la stagione estiva 2020 (nei mesi da giugno ad agosto) il comparto alberghiero ha perso il 31,9% delle presenze, pari a 1.701.550 turisti (dati Ispat). Il dato è riferito alle strutture ricettive alberghiere. Questa perdita di presenze alberghiere ha generato un **mancato introito per attori del territorio del Trentino** (correlato ai consumi degli ospiti in bar, ristoranti, negozi) pari a **172 milioni e 196.860 euro** (il dato è ottenuto considerando una spesa media per persona giornaliera in estate di euro 101,2 euro). Nel periodo compreso tra giugno ed agosto 2020, poi, per gli hotel del Trentino si può ipotizzare un **mancato ricavo alberghiero pari a 88 milioni e 820.910 euro** (il dato è ottenuto considerando una spesa media estiva in pernottamento per persona pari a 52,2 euro).

Stagione estiva, meno 89 milioni di euro per il comparto alberghiero

Considerando, infine, il calo complessivo delle presenze territoriali (sia per l'ambito alberghiero sia per quello extralberghiero), i dati Ispat evidenziano un calo di 2 milioni e 757.553 presenze nell'estate 2020 rispetto all'estate 2019 (meno 33,1%). Il che si traduce in un mancato incasso per il comparto turistico del Trentino pari a 279 milioni e 64.364 euro (considerando una spesa media per persona giornaliera in estate di euro 101,2 euro).

Un'analisi differenziata per territorio consente di affermare che, sempre riguardo alle strutture del **settore alberghiero**, a soffrire maggiormente in termini di perdita di presenze rispetto al 2020 sono gli ambiti turistici



Pesanti sofferenze per il mancato fatturato, soprattutto negli ambiti turistici che comprendono laghi e città

🕒 3' e 15"

caratterizzati da un prodotto città-cultura o vacanza lago: **Rovereto** (meno 50,9%), **Trento Monte Bondone e Valle dei Laghi** (meno 43,7%), **Valsugana e Tesino** (meno 43,5%) e **Garda Trentino** (meno 43,4%). I comparti turistici, invece, caratterizzati da una minor perdita rispetto al 2019 in termini di presenze alberghiere sono quelli che, da tradizione, offrono ai loro ospiti un prodotto turistico in prevalenza «dolomitico»: la **Valle di Fassa** (meno 23,3%), la **Val di Non** (meno 23,7%), l'ambito di **San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi** (meno 24,3%) e la zona di **Madonna di Campiglio, Pinzolo e Val Rendena** (meno 25,9%).

Dal punto di vista economico, a soffrire maggiormente è il **Garda Trentino** con un mancato introito per gli attori del territorio durante la stagione estiva appena trascorsa e in riferimento alla perdita di presenze alberghiere pari a 39 milioni e 371.860 euro. Nello stesso periodo il comparto alberghiero ha perso un fatturato di 20 milioni e 308.410 euro. La seconda «posizione» per calo di fatturato (sia per il comparto turistico sia per quello alberghiero) è occupata dalla **Valle di Fassa**, che nei tre mesi estivi ha visto sfumare un ricavo di 23 milioni e 516.249 euro per gli attori del territorio (calcolato sulla base del calo di presenze alberghiere) e di 12 milioni e 129.923 euro per le strutture ricettive alberghiere. A concludere la classifica dei territori più colpiti economicamente dalla crisi correlata al Covid-19 sono le **Valli di Sole, Peio e Rabbi**. In questo caso l'ammanto di fatturato per il comparto turistico è di 20 milioni e 496.846 euro (legato al calo di presenze alberghiere) e la perdita economica per il settore alberghiero è valutata in 10 milioni e 572.484 euro.

... Segue dalla prima pagina

Il turismo che verrà

Non aspettiamoci di voltare pagina nell'immediato. Lo può fare una singola impresa, gruppi di imprese, territori. Non lo può fare, perché non è in grado, tutto un settore economico: ci vuole tempo. Bisognerebbe pensare ad una sorta di piano di riconversione delle strutture, dei prodotti e delle organizzazioni, com'è stato fatto lo scorso secolo di fronte alla crisi dell'industria. Le forzature, magari belle da un punto di vista della costruzione intellettuale o formale, possono provocare disastri economici, sociali e delle persone. Le riflessioni su questi temi, va detto, sono opportune e doverose.

direttore Roberto Pallanch

L'ambito turistico contraddistinto da mancati introiti più bassi è quello che comprende l'**Altopiano di Pinè** e la **Valle di Cembra**. In questo caso al comparto turistico in relazione al calo di presenze alberghiere mancano 2 milioni e 40.597 euro e al comparto alberghiero 1 milione e 52.561 euro. Tra le zone che soffrono meno, almeno dal punto di vista dei «valori assoluti» c'è anche la **Val di Non** con un calo di fatturato di 2 milioni e 845.036 euro per il comparto turistico (alberghiero) e di 1 milione e 467.499 euro per il comparto alberghiero. La terza posizione, sempre in termini di valori assoluti, spetta all'ambito delle **Terme di Comano e Dolomiti di Brenta** con perdite economiche di 3 milioni e 414.083 euro per il comparto turistico (alberghiero) e di 1 milione e 761.019 per il comparto alberghiero. Va detto, dal punto di vista puramente metodologico, che gli ammanchi economici sono stati calcolati considerando una spesa media per persona giornaliera in estate di euro 101,2 euro per il comparto turistico e tenendo conto di una spesa media estiva in pernottamento per persona pari a 52,2 euro per il comparto alberghiero.

Comparto occupazionale

Nella finestra temporale tra marzo e luglio 2020 sono stati assunti 17.367 lavoratori dei pubblici esercizi (ristoranti, bar, hotel) rispetto ai 24.518 assunti nello stesso periodo del 2019. Il che significa **7.151 contratti stipulati in meno**, ovvero una riduzione del 29,2% dei contratti stabili o a termine stipulati rispetto al 2019 (fonte: Agenzia del Lavoro).



I viaggi con attività all'aperto sono i più gettonati

Strategie di viaggio ai tempi del Covid-19

Le tendenze su scala globale nei mesi successivi al lockdown

🕒 4' e 35"

🖋️ Monica Basile

Durante i mesi di agosto e di settembre 2020 il turismo è timidamente ripartito, complici le ferie estive, le scuole chiuse e il desiderio di viaggiare per incontrare amici e parenti, separati durante il periodo di lockdown. Il segmento leisure (viaggi di piacere) ha trainato le prenotazioni durante l'estate 2020, rispetto al segmento di viaggi business ancora fermo (settore che storicamente riparte molto più lentamente dopo le crisi). È interessante notare come le strategie del «viaggiare in sicurezza» adottate dai turisti a livello globale seguano trend molto simili. Queste tendenze sono state messe in luce a fine settembre 2020 dal report «The travel industry turned upside down: Insights, analysis, and actions for travel executives» elaborato da **McKinsey & Company** (www.mckinsey.com; Copyright (c) 2020 McKinsey & Company; all rights reserved; reprinted by permission). da cui si estrapolano

analisi e grafici riportati nel presente articolo. Nell'estate 2020 i turisti hanno scelto destinazioni domestiche raggiungibili in auto (rispetto all'aereo), prenotate sotto data anche da parte dei mercati (quali Germania) che storicamente prenotavano con larghissimo anticipo. Preferite le destinazioni in cui era garantito il contatto con la natura, evitando le città e i luoghi reputati molto affollati. Grande attenzione per l'affitto di case appartamenti vacanze, per evitare i contatti con gli altri ospiti e lo staff degli hotel. Il report di cui sopra propone un'analisi relativa all'andamento dell'industria turistica e ai comportamenti d'acquisto dei turisti che riguardano le leve del marketing.

SIAMO CAMBIATE NELLA FORMA, MA NON NELLA SOSTANZA.

Abbiamo costruito
un grande Gruppo Cooperativo,
ma restiamo l'unica banca
della porta accanto.

L'unica che condivide con te
storia, bisogni e valori.

L'unica che investe nella nostra comunità
e sa prendersi cura del suo sviluppo.

L'unica banca globale,
ma di sana e locale costituzione.

**Le tue banche
di sempre,
ancora più vicine.**

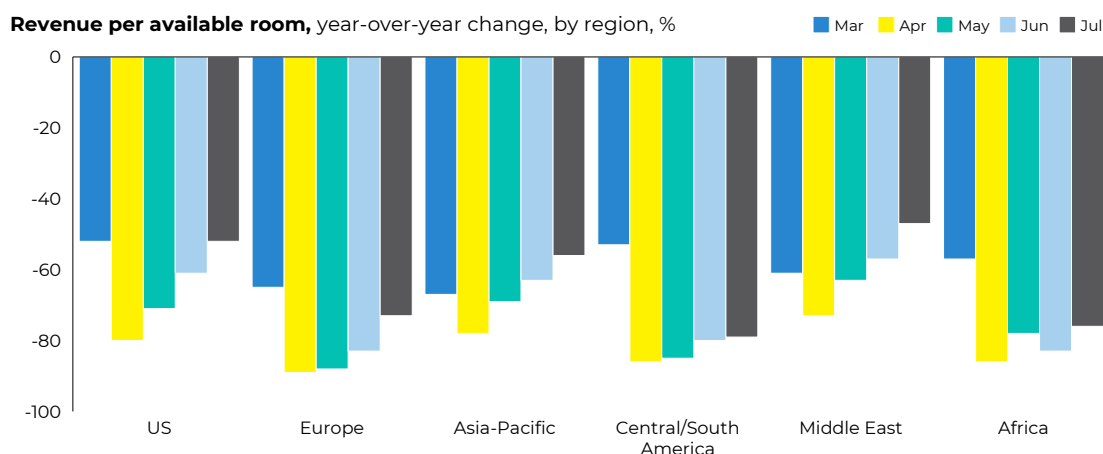


**CASSE RURALI
TRENTINE**



Exhibit 3

The slowdown in demand for hotel rooms is evident in revenue declines.



Source: STR, August 2020

Industria turistica: andamento e trend di mercato

Negli ultimi decenni i viaggi hanno registrato una crescita costante anche in caso di crisi come l'attacco alle Torri Gemelle 11/9, SARS, Aviaria, Zika. La situazione odierna è diversa. Scenari dell'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) stimano che nell'anno 2020 gli arrivi turistici internazionali subiranno un calo compreso tra il 58% e il 78%.

Compagnie aeree. Sono i settori più colpiti all'interno dell'industria turistica. Le analisi di scenario prevedono che le compagnie aeree ritorneranno a livelli pre-Covid solo nel 2024. Molte di loro, attualmente, sono sull'orlo della bancarotta e quelle con risultati positivi (China Airlines, Korean Airlines) generano il proprio fatturato grazie al trasporto merci.

