

Turismo & Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

11.2021

Anno XLIX



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



DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITES
FONDAZIONE UNESCO
SICILIO
SOSTENITORE

FUTURO DEL TURISMO TRENINO: L'ASAT INCONTRA FAILONI E SPINELLI



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

UNITI PER FAVORIRE L'OCCUPAZIONE

Rinnovata la firma del
protocollo d'intesa

L'EUREGIO PENSA ALLO SVILUPPO TURISTICO

Cooperazione fra
i tre territori

COSTRUIRE IN QUOTA SULL'ARCO ALPINO

Osservatorio: il nuovo
Quaderno

TURISMO: GREEN PASS PER I LAVORATORI

Bocca: «L'Italia è un
Paese sicuro»

2 MILIONI DI UTILIZZI PER LA GUEST CARD

Più di 5.000 operatori la
propongono agli ospiti

KARISMA



Gusto e versatilità.

Un concentrato di design e tecnologia per offrire le migliori bevande a base di latte fresco e caffè in grani: Karisma garantisce un impeccabile servizio caffetteria, è bella da mostrare grazie alle linee eleganti e agli accessori di stile, facile da usare, versatile e costante nell'erogazione, perfetta per una gestione veloce e ottimale del servizio ai clienti.

Un risultato sorprendente, tazza dopo tazza.



 **NECTA**

Sommario

Senso di responsabilità per una stagione invernale positiva

 direttore Roberto Pallanch

Si va verso la stagione invernale in un clima diverso rispetto allo scorso anno, che si caratterizzò da incertezze sulle regole e sui protocolli sanitari da applicare alle attività turistiche, soprattutto per gli impianti di risalita, e da continui rinvii temporali delle aperture culminati in una stagione invernale completamente saltata. Mai abbastanza si dovrà smettere di riflettere su quel periodo, che ha colpito il settore del turismo trentino in modo pesantissimo da un punto di vista non solo economico ma anche per gli effetti psicologici negativi su persone e gruppi sociali e che ha consentito come unico effetto positivo di aver fatto comprendere a molti ruolo e importanza del turismo per l'economia e la società.

Relativamente agli effetti economici, consapevole della situazione e non a caso, l'attuale Presidente del Consiglio Mario Draghi, ancora nella fase iniziale della pandemia, parlò di necessità di adottare misure di sostegno all'economia e alle persone da tempi bellici. Forse a qualcuno sembrarono esagerate, invece nei lunghi mesi successivi vennero confermate dai fatti di una crisi economica e sociale dilagante. Oggi invece, per fortuna, grazie all'enorme impegno del Paese, delle imprese e delle persone e del sistema sanitario, dell'introduzione massiva della campagna vaccinale, possiamo guardare alla prossima stagione invernale con fiducia ovvero ad un suo svolgimento in relativa normalità.

C'è un'aspettativa molto elevata nei turisti che vogliono tornare a vivere la montagna trentina e il suo sistema di accoglienza per riappropriarsi di spazi e modi di vita sociale, di convivialità, di divertimento. Un primo saggio di questo sentimento individuale quanto collettivo lo abbiamo avuto durante la stagione estiva appena trascorsa con i turisti tornati in massa in Trentino. Le prenotazioni già negli scorsi mesi davano indicazioni interessanti e confortanti di un analogo interesse per la vacanza invernale e per il rilancio del turismo. Molto bene si muove la domanda italiana, mentre la domanda estera è ancora molto sottotono per una situazione sanitaria difficile nei Paesi di potenziale provenienza dei turisti. In ogni caso il clima complessivo è molto positivo, e va ribadito che questo è stato reso possibile grazie alle misure sanitarie adottate in Italia e in Trentino, alla campagna vaccinale e all'insieme di misure di controllo, dei protocolli sanitari che hanno contenuto la pandemia.