Hotel. I dati provenienti da STR aggiornati ad agosto 2020 mostrano come la domanda globale di servizi alberghieri abbia subito un tracollo in termini di fatturato generato per camera disponibile (RevPar). Il grafico sopra illustra la riduzione del fatturato alberghiero per camera disponibile 2020 (comparato con i valori del 2019), nei differenti continenti, durante i mesi della pandemia (marzo blu, aprile giallo, maggio verde, giugno azzurro, luglio marrone). Gli analisti di STR stimano che la domanda alberghiera raggiungerà i livelli pre-Covid nel 2023, mentre si dovrà aspettare il 2024 per

raggiungere il fatturato per camera disponibile 2019. A livello globale gli hotel che quest'estate hanno registrato andamenti positivi sono quelli con turisti leisure, che durante l'estate hanno lavorato con clientela domestica/nazionale e locale, oltre agli hotel di fascia economica, che hanno avuto performance migliori rispetto agli hotel del comparto del lusso. Riguardo al mezzo di trasporto, durante l'estate 2020 una percentuale maggiore di ospiti rispetto agli anni precedenti ha scelto l'auto per raggiungere la destinazione stabilita.

Case appartamenti vacanze (Cav). Questa tipologia ricettiva ha tratto vantaggio dalla diminuzione dell'occupazione registrata dall'industria alberghiera; le case ubicate vicino alla natura e in destinazioni «minori» hanno registrato performance migliori rispetto a quelle delle strutture alberghiere. Invece, le Cav ubicate nelle città hanno registrato lo stesso andamento negativo degli hotel di città. Durante i mesi di luglio ed agosto i mercati Usa, Germania e Francia hanno raggiunto livelli di occupazione di poco inferiori a quelli del 2019. Il gruppo Expedia ha un settore denominato «Vrbo» che si occupa di case vacanze ed ha registrato performance di occupazione molto positive soprattutto nei mesi di maggio e giugno, contribuendo a rialzare le performance dell'azienda. Invece Airbnb, fortemente dipendente dai mercati in città, ha dovuto aumentare il proprio indebitamento di 2 miliardi di dollari, per far fronte alla pandemia, riducendo il 25% la forza lavoro. Gli affitti per le case appartamenti vacanze manterranno questo vantaggio sugli hotel nel lungo periodo? Il rapporto 2020-2024

del Technavio's Global (pubblicato a maggio 2020) stima un tasso di crescita annuale delle Cav del 7%.

OTA. Dall'inizio della crisi e per lunghi periodi hanno registrato a livello mondiale un crollo delle prenotazioni. Comunque, sebbene le OTA abbiano dovuto prendere delle decisioni legate alla riduzione del personale, il modello di business ha tenuto, anche grazie alla struttura flessibile incentrata sulla maggior parte di costi variabili. Infatti, le OTA hanno fin da subito tagliato la grande maggioranza del proprio budget dedicato al marketing investito nel 2019 (meno 61% in Booking Holdings e meno 51% in Expedia). Un ammanco notevole per i colossi del web, se si pensa che i maggiori contribuenti ad esempio del fatturato pubblicitario di Google (16 miliardi all'anno) risultavano essere proprio Expedia e Booking Holdings.

Leve del marketing e scelte dei consumatori: segmenti di mercato, prodotto, pricing

Segmento leisure. All'inizio i turisti erano le persone che volevano lasciare gli epicentri ad alta densità dei contagi Covid-19; successivamente la motivazione di vacanza è diventata quella di ritrovare «amici e parenti», tendenza che probabilmente si confermerà in futuro.

Segmento business travel. Le riunioni non si fanno più in presenza, l'insieme dei rapporti lavorativi si è convertito all'online, grazie ai meeting via web, per cui il business travel non accenna a ripartire. Storicamente questo segmento ci impiega cinque anni a raggiungere i livelli pre-crisi. Quindi sarà il segmento leisure, delle vacanze in famiglia, il vero motore trainante per la domanda di viaggi di vacanza nel prossimo futuro. Gli americani dall'inizio della pandemia hanno sospeso le ricerche per le destinazioni a lungo raggio oltremare, tra cui l'Italia, e hanno incrementato del 70-80% le ricerche verso Messico, Canada, Repubblica Dominicana, Porto Rico e Cuba, intensificatesi al 90% a giugno 2020.

Mercato europeo. Anche l'Europa ha reagito in maniera simile agli Usa. I clienti hanno utilizzato l'automobile per raggiungere Austria, Svizzera, Croazia e hanno preso voli verso Grecia e Norvegia solo in estate avanzata, quando hanno visto la bassa percentuale di contagi.



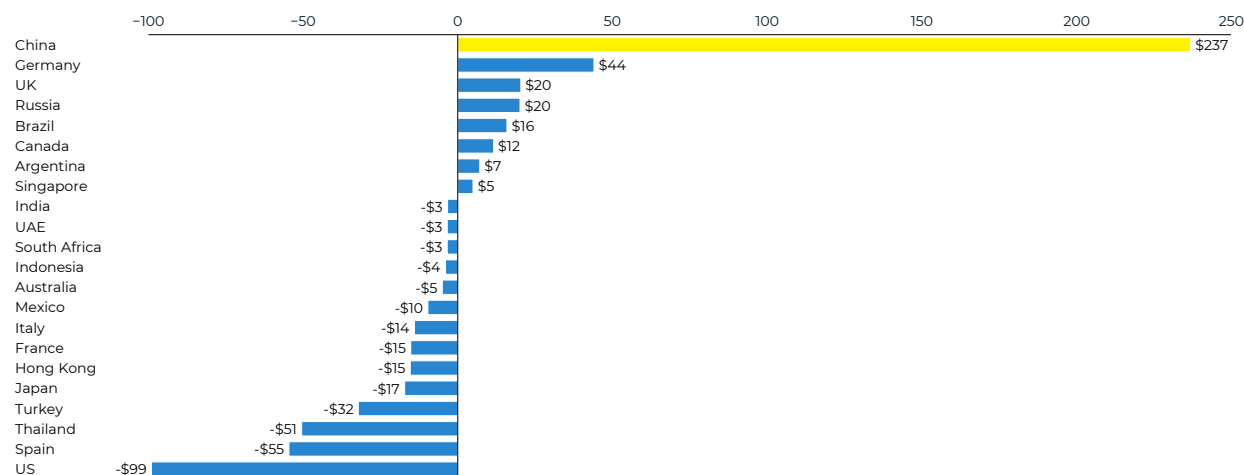
Foto: www.pixabay.com

I vacanzieri si spostano utilizzando la propria automobile

Exhibit 30

China could be the big winner if tourism becomes mainly domestic.

Difference in travel spending if tourism becomes mainly domestic, \$ billion



Source: Skift Research from UNWTO, NTTO, BEA, USTA, World Bank, and own estimates. Data are for FY 2018

Prodotti di vacanza. Il viaggio d'avventura è la tipologia di prodotto che ha registrato un recupero più intenso rispetto alla tipologia di vacanza «mare e spiaggia». I dati di Trivago confermano che, a livello mondiale, la tipologia di viaggi con attività all'aperto ha recuperato più velocemente rispetto alle altre tipologie di prodotti. Anche il World Travel and Tourism Council (WTTC) con l'osservatorio McKinsey, sul recupero della domanda turistica, conferma che in tutto il mondo (esclusa la Cina) i viaggi d'avventura hanno registrato un aumento maggiore rispetto ad altre tipologie.

Booking window. Il tempo che intercorre tra la prenotazione della vacanza e il giorno di arrivo del cliente sia in Germania sia negli Stati Uniti si è accorciato considerevolmente rispetto al 2019. Questo è dovuto anche al fatto che i turisti si recano in automobile nella destinazione di prossimità ed attendono ad effettuare la prenotazione fino a poche settimane prima della vacanza, monitorando l'evoluzione della situazione del Covid-19.

Il prezzo. Dalle indagini negli Usa è emerso che il prezzo rappresentava il criterio di ricerca più importante nel mese di aprile, ma successivamente a luglio è diventato il fattore meno importante, superato dalla distanza (da casa).

Nomadi digitali. Il lavoro in smart working ha intensificato i fenomeni dei nomadi digitali e il Bleisure (il mix tra vacanze di piacere e vacanze in cui si lavora). Durante la pandemia la durata media del viaggio è aumentata a prova che le persone hanno cercato altri luoghi in cui soggiornare e lavorare.

La nuova normalità dei viaggi nazionali. Skift Research ha analizzato i dati dei flussi turistici provenienti da una pluralità di attori (Banca Mondiale, UNWTO) nei principali mercati, per capire i cambiamenti che potrebbero avvenire se il fenomeno turistico fosse alimentato solamente dal mercato nazionale. Va detto che la spesa per viaggi internazionali tende ad essere ovunque da due a cinque volte superiore rispetto ai viaggi nazionali, che tendono ad essere più brevi e ad avere gruppi di dimensioni minori.

Quindi, se un Paese dipende molto dal turismo internazionale, si troverà più in difficoltà perché gli mancherà un forte introito. Tenendo conto di questo parametro, nel report c'è una classifica delle nazioni che riusciranno a reagire meglio a questa situazione. Il grafico sopra indica, in miliardi di dollari, la differenza tra le spese turistiche, se i flussi fossero costituiti soprattutto da turisti nazionali. Cina, Germania, Regno Unito, Russia sarebbero in grado di compensare con il turismo domestico la perdita dei turisti internazionali, al contrario di Usa, Spagna, Thailandia, Turchia, Giappone, Hong Kong, Francia, Italia, Messico, Australia, Indonesia, Sud Africa (che avrebbero più difficoltà).



LE CARTE REGALO AZIENDALI



PRATICHE E FUNZIONALI

Possono essere caricate con l'importo desiderato ed utilizzate più volte fino all'esaurimento del credito. Sono spendibili presso tutti i negozi del Gruppo ad insegna Poli, Orvea, Regina e Amort.

PERSONALIZZABILI E DI DIVERSI FORMATI

Si possono richiedere nel classico formato "tessera" o nel formato digitale e, in entrambi casi, sono personalizzabili con il vostro logo aziendale.

VANTAGGIOSO PER CHI LE RICHIEDE

Gli omaggi a dipendenti, clienti e partners commerciali sono detraibili secondo la normativa fiscale in corso. Soltanto per il 2020 l'importo di beni e servizi a favore dei dipendenti che non concorre alla formazione del reddito passa da 258,23 € a 516,46 € (art.51 TUIR n. 917/1986)

*Per richiederle è sufficiente accedere al nostro sito **www.gruppopoli.it**; in pochi giorni le carte saranno a vostra disposizione.*



Poli Orvea REGINA AMORT



Viaggiare sicuri: l'impegno di Airbnb



Un appartamento della piattaforma Airbnb

In ottemperanza alle linee guida e alle misure restrittive emanate dai governi locali e dalle autorità sanitarie, la pulizia rimane una priorità; in quest'ottica, le persone continuano a cercare nuovi modi per viaggiare e per ospitare a loro volta viaggiatori in totale sicurezza. Anche **Airbnb**, più volte accusato di dare molte meno certezze in tema di controlli igienici rispetto agli hotel, ha recentemente annunciato che sia gli *host* sia gli ospiti devono accettare le disposizioni anti Covid-19 del portale, che impongono di indossare la mascherina, mantenere la distanza sociale e, per chi ospita e per i loro collaboratori, rispettare un protocollo di pulizia potenziato e suddiviso in cinque diverse fasi. Questo impegno contribuirà a fornire ulteriori garanzie per cercare di salvaguardare tutti gli stakeholder della piattaforma: host, ospiti, comunità locali e governi nazionali.

Tale protocollo di sanificazione, sviluppato con la supervisione di esperti di ospitalità e igiene medica e da un ex chirurgo statunitense, il dottor **Vivek Murthy**, ha ottenuto il marchio *Safe Travel* dal World Tourism and Travel Council (WTTC). Dal lancio dell'iniziativa lo scorso giugno, gli

Igiene e salute prima di tutto in epoca post Covid, nasce un protocollo di sanificazione in cinque step

🕒 2' e 35"

✍️ Francesca Maffei

host aderenti hanno registrato quasi 1,5 milioni di risultati in più nelle ricerche online, associati a una valutazione media di 4,8/5 per la pulizia. All'inizio della pandemia, Airbnb ha anche emesso delle direttive riguardanti salute e sicurezza su come utilizzare correttamente i dpi (dispositivi di protezione individuale) e su come praticare il distanziamento sociale in conformità con le indicazioni dell'Organizzazione mondiale della sanità e dei centri per il controllo delle malattie.

Nel tentativo di promuovere viaggi responsabili, a host e ospiti Airbnb chiede quindi di impegnarsi, oltre a indossare la mascherina e a mantenere il *social distancing* nelle interazioni tra loro, a implementare il processo di pulizia potenziato in cinque step entro il 20 novembre 2020. Impegno che va sottoscritto da entrambe le parti: gli host nel momento in cui accedono al loro account e gli ospiti all'atto della prenotazione. In caso contrario sono previsti avvisi, sospensioni dal servizio fino alla rimozione dalla piattaforma stessa. A supporto degli host nel raggiungimento e mantenimento di questi standard, è stato creato l'Airbnb Cleaning Hub, un centro risorse con informazioni aggiornate e strumenti utili come articoli, check-list e forniture consigliate.

Ora più che mai i consumatori sono alla ricerca delle caratteristiche che hanno fatto la fortuna di Airbnb: case private lontane da quartieri turistici e alberghieri densamente popolati, in grado di offrire un maggior spazio e un controllo più efficace sul proprio ambiente. Secondo una ricerca commissionata da Airbnb e condotta nello scorso marzo su 940 potenziali clienti nordamericani, circa tre intervistati

su quattro hanno affermato che, con le loro famiglie, sarebbero stati più a loro agio a soggiornare in un'abitazione privata piuttosto che in un hotel con tante altre persone. Stando sempre ai dati interni del portale, le strutture che si sono registrate nel protocollo di pulizia avanzata hanno guadagnato posizioni in termini di popolarità e hanno sviluppato in media il triplo di prenotazioni rispetto alle abitazioni che non sono state incluse nel programma. In più, oltre che dei suoi diretti clienti, Airbnb si preoccupa in maniera lungimirante della sua immagine aziendale in materia di Corporate Social Responsibility, incoraggiando le comunità ospitanti a rispettare le più recenti linee guida sanitarie locali e/o nazionali per il benessere e la sicurezza di residenti e turisti.

Essere consapevoli di come si muove la concorrenza allargata, altrimenti detta nel caso in esame *shadow hospitality*, può fornire pertanto spunti interessanti per arricchire l'offerta rivolta a chi cerca un'esperienza di viaggio non solo di alta qualità, ma i cui parametri di riferimento sono in continuo mutamento a seconda dell'evolversi della pandemia.

AZZOLINI

ARREDO E FURNITURE

Via Volta, 2/4 - 37010 Affi (VR)
Tel. 045 6200150 - @: affi@azzolini.it
www.azzolini.it

Indoor furniture



Outdoor furniture



Recovery Fund e manovra di bilancio

Recovery Fund: il fondo per la ripresa che l'Unione europea ha creato per rilanciare le economie dei Paesi membri travolti dalla crisi del Covid-19 è di 750 miliardi. L'Italia può contare su 209 miliardi di euro: 82 miliardi a fondo perduto e 127 miliardi sotto forma di prestiti. Il Governo può pre-negoziare il proprio piano nazionale con Bruxelles a partire dalla metà ottobre e dovrà presentarlo formalmente dal 1° gennaio al 30 aprile 2021 per l'approvazione finale. In tale contesto anche la Provincia autonoma di Trento avrà la possibilità e la responsabilità di indicare la propria strategia e le proprie progettualità. Ecco, quindi, che l'**Asat** prende posizione nei confronti della politica locale, indicando - in piena coerenza con gli obiettivi indicati in sede europea - le **iniziative e le progettualità da inserire nel contesto del Recovery Fund**. In tale contesto vengono anche evidenziate le osservazioni e le proposte da inserire nella **manovra di bilancio 2021 e triennale 2021/2023**. «Rileviamo - si legge nel documento di osservazioni stilato dall'Asat - che il finanziamento a debito ipotizzato per le prossime manovre di bilancio e le risorse messe a disposizione nell'ambito del Recovery Fund dovranno essere restituite. Va, quindi, valutata attentamente la capacità dei suddetti investimenti di produrre adeguati ritorni in termini di crescita economica e di risorse che consentano alla Provincia di estinguere i debiti».

RECOVERY FUND

L'Asat ritiene che il Governo provinciale debba impiegare le risorse aggiuntive derivanti dall'accordo tra Stato e Provincia e quelle legate al Recovery Fund in progetti strategici di crescita e rafforzamento dell'economia trentina sul medio-lungo periodo. Fondamentale indirizzare una parte importante di queste risorse a sostegno della domanda di investimenti e dell'occupazione. «Il turismo - viene spiegato nel documento redatto dall'Asat - è un asset fondamentale:

L'Asat esprime alla politica locale iniziative e progettualità da inserire nelle due pianificazioni

🕒 5' e 30"



Foto: www.pixabay.com

Burocrazia agile e sanità efficiente con la digitalizzazione

ha storicamente esercitato una funzione di sviluppo del territorio e, negli ultimi anni, anche una importante azione anticongiunturale stimolando i settori del commercio, dell'artigianato e dei servizi, garantendo occupazione e redditi. La crisi legata alla pandemia da Covid-19 ha evidenziato quanto il turismo sia importante per il Paese e per il Trentino».

Seguono alcune considerazioni che l'Asat ha portato all'attenzione della Giunta provinciale. L'ordine adottato è lo stesso predisposto dalla Commissione europea per evidenziare i sette settori su cui concentrare i Recovery plan nazionali.



Vino, cultura, territorio



ENOTECA PROVINCIALE DEL TRENTINO

Ogni giovedì, venerdì e sabato
dalle 17.00 alle 22.00 scopri i vini e i sapori
del territorio e nei fine settimana dedicati
all'enogastronomia lasciati conquistare
dai sapori della cucina trentina.



**PALAZZO
ROCCABRUNA**

CAMERA DI COMMERCIO I.A.A. TRENTO

Palazzo Roccabruna - Trento, via SS. Trinità
tel. 0461 887101

www.palazzoroccabruna.it

1. Più energia rinnovabile e più tecnologie pulite

Il Trentino produce da fonti di energia rinnovabile il 95% della potenza energetica. Si può ulteriormente migliorare: innanzitutto attraverso una distribuzione più efficace e capillare e, poi, attraverso una politica tariffaria che consenta ai cittadini e alle imprese di poter accedere ad energia green abbassando i costi produttivi. È in discussione un disegno di legge sulle concessioni idroelettriche: la Provincia acquisirà un importante patrimonio di beni a scopo idroelettrico e le modalità di gestione degli stessi potranno impattare sul territorio in termini ambientali, di sostenibilità e sul paesaggio. La valorizzazione dell'ambiente naturale, della biodiversità, del paesaggio sono, per l'Asat, una priorità.

pulite deve considerare l'importanza dei collegamenti con le valli e di queste con i territori extra provinciali (Hub aeroportuali, corridoi ferroviari e autostradali). L'adozione di un piano integrato della mobilità provinciale dovrà evitare il più possibile interventi a spot di interesse locale: l'accessibilità del territorio è un elemento strategico per lo sviluppo del settore turistico. La mobilità elettrica rappresenta un importante cambiamento che deve



Energia idroelettrica, la centrale di Santa Massenza



Mobilità elettrica pubblica in Trentino: verso un futuro sostenibile

2. Migliorare l'efficienza energetica degli edifici pubblici e privati

Nel corso degli anni sono state adottate numerose agevolazioni per il miglioramento energetico del patrimonio immobiliare. Servirebbe un report per definire lo «stato dell'arte» e per fissare gli obiettivi da raggiungere nei prossimi anni. Molte aziende hanno riqualificato l'immobile alberghiero, ma i costi di riqualificazione energetica a carico delle imprese risultano ancora pesanti: l'Asat sostiene la necessità di promuovere forme di incentivo mirate (Superbonus 110% anche per gli alberghi oppure un Iperammortamento sul modello di Industria 4.0). Servirebbero strumenti per intervenire sulle strutture ricettive in maniera più profonda, per un ammodernamento che vada ad incidere sull'impronta ambientale dell'attività turistica in modo da restituirle sostenibilità e competitività.

3. Promuovere tecnologie pulite (sistemi di trasporto sostenibili, stazioni di ricarica e rifornimento, trasporti pubblici)

L'Asat è per una mobilità integrata, sostenibile, interconnessa e cadenzata sul modello dei Paesi del nord Europa. Ogni ragionamento sulle esigenze future dei sistemi di trasporto e sulle tecnologie

essere sostenuto. Diverse strutture alberghiere hanno installato le colonnine per la ricarica dei veicoli: queste aziende vanno sostenute e valorizzate. La realizzazione di collegamenti ferroviari locali è fondamentale. Il cliente del centro e nord Europa è molto sensibile alle tematiche ambientali e vorrebbe poter vivere la propria vacanza in un territorio dove la bici (anche elettrica) sia il vero mezzo di spostamento locale (rete delle piste ciclabili per sport/relax e per spostamenti). Anche se il tema non è coerente con il Recovery Fund, le Olimpiadi 2026 rappresentano un'occasione imperdibile per realizzare opere strategiche quali il collegamento ferroviario con l'aeroporto Catullo di Verona e l'elettificazione della ferrovia della Valsugana fino a Venezia.