TEMA DEL MESE

Investimenti e sostegno alle aziende, stagione invernale e fondo alberghi pag. 4

VITA ASSOCIATIVA

Manovra finanziaria provinciale 2022-2024: le linee guida pag. 8

Un'intesa per favorire l'occupazione nel turismo pag. 10

Euregio Connect, un nuovo gruppo per lo sviluppo del turismo pag. 14

Asat: un progetto di patrocinio con l'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo pag. 15

Costruire in quota. Una rassegna di opere di architettura contemporanea nell'arco alpino pag. 16

Metamotori alberghieri: canali di distribuzione o di pubblicità? pag. 20

FEDERALBERGHI

Turismo: le parti sociali firmano un avviso comune per chiedere la proroga del quadro temporaneo di sostegno pag. 22

Più di un milione e quattrocentomila lavoratori del turismo ha il green pass pag. 24

CORSI CAT

La formazione di Cat Turismo pag. 26

ECONOMIA E TURISMO

Albergatori di qualità 2025: il futuro del servizio pag. 30

GIOVANI

Per i giovani albergatori l'autunno 2021 è intenso pag. 32

LIBRI & TURISMO

Vioz: storia di un albergo pag. 34

Ricette e storia pag. 36

Sguardi al futuro pag. 38

TRENTINO MARKETING

La Trentino Guest Card ha generato oltre 2 milioni di utilizzi e superato i 5.000 operatori pag. 40

NORMATIVE

Dubbi di novembre pag. 42

11.2021

Anno XLIX

Chiusura Editoriale 23 novembre 2021
Foto Copertina: Un paesaggio autunnale

 tempo di lettura  autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

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

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, 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 Degasperi, 77 - 38123 TRENTO

Grafica e pubblicità:  OGP srl - Agenzia di Pubblicità

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

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Prosegue a Pag. 13

Investimenti e sostegno alle aziende, stagione invernale e fondo alberghi

Il Consiglio direttivo provinciale incontra gli assessori Spinelli e Failoni

🕒 7' e 00"

Confronto a tutto campo con gli assessori provinciali allo sviluppo economico **Achille Spinelli** e al turismo **Roberto Failoni**. A fine ottobre, infatti, il Consiglio direttivo dell'Asat ha incontrato i due rappresentanti della Giunta provinciale al fine di discutere e di confrontarsi sul futuro prossimo del turismo e delle imprese turistiche della Provincia di Trento. Numerose le tematiche affrontate: dal Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr) con focus sui progetti presentati dalla Provincia in tal senso al Fondo alberghi, dall'«Avviso comune» di Federalberghi all'imminente avvio della stagione invernale, dal Fondo montagna al Decreto turismo, dalle Olimpiadi 2026 ai temi della mobilità sostenibile e dell'accesso al territorio, dalle infrastrutture digitali al problema di reperimento del personale.

Il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**, dopo i saluti di rito, ha ricordato che «la situazione delle imprese alberghiere e turistiche presenta un andamento tendenziale in miglioramento. La stagione estiva mostra, infatti, dati positivi per i mesi di agosto e di settembre, superiori a quelli già molto buoni del 2019. Tuttavia, inciderà sicuramente sui bilanci aziendali del 2021 il dato catastrofico della mancata stagione invernale». Non è un caso se questo quadro, sommario nella sua descrizione quanto veritiero, replicandosi anche a livello nazionale ha indotto Federalberghi e le parti sociali a sottoscrivere un «Avviso comune» per chiedere al Governo e in sede europea il mantenimento di misure di sostegno alle aziende del settore.

Battaiola ha, poi, preso in considerazione il fatto che, progressivamente, «si andranno a sostituire gli interventi di sostegno alle aziende, introdotti per consentirne la sopravvivenza nella fase più acuta della crisi conseguente alla pandemia». «Si tratta di sostenere - ha detto il presidente dell'Asat - la prospettiva di un consolidamento, ammodernamento e ulteriore qualificazione delle singole imprese turistiche e del settore turistico nel suo insieme. Riteniamo corretto che si debba puntare sulla crescita e sulle aziende che sono intenzionate a investire. Non va sottovalutato che queste aziende possono svolgere una funzione di "traino" nei confronti di altre imprese più prudenti e, quindi, rafforzare attraverso la loro azione il turismo trentino».