4. Collegare: estendere il raggio d'azione dei servizi veloci a banda larga

La banda larga raggiunge un numero limitato di utenti, soprattutto nelle valli. È necessario completare quanto prima l'infrastrutturazione ed il collegamento del cosiddetto ultimo miglio. L'Asat ha avanzato soluzioni alternative che potrebbero essere implementate velocemente in attesa che venga completato il collegamento in fibra. Nello specifico si tratta della tecnologia FTTR (Fiber To The Repeater): la connettività viene garantita tramite ponti radio di ultima generazione. Altri vantaggi: basso impegno di impianti e infrastrutture, tempi brevi di realizzazione, velocità di banda paragonabile a quelle della fibra ottica terrestre, coperture di aree ampie, bassa emissione di onde, bassi costi.

5. Digitalizzare la pubblica amministrazione e i servizi pubblici, compresi i sistemi giudiziari e sanitari

La complessità degli adempimenti burocratico-amministrativi è in continua evoluzione. Diventa fondamentale l'adozione di tecnologie informatiche che consentano, da un lato, l'informatizzazione e la semplificazione dei processi e dei rapporti tra imprese, cittadini e amministrazioni e, dall'altro, la gestione degli stessi processi da remoto (non necessariamente nel Comune interessato). L'accessibilità ai servizi va affrontata anche dal punto di vista dell'alfabetizzazione informatica ancora troppo bassa in Trentino.

Per quanto concerne la modernizzazione del sistema sanitario vanno tenute in considerazione le dinamiche legate alla presenza di turisti nelle valli a maggiore vocazione turistica, soprattutto nei periodi di alta stagione. L'Asat chiede alla Provincia di adottare misure specifiche per garantire la gestione di eventuali contagi tra la popolazione turistica e l'erogazione alla stessa di idonei servizi sanitari. Potrebbero essere sperimentati dei servizi di assistenza e di telemedicina dedicati ai turisti.

6. Aumentare le capacità di cloud industriale europeo di dati e lo sviluppo di processori più potenti, all'avanguardia e sostenibili

Il tema del cloud e dell'analisi dei dati è strettamente legato all'*internet of things* e all'intelligenza artificiale la cui applicazione al settore del turismo consentirebbe di raccogliere e analizzare una grande mole di dati e di informazioni che potrebbero essere usate per migliorare l'esperienza degli ospiti sul nostro territorio o per analizzare i loro comportamenti in modo da interpretare tempestivamente nuovi bisogni e mode.

7. Migliorare le competenze adattando i sistemi d'istruzione per promuovere le competenze digitali e la formazione scolastica e professionale

Investire nell'istruzione è un valore aggiunto per il territorio: la conoscenza porta al miglioramento della qualità della vita economica e sociale. L'Asat spinge per un innalzamento dei livelli di istruzione e formazione, fino a quello universitario e dell'alta formazione. Le imprese ricettive necessitano di personale qualificato, in grado di garantire un'ospitalità di eccellenza. Fondamentale l'apprendimento di tipo duale, dove le imprese lavorano assieme alla scuola per ridurre il divario tra le competenze «scolastiche» e quelle invece richieste dal mondo del lavoro. La ricerca e il progresso tecnologico possono dare nuovi impulsi all'economia: è necessario approntare percorsi di formazione continua per gli imprenditori per alimentare e far crescere la cultura dell'innovazione. L'Asat caldeggia l'istituzione di una scuola di alto profilo (Scuola dell'hotellerie) dove possano confluire ragazze e ragazzi provenienti dai diversi istituti sul territorio trentino e nazionale che abbiano ottenuto i migliori risultati.



Apprendisti cuochi al lavoro



MANOVRA DI BILANCIO

1. Politica sanitaria

Durante la stagione estiva, la corretta gestione delle problematiche relative all'emergenza sanitaria ha rappresentato una garanzia per gli ospiti del territorio ed ha costituito un presupposto per l'operatività delle aziende turistiche. È importante predisporre una campagna di informazione a cittadini e turisti in merito alla prevenzione. Per quanto concerne i diversi settori economici, tra cui quello turistico, risulta necessario definire una strategia comportamentale per prevenire e fronteggiare i rischi e gli eventuali casi di positività. Fondamentale, da questo punto di vista, è l'elaborazione di regole chiare per l'ingresso dei lavoratori stranieri, relativamente agli obblighi di isolamento fiduciario, test e tamponi (importante avere tempi rapidi di risposta), vaccini antinfluenzali, e, a tale scopo, individuare nel bilancio le risorse necessarie. L'Asat ritiene che debbano essere riattivati i protocolli sottoscritti nella fase iniziale della pandemia al fine di individuare strutture dedicate all'isolamento delle persone positive.

2. Sostegno alle assunzioni di personale a tempo determinato

L'Asat chiede che venga riproposta la misura che prevede contributi a favore degli operatori economici dei settori legati al turismo che salveranno le assunzioni nella stagione invernale 2020 (misura propedeutica e non adottata a posteriori). Rimane irrisolto il tema degli stagionali che hanno lavorato meno mesi nel 2020 e che, perciò, si trovano con requisiti Naspi insufficienti per traghettare l'inverno 2020/21 (non è stata erogata CIG/assegno ordinario perché non in forza a marzo 2020 e quindi nemmeno l'estensione delle ulteriori 9 settimane che servirebbero alle aziende per tentare l'apertura nell'autunno). L'Asat ricorda che è necessario far pressione sul Governo nazionale per il ripristino della dotazione del Fondo di solidarietà del Trentino, utilizzato per anticipare l'assegno ordinario di disoccupazione.

3. Imis 2021

Tutti gli osservatori concordano sul fatto che anche il 2021 sarà un anno di crisi e di transizione per il settore turistico, con poche garanzie rispetto alla mobilità internazionale. L'Asat sostiene che debba essere riproposta, anche per il prossimo anno, la misura di esenzione dal versamento dell'Imis qualora la stessa non fosse già prevista da normative nazionali.

4. Irap

Per l'Asat, la Provincia dovrebbe utilizzare anche la leva delle aliquote Irap per premiare le aziende che, in questo periodo di crisi, mantengono in percentuale (costo lavoro/fatturato) i livelli occupazionali garantendo reddito ai dipendenti. Reddito che viene, poi, utilizzato per alimentare la spesa locale e, quindi, il Pil provinciale.

5. Risorse alla promozione turistica

Il sistema della promozione turistica, a seguito dell'entrata in vigore della legge di riforma a partire dal 1° gennaio 2021, sarà legato direttamente e totalmente al gettito derivante dall'imposta di soggiorno. Il calo di arrivi e presenze genererà pertanto un ammontare inferiore di finanziamento garantito al sistema rispetto agli ultimi anni. È, quindi, necessario che la Provincia individui nel proprio bilancio le risorse da destinare ad integrazione dei fondi a disposizione della promozione turistica.

6. Contributi a fondo perduto

Incognite e preoccupazioni per l'imminente stagione invernale inducono l'Asat a proporre l'istituzione di un fondo per l'erogazione di un contributo a fondo perduto a favore degli operatori che subiranno un sensibile calo di fatturato in relazione all'epidemia di Covid-19. Il quadro temporaneo predisposto dalla Commissione europea per agevolare questo tipo di interventi è in scadenza il 31 dicembre 2020: servono rassicurazioni in merito alla sua proroga.





Alcuni vedono
un motore innovativo.
Noi, una nuova era.



Audi e-tron Sportback.

Solo guardando il presente da una prospettiva diversa è possibile vedere nuove possibilità per il futuro. Audi e-tron Sportback, la prima coupé 100% elettrica che combina sportività e prestazioni completamente sostenibili, è il risultato perfetto di questa visione. Per scegliere di viaggiare verso il futuro sempre in armonia con l'ambiente e le grandi performance. Scoprila nel nostro Showroom e su **audi.it**
Future is an attitude.

Gamma Audi e-tron Sportback. Consumo ciclo di prova combinato (WLTP): 21,7 - 26,2 kWh/100 km; autonomia ciclo di prova combinato (WLTP): 446 - 280 km; emissioni CO₂ ciclo di prova combinato: 0 g/km. I valori indicativi relativi al consumo di energia e alle emissioni di CO₂ sono rilevati dal Costruttore in base al metodo di omologazione WLTP (Regolamento UE 2017/1151 e successive modifiche e integrazioni). Eventuali equipaggiamenti aggiuntivi, lo stile di guida e altri fattori non tecnici possono modificare i predetti valori. Per ulteriori informazioni sui predetti valori, vi invitiamo a rivolgervi alle Concessionarie Audi e a consultare il sito audi.it

Dorigoni Spa

Via di S. Vincenzo, 42 - 38123 Trento

Tel. 0461.381357

www.dorigoni.com - email: vendita.audi@dorigoni.com

Via Parteli, 8 - 38068 Rovereto

Tel. 0464.038888

www.dorigoni.com - email: vendita.rovereto@dorigoni.com

Mercato del lavoro territoriale: 3.109 imprese turistiche al mese con 21.123 dipendenti

In Trentino, nel 2019, sono 3.109 le imprese turistiche che hanno operato nel settore turistico, dando lavoro nel corso dell'anno a 21.123 dipendenti al mese. Una media che deriva da periodi in cui l'occupazione è al top come agosto, quando si sfiorano i 27.000 addetti e altri come novembre, il mese più povero di lavoratori alle dipendenze, che si fermano a poco meno di 2.500. I dati, messi nero su bianco dall'Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo di Federalberghi in collaborazione con l'Ente bilaterale del turismo, mostrano che l'occupazione è soprattutto femminile e giovane: 6 addetti su 10 sono under 40 e sempre il 60% di chi ha prestato la propria opera nel turismo durante il 2019 è donna.

Nelle strutture turistiche trentine l'incidenza degli stranieri è importante: oltre un addetto ogni tre proviene dall'estero. Se si guarda ai diversi settori che compongono il comparto turistico, quello ricettivo assorbe la metà dei dipendenti, mentre poco meno del 48% è attivo nei pubblici esercizi. Ma come vengono inquadrati i dipendenti del turismo? La stragrande maggioranza ha un contratto stagionale, ovvero il 52% degli addetti. I rapporti di lavoro non stagionale rappresentano comunque il 20% del totale.

Segue, nel dettaglio, il focus elaborato sulla provincia di Trento.

L'occupazione nel turismo: i dati provinciali. In provincia di Trento nell'anno 2019 hanno operato in media 3.109 imprese turistiche. Ed i lavoratori dipendenti sono stati, in media, 21.123. I valori minimi in termini di occupazione si registrano nel mese di novembre (13.982), mentre la punta massima si ha in corrispondenza del mese di agosto (26.965). Per quanto riguarda i datori di lavoro, anche in questo caso il valore minimo si registra a novembre (2.456), mentre il valore massimo è quello del mese di agosto (3.655).

L'Osservatorio di Federalberghi, in collaborazione con l'Ente bilaterale del turismo, pubblica il report 2019 con focus mirato sul Trentino

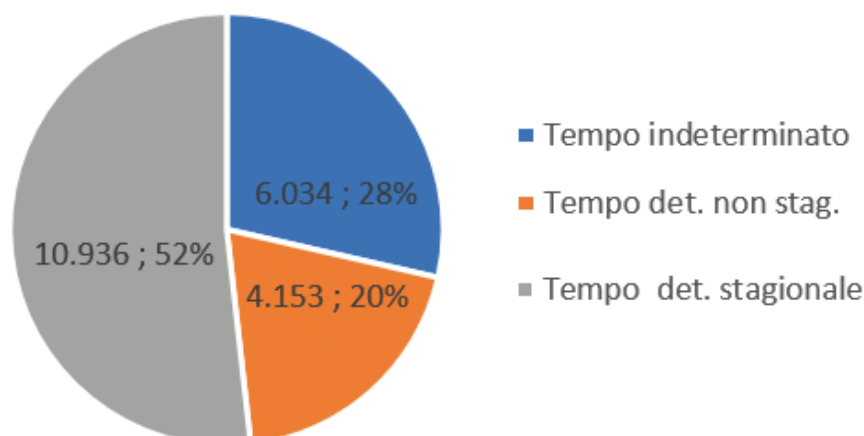
🕒 3' e 15"

Le caratteristiche qualitative: età, genere, nazionalità. L'occupazione dipendente nel settore del turismo trentino è «giovane e donna». Il 59,8% dei dipendenti (12.634), infatti, ha meno di 40 anni e quasi il 40% degli assunti (7.948) ha meno di 30 anni. Il 58,4% degli occupati con rapporto di lavoro dipendente (12.345) è donna, mentre il 34,9% dei dipendenti (7.376) è straniero.

Categorie e tipologie contrattuali. In Trentino la grande maggioranza (83,9%) dei dipendenti delle aziende del settore turistico ha la qualifica di operaio. Gli impiegati rappresentano solo l'8,1% dei dipendenti (1.716), mentre gli apprendisti risultano essere 1.636, pari al 7,7% del totale. Dirigenti (4) e quadri (40) non arrivano a rappresen-

Dipendenti per durata del contratto

(valori assoluti e % su tot. dipendenti)



tare, insieme, lo 0,3% del totale. Il 31,3% dei dipendenti (6.616) ha un contratto di lavoro a tempo parziale. I contratti a tempo determinato stipulati per ragioni di stagionalità (10.936) rappresentano ben il 52% del totale, mentre quelli non stagionali (4.153) sono il 20%.

Occupazione dipendente per comparto di attività. Il 49,8% dell'occupazione dipendente media annua nel settore turistico trentino è concentrata nel comparto dei servizi ricettivi-

vi. I pubblici esercizi occupano il 47,8% dei dipendenti. Contenuto è il contributo dell'intermediazione (1,5%), degli stabilimenti termali (0,8%) e dei parchi divertimento (0,1%). L'occupazione nei servizi ricettivi presenta un elevato grado di stagionalità, variando da un minimo di 4.609 unità in novembre a una punta di 15.096 in agosto (più 327%).

Aziende con dipendenti per comparto di attività. Nel settore turistico territoriale il 58,9% delle imprese con dipendenti (1.830) è un pubblico esercizio. Le imprese esercenti servizi ricettivi rappresentano il 39,0% del totale (1.214). Agenzie di viaggio, stabilimenti termali e parchi divertimento rappresentano rispettivamente l'1,6%, lo 0,3% e lo 0,2% del totale delle aziende con dipendenti. In Trentino, a fronte di una media settoriale di 6,7 dipendenti per azienda, il comparto con la dimensione occupazionale media maggiore è quello degli stabilimenti termali (21,4 dipendenti per azienda), seguito dai servizi ricettivi (8,4), dall'intermediazione (6,3), dai pubblici esercizi (5,5) e dai parchi divertimento (2,8).

Occupazione dipendente per comparti e totale

(valori mensili e media annua)

	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	media
servizi ricettivi	12.523	11.099	11.586	7.359	5.881	11.765	14.999	15.096	12.748	5.746	4.609	12.755	10.514
pp.aa.	10.444	9.560	9.984	9.703	9.111	10.611	10.946	11.224	10.714	8.706	8.925	11.253	10.098
interm.	297	281	294	318	311	343	378	351	322	313	313	322	320
stab. termali	128	92	121	143	178	220	245	242	235	177	131	140	171
parchi divert.	5	3	6	10	17	36	52	52	34	9	4	6	20
totale	23.397	21.035	21.991	17.533	15.498	22.975	26.620	26.965	24.053	14.951	13.982	24.476	21.123

Le retribuzioni dei dipendenti a tempo pieno. Il maggior numero di giornate retribuite nel 2019 è stato nel settore dell'intermediazione (231), seguito da quello dei pubblici esercizi (196), dagli stabilimenti termali (190) e dai servizi ricettivi (174). Infine, come fanalino di coda, troviamo i parchi divertimento con 84 giornate retribuite. Anche per quanto riguarda la retribuzione media annua standardizzata, il valore più alto riguarda l'intermediazione (20.337 euro), seguita dagli stabilimenti termali (20.136 euro), dai servizi ricettivi (19.257 euro), dai pubblici esercizi (16.616 euro) e dai parchi divertimento (15.996 euro).

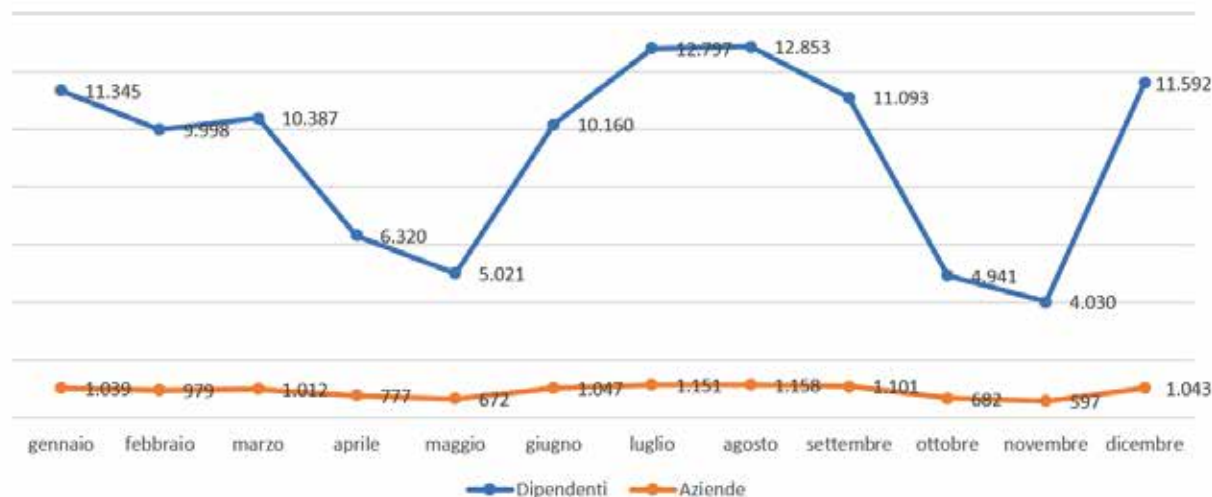
Focus sul settore alberghiero trentino

La stagionalità. Guardando la stagionalità del solo settore alberghiero, i mesi di maggiore e minore occupazione sono rispettivamente agosto e novembre. Nel primo caso abbiamo 12.853 dipendenti e 1.158 aziende, nel secondo 4.030 dipendenti e 597 aziende. La dimensione media risulta maggiore a luglio, agosto e dicembre (in tutti e tre i casi pari a 11,1) e minima a novembre (6,8). La media annua, invece, è di 9,5 dipendenti per azienda.

dei dipendenti (1.002), mentre gli apprendisti sono 533, pari al 5,8% del totale. Dirigenti (2) e quadri (29) rappresentano, insieme, lo 0,3% del totale. Il 17,8% dei dipendenti (1.638) ha un contratto di lavoro a tempo parziale. I contratti a tempo determinato stipulati per ragioni di stagionalità (7.084) rappresentano il 77% del totale, mentre quelli non stagionali (762) sono l'8,3%.

Le retribuzioni dei dipendenti a tempo pieno. Il numero di giornate retribuite è strettamente correlato alla categoria di appartenenza dei dipendenti. Infatti, il maggior numero di giornate retribuite lo troviamo tra i dirigenti (312), seguiti dai quadri (275), dagli impiegati (225) e dagli operai (175).

Dipendenti e aziende per mese



Caratteristiche dipendenti. L'occupazione dipendente, anche nel settore alberghiero trentino, è «giovane e donna». Il 55% dei dipendenti (5.067) ha meno di 40 anni e quasi il 35% (3.010) ha meno di 30 anni. Il 57,3% degli occupati con rapporto di lavoro dipendente (5.280) è donna ed il 40,4% dei dipendenti (3.724) è straniero.

Categorie e tipologie contrattuali. La maggior parte (83,0%) dei dipendenti di aziende operanti nel settore alberghiero del Trentino ha la qualifica di operaio. Gli impiegati rappresentano il 10,9%

Infine, troviamo gli apprendisti con 151 giornate retribuite. Anche per quanto riguarda la retribuzione media annua standardizzata, il valore più alto riguarda i dirigenti (76.398 euro), seguiti dai quadri (61.691 euro), dagli impiegati (28.611 euro), dagli operai (25.875 euro) e dagli apprendisti (19.317 euro).

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



NEL **TURISMO** *Crescita professionale*

La formazione, la conoscenza, la professionalità, la qualità del lavoro sono i fondamentali per dare risposte positive e qualificate ai lavoratori e alle imprese, e a chi beneficerà di tali servizi. EBT del Trentino contribuisce proponendo, a chi opera nel settore, un'offerta formativa ampia e di qualità con l'obiettivo di dare anche risposte al tema di un'occupazione stabile e di qualità.



NEL **TURISMO** *Sostegno al reddito*

Iniziative e attività di sostegno al reddito dei lavoratori del settore coinvolti in processi di ristrutturazione e/o riorganizzazione sono strumenti con i quali EBT interviene al fine di mantenere la continuità occupazionale ed evitare la dispersione delle professionalità nelle aziende coinvolte. EBT riconosce inoltre con sussidi dedicati l'impegno dei lavoratori che scelgono di frequentare in maniera continuativa i corsi di formazione.



NEL **TURISMO** *Vantaggi e benefici*

I sussidi sotto forma di contributo economico nei casi di congedi parentali, spese per protesi, figli disabili, aspettative, ecc. sono destinati a sostenere i lavoratori e a favorire la permanenza nel settore anche nei casi di temporanee difficoltà economiche o di conciliazione famiglia-lavoro.

Al TTG di Rimini la 70^a assemblea nazionale di Federalberghi



Mascherina, sullo sfondo la bandiera italiana



Il presidente di Federalberghi Bernabò Bocca

«La priorità per tutti oggi è vincere il Covid-19. Ma se vogliamo concederci il lusso di guardare oltre, è necessario anche evitare che il virus mieta altre vittime proprio tra quelle imprese turistiche e del termale che fanno il bene del Paese e che da diversi mesi sono in grandissima sofferenza. Il turismo è un animale ferito, sanguinante. Se si curerà e si tutelerà il comparto, per quanto lentamente, si potrà aprire la via della ripresa».

Il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** ha aperto i lavori della 70esima assemblea nazionale della Federazione al TTG di Rimini, il salone professionale di Italian Exhibition Group dedicato a viaggi e vacanze, davanti ad una platea di circa 200 albergatori provenienti da tutto il territorio italiano. Accanto a Bocca nello scenario della Fiera, il sottosegretario al turismo del Mibact, onorevole **Lorenza Bonaccorsi**, ed il presidente della Regione Emilia Romagna, **Stefano Bonaccini**.

«Malgrado il nostro ottimismo - ha dichiarato il presidente di Federalberghi - non si può cancellare con un colpo di spugna il fatto che, da gennaio a settembre, il nostro settore abbia rilevato un calo delle presenze totali (sia italiane che estere) di circa il 60%. Abbiamo calcolato che solo nel 2020 perderemo 245 milioni di presenze. Inutile sottolineare il contraccolpo in termini di fatturato, considerando che il turismo straniero, a causa della pandemia, si è quasi azzerato e che sono venuti a mancare sul nostro territorio proprio quei visitatori dall'estero con grossa capacità di spesa, come americani, russi e cinesi. Tutto questo si è rivelato ancora più gravoso per quegli alber-

gatori che, oltre a trovarsi privi di liquidità per la desolante mancanza di turisti, devono anche sostenere l'onere di un affitto». «Nel corso delle diverse fasi della diffusione del virus - ha detto Bocca - il sistema Federalberghi ha lottato per ottenere l'attenzione e le risorse necessarie a mantenere operativo un settore che dà lavoro ad oltre due milioni di persone e che rappresenta il 13% del Pil. Le nostre reiterate richieste hanno portato ad un risultato importante: l'esenzione dall'Imu per l'anno 2020. Un passo sostanziale per una rimodulazione della tassazione sulle nostre attività, tanto eccessiva quanto discriminatoria, poiché pagata solo dalle strutture regolari e non dagli abusivi che proliferano nelle nostre città. Sarebbe bello rendersi conto che davvero si vuole combattere questa piaga, piuttosto che dover apprendere che, quando finalmente una legge c'è, si faccia poi di tutto per intralciarla o rimandarne l'applicazione».

«Il momento complesso che vive tutto il turismo è stato sempre ben presente al Governo. Siamo stati vicini al settore e continueremo a esserlo nei prossimi mesi, anche con i fondi che verranno dal Next Generation EU». È quanto ha dichiarato la sottosegretaria al

Bocca: «Il 2020 anno del Covid: nel comparto perdite del 60%. Turismo animale ferito. Non possiamo fare tutto da soli»

🕒 2' e 40"

turismo Lorenza Bonaccorsi. «Per il futuro prossimo tutto dipenderà dall'andamento dei contagi. Dobbiamo continuare - ha concluso - a lavorare tutti insieme anche per organizzare e ripensare l'intero comparto e l'intera offerta turistica. In questi momenti dobbiamo sapere fare squadra e integrare le rispettive conoscenze per generare le migliori idee per quella ripartenza del turismo che arriverà, speriamo nel minor tempo possibile, ma sarà in un mondo trasformato dagli effetti della pandemia e delle sue conseguenze sociali ed economiche».

«Siamo abituati ad individuare in ogni problema un'opportunità - ha proseguito Bocca - In questo senso va detto che il Covid ha generato una sorta di rivoluzione silenziosa, dando impulso alla creatività e dettando nuovi canoni nell'immaginare il soggiorno in una struttura ricettiva. Si stanno ripensando gli ambienti in relazione ad una fruizione distanziata e piacevole di ogni offerta. Questo anche in riferimento alla necessità di lavorare in smart working».

«Riconosciamo che - ha detto Bocca - il Governo ha dato ascolto in parte alle nostre urgenze. Con il decreto agosto è stato rifinanziato il credito d'imposta per la riqualificazione ed il miglioramento delle strutture ricettive turistico-alberghiere, comprese le strutture termali. Per rendere ancora più efficace questo sostegno chiediamo di estendere alle imprese alberghiere l'applicazione dell'ecobonus e del sisma bonus al 110%. Sempre in ambito istituzionale abbiamo proposto a Cassa Depositi e Prestiti di supportare l'emissione di bond di lungo periodo per finanziare programmi di investimenti».

«Ci aspettiamo - ha concluso il presidente di Federalberghi - che l'operazione di rilancio delegata al Recovery plan sia concreta nei fatti. Oltre che in termini di accessibilità, sostenibilità e digitalizzazione, anche in termini di progettualità. Un tema caro al nostro mondo, ma frenato dal carico fiscale imposto alle imprese ricettive che per noi, ancor più nell'emergenza Covid, è divenuto insostenibile».

29

L'unione fa la forza! Insieme verso il successo.



www.grandimpiantinoselli.com

PROJECT COOK COOL WASH SERVICE GASTRO EQUIPMENT


GRANDIMPIANTI
 Noselli

Partner of Niederbacher Gastrotec

Pagamenti elettronici e alternanza scuola-lavoro i temi caldi dell'autunno

🕒 1' e 45"

👤 Francesca Maffei

I giovani albergatori per la prima volta riuniti dopo il lockdown

I Giovani albergatori di Federalberghi si sono riuniti in occasione dell'assemblea annuale del Comitato Nazionale (CNGA). L'appuntamento si è tenuto lo scorso 15 ottobre a Rimini, in concomitanza della fiera SIA Guest, della giornata di formazione Hospitality Day e del workshop TTG. Tanta la voglia di intervenire, di esserci in modo attivo e propositivo nonostante il difficile momento che sta attraversando l'industria italiana del turismo e malgrado anche gli ostacoli che sia gli organizzatori sia i partecipanti hanno dovuto superare per essere presenti.

Accantonati i webinar della scorsa primavera, l'agenda dei giovani imprenditori ha previsto un momento formativo live intitolato «Prendi i soldi e tieniteli», in collaborazione con Nexi, il gestore dei circuiti elettronici di pagamento con carte di credito. Due le motivazioni alla base della scelta di tale tema, e del relativo provocatorio titolo. La prima è da ricondursi all'introduzione obbligatoria, a partire dal 31 dicembre 2020 (termine fissato dall'EBA per la fine del periodo di flessibilità), della cosiddetta *strong customer authentication* per i pagamenti a distanza, ovvero di strumenti in grado di permettere la richiesta e l'inserimento del *3D secure code*, un codice numerico generato automaticamente di volta in volta che blinda il pagamento impedendo che, in caso di contestazioni future da parte del cliente, l'importo addebitato venga stornato.

La seconda motivazione è legata naturalmente all'emergenza della pandemia in corso, che, si prevede, nei mesi invernali creerà ulteriori occasioni di disdette sotto data e, quindi, soggette ai termini delle *cancellation policy*; meglio quindi arrivare preparati e tutelati sotto tutti i punti di vista, così da garantire la possibilità effettiva di emissione degli appositi voucher per il recupero, in un secondo momento, di un eventuale soggiorno non usufruito.

L'altro punto principale all'ordine del giorno dei lavori del Comitato è stata la presentazione del video realizzato per promuovere, all'interno degli istituti alberghieri, l'importanza dell'alternanza scuola-lavoro. In particolare, la clip ha incluso una serie di interviste a studenti d'hotellerie che hanno riportato la loro testimonianza relativamente all'esperienza lavorativa compiuta nelle varie aree dell'hotel: ricevimento, sala, cucina, bar, beauty farm e piani. L'obiettivo è, ancora una volta, quello di tentare di fronteggiare la moria di figure professionali qualificate che da anni attanaglia il settore e che pare aggravarsi stagione dopo stagione.



Foto pixabay.com

pianta
design
Ambiente

fascino alpino
rusticale e accogliente
magia delle baite



7.11.2020

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

14.11.2020

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

21.11.2020

*X'Mas Special Bolzano e Brunico
dalle ore 9:00 alle ore 18:00*

28.11.2020

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

I nostri eventi

5.12.2020

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

12.12.2020

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

19.12.2020

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

Pianta Design
Via J.Kravogl 5/b
39100 Bolzano
Tel. +39 (0)471 934 810

info@piantadesign.com
www.piantadesign.com

Pianta Design Filiale
Via Michael Pacher 12/a
39031 Brunico
Tel. +39 (0)474 531 299

LA FORMAZIONE DI CAT TURISMO

Il calendario di dicembre dei corsi obbligatori



**A CAUSA DELLA SITUAZIONE DI ECCEZIONALITÀ
DETTATA DALL'EMERGENZA CORONAVIRUS
I CORSI POTRANNO ESSERE CONVERTITI IN MODALITÀ ONLINE**

PRIMO SOCCORSO

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

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

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
01/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FIEFME
02/12/2020	14.00-18.00	ONLINE
10/12/2020	14.00-18.00	ONLINE
02/12/2020	14.00-18.00	ONLINE
09/12/2020	14.00-18.00	TRENT
10/12/2020	14.00-18.00	ONLINE

Quota di partecipazione: € 100,00 + IVA



AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
01/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FIEFME
09/12/2020	14.00-18.00	TRENT

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

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

"Gli Artt. 47 e 50 del D.Lgs n°81/2008 stabiliscono che in tutte le aziende i lavoratori hanno il diritto di eleggere un proprio "Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza" il quale acquisisce principalmente 4 diritti: diritto all'informazione; diritto alla formazione; diritto alla partecipazione; diritto al controllo al fine di salvaguardare la sicurezza e la salute dei lavoratori all'interno dell'azienda o del proprio settore lavorativo." Formazione iniziale obbligatoria di 32 ore.

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
09/12/2020	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENT

AGG.TO RLS 4H: Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA
AGG.TO RLS 8H: Quota di partecipazione: € 180,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + IVA

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

RICORDIAMO CHE TALE OBBLIGO, NELLE AZIENDE CON MENO DI 15 LAVORATORI, NON VIGE, MA È A DISCREZIONE DEI LAVORATORI E DI QUANTO RIPORTATO NEL CCNL DI RIFERIMENTO.



LAVORATORI/LAVORATRICI

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

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

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

Aggiornamento quinquennale

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
01/12/2020 02/12/2020	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
03/12/2020 04/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FASSA
09/12/2020 10/12/2020	14.00-18.00	MEZZANA
10/12/2020 11/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FEMME
14/12/2020	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
15/12/2020 16/12/2020	14.00-18.00	LEVICO TERME
17/12/2020 18/12/2020	14.00-18.00	VAL DI FASSA

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



CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
01/12/2020 02/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	FIERA DI PRIMIERO
03/12/2020 04/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
09/12/2020 10/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	MEZZANA
10/12/2020 11/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FEMME
14/12/2020	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
15/12/2020 16/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	LEVICO TERME
17/12/2020 18/12/2020	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA

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);

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

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



🕒 1' e 50"

👤 Francesca Maffei

Autumn 2020 boosts creativity in hoteliers worldwide

After a discrete summer season, hotels both in Italy and abroad are struggling to find new ways to cope with the next uncertain months. A kind of «survival mode». A bit of creativity helps, and among the most effective ideas that can be found online in this particular period, here there are some adaptable also to small and medium family-run businesses.

The most significant absence in terms of costumers that the hotel sector is witnessing is probably the one related to the MICE segment - Meeting, Incentive, Conferences and Events - together with corporate travelers. To replace them, some tourist entrepreneurs have created special deals for the academy and medical world. Better said, they have established a network made of universities and companies working in the health care field. A good example of the first case is a hotel in Florida (USA), **The Shores Resort & Spa**, with its initiative «Teach by the Beach» - where the beach is Daytona -, whereas an example of the second ones are some hotels in Boston. This city, famous for its universities, is lacking enough space in dorms to ensure social distancing among its students, teachers and staff employees, and this is where hotels can play a strategic role and make a bit of profit.

Another trend which is going on as a consequence of smart-working and distance-learning is the overlapping of midweek with weekend days, which also requires a rebalance in rates. Besides this, there will be the likely increase in cases in the next cold season, which could require more hotel beds both for patients, families and health employees.

But opportunities can come also from the outdoor spaces of your hotel, meaning any kind of area, including parking lots. These latter, in particular, can be rented to the local tourist board to expand an event or to organize drive-in happenings, a practice that will lead to fresh partnerships in your community, by the way, and attract more ideas because event organizers are, by definition, among the most creative! Hotels which feature empty conference rooms can rent them for virtual lessons when universities and schools nearby cannot ensure adequate interpersonal distance, or for small weddings, hen parties and baby showers, which can fit into tiny ballrooms due to Covid restrictions in terms of number of participants.

All this potential traffic, needless to say, with a super short-term booking window, being prepared to last minute, even last second, reservations and with an extremely flexible cancellation policy.



At work in the hotel

TRENTINO



www.esperia.tn.it
info@esperia.tn.it



ESPERIA®
printevolution

LA TUA IMPRONTA VERDE
NEL MONDO DELLA STAMPA.



SIAMO A SOSTEGNO DI AZIENDE CHE MIRANO A
DISTINGUERSI PER LA PROPRIA SENSIBILITÀ **"GREEN"**;

STUDIAMO E REALIZZIAMO SOLUZIONI SU MISURA,
ECOCOMPATIBILI E DI ALTO LIVELLO, NELL'AMBITO DEL
PACKAGING, DELLA **CATALOGHISTICA** E DELL'**EDITORIA**.



Opzione
Climaticamente neutrale
ClimatePartner



Attraverso le Alpi

🕒 2' e 10"

👤 Gianfranco Betta

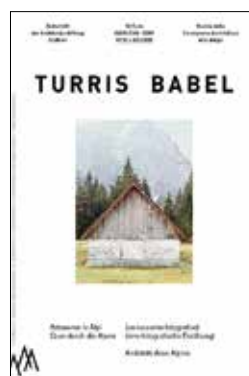
36

La mostra *Attraverso le Alpi: un racconto fotografico delle trasformazioni del paesaggio alpino* è stata esposta alle Gallerie di Piedicastello dal 18 settembre al 4 ottobre 2020, in una delle tappe che la mostra percorrerà in dieci città alpine da Torino a Udine. L'associazione Architetti dell'Arco Alpino, che conta associati in ognuna di queste città, ha organizzato la ricerca in collaborazione con il collettivo Urban Reports nell'obiettivo di capire le modifiche del paesaggio alpino indagando l'architettura. I risultati della ricerca sono consultabili anche sulla rivista *Turris Babel* della Fondazione Architettura Alto Adige (luglio 2020).

Il focus della mostra, leggibile nelle centinaia di scatti fotografici, è l'utilizzo e lo sfruttamento dei territori alpini a seguito dell'opera dell'uomo e può essere letta come completamento di una mostra precedente, frutto del lavoro della medesima associazione, intitolata *Architettura Arco Alpino 2016*. Uno degli assunti sottesi è che sulle Alpi il paesaggio è «culturale» come direbbe **Annibale Salsa**, cioè modellato dal secolare lavoro dell'uomo, che non ha nulla di «selvatico» e «incontaminato», intendendo con questi aggettivi l'esclusiva presenza della natura.

La scelta dei luoghi da indagare ha privilegiato dieci valli laterali dell'arco alpino da ovest a est (per il Trentino la Val di Rabbi e per l'Alto Adige la Val Martello) che meno sono state interessate dallo sviluppo turistico. Uno sviluppo che rende il paesaggio un prodotto, con le attività tradizionali agrosilvopastorali che rischiano l'estinzione, e nel contempo, come scrive il presidente dell'associazione Architetti dell'Arco Alpino **Alberto Winterle** «fa assumere ai territori valore economico».

Una parte della mostra documenta anche la ricchezza e la varietà di infrastrutture presenti in montagna, anch'esse spesso a rischio di abbandono: paramassi, reti di protezione, terre armate, briglie, strade, muri di sostegno, parcheggi, aree sosta, teleferiche, vasche d'acqua. Quando si dice che la montagna è un territorio non facile da abitare e fragile si riprende un concetto del ge-



Associazione
Architetti
dell'Arco Alpino

ATTRAVERSO LE
ALPI: UN RACCONTO
FOTOGRAFICO DELLE
TRASFORMAZIONI
DEL PAESAGGIO
ALPINO

Turris Babel luglio
2020 - 10 euro

ografo **Eugenio Turri**: le montagne sono destinate per loro natura a calare (in qualche caso precipitare) a valle. Molte di queste infrastrutture sono state pensate e realizzate originariamente per rendere possibile l'abitare la montagna. Sono il simbolo dello sforzo dell'uomo di bloccare questa calata al piano che richiedono, pena il fallimento, impegno e cura costanti.

La mostra evidenzia più domande che risposte. Possono essere garantiti reddito (con quali attività?) e qualità di vita (servizi sia strutturali che non, ad iniziare dalla banda larga) ai «nuovi montanari» di ritorno, che negli ultimi anni hanno invertito una tendenza allo spopolamento delle valli periferiche? Come recuperare un patrimonio edilizio abbandonato, in parte tradizionale, ma molto rappresentato anche da seconde case definite dai curatori «involucri vuoti di scarsa qualità» e spesso di difficile recupero? Le seconde case, dagli anni '60 e '70, hanno portato un processo di urbanizzazione nelle «terre alte», ma da qualche decennio, in particolare nelle Alpi piemontesi e lombarde, sono fruite ormai solo saltuariamente, con tutte le conseguenze negative che questo comporta per i singoli territori. Una realtà che, pur meno critica, interroga anche il Trentino.

Forza dalla Natura.

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



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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



cap 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Al Trentino il premio Italia Destinazione Digitale

Il riconoscimento è stato assegnato sulla base di 21,4 milioni di recensioni online



2' e 45''



Rosario Fichera

Quest'anno il prestigioso premio **Italia Destinazione Digitale** (#IDD 2020), il più importante riconoscimento sulla reputazione digitale delle destinazioni turistiche regionali italiane, è stato assegnato al Trentino, seguito, nella speciale classifica, dall'Alto Adige e dalla Val d'Aosta.

Il premio è nato nel 2016, da una collaborazione tra «The Data Appeal Company», società specializzata in data science e intelligenza artificiale, e TTG Travel Experience, la più importante fie-



ra del turismo B2B in Italia. Ogni anno Data Appeal Company, attraverso un sofisticato sistema d'intelligenza artificiale, analizza una grande mole di dati, commenti e recensioni lasciate dai turisti sul web, redigendo poi un rapporto sulla percezione dell'offerta turistica nazionale online, in base al quale vengono poi stilate delle classifiche regionali con l'assegnazione di una serie di riconoscimenti nell'ambito del premio Italia Destinazione Digitale.

Il rapporto di quest'anno, presentato a fine ottobre a Rimini al TTG Travel Experience, ha assunto, peraltro, un particolare significato, sia perché sono stati considerati gli impatti del Covid-19 sul turismo in Italia, sia per l'enorme quantità di dati processati: sono stati, infatti, presi in considerazione ben 21,4 milioni di contenuti pubblicati online (tra recensioni e commenti) su 470.000 punti di interesse nei comparti ricettività (28%), locali e ristorazione (50%), attrazioni (12%) e affitti brevi (10%), nel periodo da settembre 2019 ad agosto 2020.





Mirta Valentini riceve il premio a nome del Trentino

Al Trentino, oltre al premio assoluto di Italia Destinazione Digitale, è stato assegnato, nell'ambito degli Hospitality Social Award (evento che si è svolto sempre durante il TTG Travel Experience di Rimini) anche un riconoscimento speciale per la migliore strategia di «Crisis management», attuata durante la prima ondata di emergenza sanitaria da Covid-19.

«Questi due premi - ha commentato l'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni** - contribuiscono a infondere nei nostri operatori ulteriore consapevolezza rispetto alla reputazione della nostra destinazione turistica e riconoscono la validità delle politiche e delle iniziative messe in campo dalla Provincia autonoma di Trento con il contributo di tutte le associazioni di categoria per sostenere il settore turistico in questo delicato momento».

Nelle precedenti edizioni del Premio IDD, il Trentino è stato già altre volte sul podio, ma mai aveva ricevuto il premio assoluto della manifestazione per la migliore reputazione on line.

«È un riconoscimento particolarmente significativo - ha aggiunto il Ceo di Trentino Marketing **Maurizio Rossini** - che testimonia, insieme all'altro premio speciale per la migliore strategia di "Crisis management", l'impegno straordinario profuso da tutti gli

attori del turismo trentino, dalle Apt, alle Associazioni di categoria, ai nostri operatori e dalle persone di Trentino Marketing, in un momento davvero difficile da molti punti di vista».

Il premio per la migliore reputazione digitale è assegnato alla Regione che ha registrato il *senti-ment* più elevato nei comparti considerati (tra i quali ricettività, ristorazione, attrazioni), un indice calcolato, attraverso un algoritmo, in relazione alla quantità media di contenuti pubblicati online dai turisti per punti d'interesse.

«Oltre al premio assoluto per la migliore reputazione digitale assegnato alla nostra provincia - ha spiegato la responsabile dell'ufficio Digital Marketing di Trentino Marketing **Sabrina Pesarini** - il premio IDD prevede anche una serie di ulteriori riconoscimenti, per i quali il Trentino ha ottenuto delle posizioni di rilievo. Per esempio, nella classifica della regione più recensita, vinta dal Lazio, il Trentino si è posizionato al secondo posto. Un risultato, questo, molto importante perché le persone fanno recensioni quando sono molto entusiaste della vacanza e, quindi, dimostra i buoni risultati che si stanno ottenendo da questo punto di vista nel nostro territorio. Lo stesso ragionamento vale per le posizioni ottenute nelle altre graduatorie del premio IDD, come quella relativa alla regione più accogliente, vinta dalla Valle d'Aosta, dove il Trentino ha ottenuto un altro secondo posto; nella classifica della Regione regina dell'offerta enogastronomica, con prima l'Umbria, la nostra provincia si è piazzata in terza posizione, a dimostrazione di quanto siano apprezzati i nostri prodotti locali».

Tutti questi risultati, così come hanno evidenziato diversi esperti del settore, hanno acquistato un'ulteriore valenza alla luce della crisi dovuta alla pandemia da Covid-19. «In quest'ottica - ha aggiunto la responsabile dell'area Supporto alla Vendita **Mirta Valentini** - s'inquadra l'importanza del riconoscimento speciale per la migliore strategia di "Crisis management" conferito al Trentino, il quale grazie agli strumenti utilizzati nella gestione della comunicazione, interna ed esterna alla destinazione, è riuscito a dare una risposta adeguata ad un'emergenza sanitaria ed economica senza precedenti».

Il Norovirus può causare infezioni di massa

🕒 3' e 10"

👤 Stefano Hueller

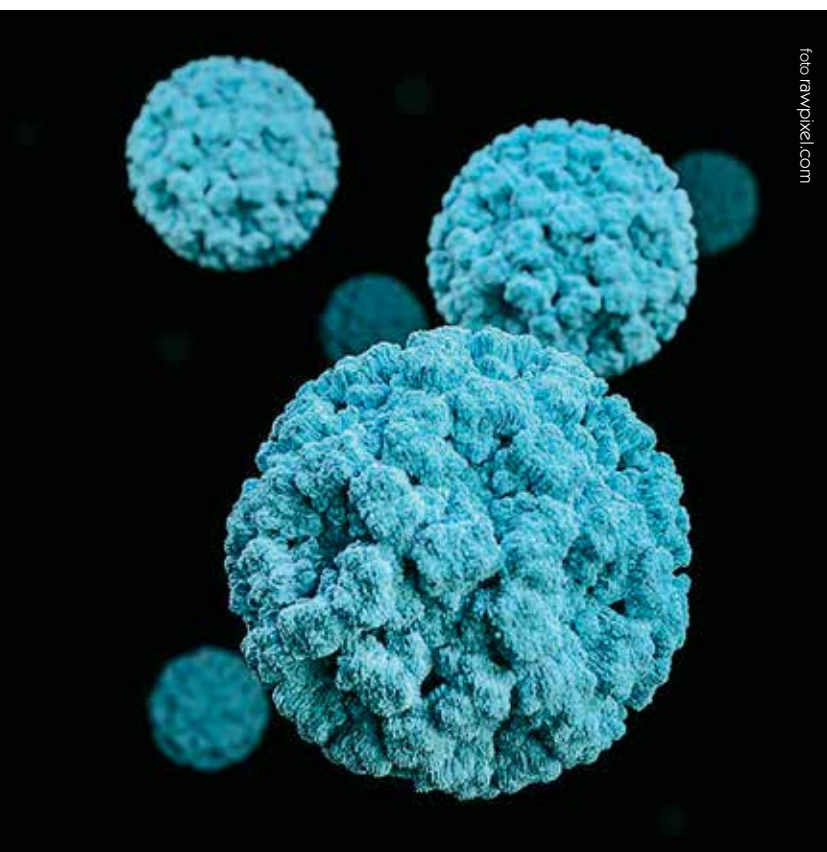
Fondamentale la prevenzione, attraverso rigorose misure igieniche nella manipolazione e distribuzione di cibi e bevande

Negli ultimi anni, avvengono spesso, soprattutto in ambienti confinati, infezioni di massa (ad esempio navi da crociera, mense ma anche alberghi). L'ipotesi più accreditata è che queste particolari infezioni siano dovute al Norovirus, un agente infettivo che si propaga attraverso gli alimenti o l'acqua infetti, il contatto con particelle virali o tramite l'aerosol (cioè respirando particelle virali). Un esempio del virus lo abbiamo avuto in occasione delle Olimpiadi invernali del 2018 in Corea del Sud, dove più persone sono state infettate dal virus, o in occasione dei Mondiali di Londra 2017, quando sono stati colpiti anche numerosi atleti.

Il periodo di incubazione del virus è di 12-48 ore, mentre l'infezione dura dalle 12 alle 16 ore. I sintomi sono quelli delle gastroenteriti, cioè nausea, vomito, soprattutto nei bambini, diarrea acquosa, crampi addominali. In qualche caso si manifesta anche una leggera febbre. Le conseguenze di solito non sono serie e la maggior parte delle persone guarisce in pochi giorni senza complicazioni.

Generalmente la misura che viene consigliata è quella di assumere molti liquidi per compensare la disidratazione conseguente a vomito e diarrea. Infatti il problema maggiore, specialmente nei bambini, negli anziani e nei soggetti più deboli, tale da richiedere eventuali cure mediche, è proprio quello della disidratazione.

Bastano pochissime particelle virali per dare vita a un'infezione, quindi il virus è altamente infettivo ed è difficile da controllare in quanto la persistenza nell'ambiente delle particelle virali e la replicazione e diffusione dello stesso può avvenire anche per due settimane dopo l'infezione iniziale. Questo rende i Norovirus difficili da controllare e richiede l'applicazione di **rigorose misure sanitarie per la prevenzione ed il contenimento**. Se guardiamo alle problematiche legate al consumo degli alimenti, che rappresentano una delle fonti maggiori per quanto riguarda lo sviluppo del virus, dobbiamo sottolineare



Una rappresentazione tridimensionale del Norovirus

come le epidemie di Norovirus siano causate soprattutto dalla contaminazione, e non da una replicazione diretta del virus all'interno dell'alimento, come accade ad esempio per i batteri che crescano maggiormente su alcuni alimenti specifici.

Quindi, i casi più comuni che si sono registrati in passato devono essere associati, ad esempio, a prodotti preparati al momento o alla scarsa igiene di chi li ha preparati, soprattutto nel caso di cibi freddi. Anche i prodotti congelati possono aver subito una contaminazione, anche perché il congelamento non ha effetto sulla capacità infettante del virus. Un'altra fonte importante di contaminazione l'abbiamo nell'acqua, ad esempio nell'acqua di scarico in cui possono essere finite le feci, ricche di particelle virali, che viene depurata. Questo processo permette di eliminare il virus, il quale, però, potrebbe finire nei fiumi e anche nel mare, da dove poi essere estratta per finalità agricole, per innaffiare le piante. Tutto questo

implica che possiamo dare riscontro di alcuni prodotti potenzialmente a rischio di contaminazione come i frutti di mare, le verdure fresche o congelate (caso emblematico e spesso segnalato come allerta alimentare è rappresentato dai frutti di bosco). Infine il consumo dell'acqua stessa in cisterne, da fontane dove magari l'acqua non è potabile, o dove abbiamo acqua potabile ma problemi di infiltrazioni o di non potabilità della stessa hanno portato all'infezione.

Per prevenire il rischio del Norovirus l'unica forma di controllo efficace è l'attuazione di rigorose misure igieniche nella manipolazione e distribuzione di cibi e bevande. Uno dei problemi maggiori, poi, che si possono avere è dovuto al fatto che i Norovirus sono piuttosto resistenti nell'ambiente e sopravvivono a temperature sopra i 60°C e anche in presenza di cloro. Le misure più efficaci possono essere quelle classiche consigliate per la prevenzione di qualsiasi tossinfezione come lavarsi le mani, non lavorare e soprattutto non toccare alimenti quando si è affetti da gastroenterite, lavare e disinfettare accuratamente tutti i materiali e superfici che possono essere venuti a contatto con una persona infetta e/o con il virus, attenzione alla provenienza degli alimenti (soprattutto nel caso di alimenti che vengono consumati a crudo).

ALPINA GAMES

di ALBERINI



PREVENTIVI GRATUITI REVISIONE • Calciobalilla • Ping Pong • Biliardi

**USATI E NUOVI
D'OCCASIONE**
Videogames • Freccette • Flipper
Biliardi • Juke Box

**VALUTIAMO
IL TUO USATO**

TRENTO
Viale Rovereto, 35
Tel. 0461 91 24 10
www.alpinagames.it
info@alpinagames.it

Dubbi Quotidiani Novembre 2020

42

■ È possibile utilizzare ora il «bonus vacanza» come caparra per una vacanza a gennaio 2021?

«Ad esprimersi in merito alla possibilità di utilizzare il bonus vacanza quale acconto versato entro il 31 dicembre 2020 per una vacanza che si svolgerà nel 2021 è la circolare numero 18/E del 3 luglio 2020 dell'Agenzia Entrate. Secondo questa circolare "il credito d'imposta vacanze è utilizzabile per il pagamento di servizi offerti in ambito nazionale da parte delle imprese ricettive dal 1° luglio al 31 dicembre 2020". Pertanto, sulla base della norma, l'agevolazione spetta esclusivamente in relazione a soggiorni per i quali, almeno un giorno, ricada nel suddetto periodo di riferimento. Quindi, se un soggiorno cade - ad esempio - tra il 29 dicembre 2020 e il 5 gennaio 2021, tutto il soggiorno può essere considerato valido ai fini del bonus. Non è invece ammissibile il caso dell'acconto versato entro il 31 dicembre 2020 per un soggiorno che si svolge interamente nel 2021».

■ Quali vantaggi economici si possono ottenere grazie alla fruizione del «bonus facciate»? Ed in che maniera?

«Il "bonus facciate" è un'agevolazione fiscale, ovvero consiste in una detrazione dall'imposta lorda (Irpef o Ires) ed è concessa quando si eseguono interventi finalizzati al recupero o al restauro della facciata esterna degli edifici esistenti. Questa detrazione è riconosciuta nel 90% delle spese documentate (non sono previsti limiti massimi di spesa né un limite massimo di detrazione), sostenute nell'anno 2020 (per i soggetti con periodo d'imposta non coincidente con l'anno solare, nel periodo d'imposta in corso alla data del 31 dicembre 2020).

La detrazione va ripartita in dieci quote annuali di pari importo, da far valere nella dichiarazione relativa al periodo d'imposta in corso al 31 dicembre 2020 e nei nove periodi d'imposta successivi, e spetta fino a concorrenza dell'imposta lorda. Sono ammessi al beneficio, tra gli altri, gli interventi finalizzati al recupero o al restauro della facciata esterna anche attraverso le strutture opache (no infissi) della facciata influenti dal punto di vista termico».



Una facciata in ristrutturazione

KALEA
RANGE



KALEA



KALEA
PLUS

TROVA LE DIFFERENZE.

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



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

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

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



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

 **FINSTRAL**