Foto provinciali.it



Foto provinciali.it

L'assessore al turismo Roberto Failoni (sopra) e l'assessore allo sviluppo economico Achille Spinelli (sotto)

In questo contesto assumono importanza tutti gli strumenti messi a disposizione dalla Giunta provinciale che sono inclusi in «Riparti Trentino», ma in particolare quelli che consentono interventi di strategia di medio e lungo periodo. Tra questi vanno, a titolo di esempio, segnalati i provvedimenti per favorire gli investimenti di un certo peso, la patrimonializzazione delle imprese ed altri annunciati come quelli inseriti nelle manovre di bilancio provinciali e nel Pnrr. Al termine dell'incontro il presidente Battaïola ha espresso soddisfazione per le «informazioni di carattere generale ricevute».

«Rimaniamo comunque in attesa - ha precisato - di poter approfondire gli importanti temi trattati e, quindi, di entrare più nel merito con nostre valutazioni e proposte. Quanto abbiamo ascoltato è di interesse strategico per il consolidamento del settore turistico».

Di seguito sono riportate le principali tematiche di confronto che hanno caratterizzato l'incontro.



Il presidente dell'Asat Giovanni Battaïola

■ Avviso comune

Federalberghi, Filcams Cgil, Fisascat Cisl e UIL-TuCS, insieme alle altre organizzazioni nazionali delle imprese del settore turismo hanno sottoscritto un «Avviso comune» per chiedere al Governo di chiedere alla Commissione europea una proroga fino al 30 giugno 2022 del quadro temporaneo per le misure statali a sostegno dell'economia nell'attuale emergenza. La richiesta prevede anche lo stanziamento di ulteriori risorse per tale proroga, con particolare riferimento al contenimento dei costi fissi (ad esempio, esonero IMU e credito imposta per gli affitti), alla sostenibilità dell'indebitamento (ad esempio, moratorie dei mutui e garanzie sui crediti) e al finanziamento degli ammortizzatori sociali con causale Covid-19. L'Asat ha sollecitato la Provincia a impegnarsi a prorogare le misure di sostegno all'economia trentina e, se necessario, a studiare nuovi strumenti in grado di aiutare in maniera più selettiva e mirata le aziende in difficoltà. «La prossima Legge di bilancio potrà intervenire su questi problemi», ha detto Battaïola.

■ Progetti presentati dalla Provincia in ambito del Pnrr

Nel settembre 2020 la direzione generale della Provincia aveva illustrato al Coordinamento provinciale imprenditori una tabella con 32 progetti, suddivisi secondo quelle che, al tempo, erano le Linee guida per l'utilizzo delle risorse derivanti dal Recovery Fund, per un totale stimato di 2.033 milioni di euro. «Già in quell'occasione - ha ricordato Battaïola - avevamo chiesto di conoscere nel dettaglio quali fossero i contenuti dei singoli progetti e di essere coinvolti nella loro individuazione e definizione; avevamo, inoltre, chiesto in questo contesto la presenza degli assessori Spinelli e Failoni al nostro Consiglio direttivo provinciale». Attualmente la titolarità degli interventi introdotti dal Pnrr è assegnata ai Ministeri, con previsione di partecipazione delle Regioni e delle Province autonome solo in un secondo momento. «Chiediamo di sapere - ha precisato Battaïola - quali saranno le risorse che arriveranno effettivamente sul nostro territorio e se è intenzione della Provincia confermare le suddette progettualità o presentarne di nuove. Inoltre, vorremmo conoscere più nel dettaglio le caratteristiche degli interventi ipotizzati e le modalità di accesso alle risorse da parte delle nostre imprese».

Nel rispondere l'assessore Achille Spinelli ha, innanzitutto, precisato il quadro delle competenze progettuali e realizzative che vede un ruolo primario da parte dello Stato. La Provincia oltre a concorrere, per quanto di sua competenza, nell'individuazione e alla gestione delle progettualità, dall'interramento della ferrovia a Trento agli interventi per la tutela idrogeologica del territorio, per la sostenibilità ambientale, a favore del sistema sanitario, per politiche attive del lavoro, svolgerà un lavoro per la semplificazione delle procedure eliminando colli di bottiglia e collaborando attivamente con lo Stato ed i soggetti privati che verranno coinvolti.

Fondo alberghi

La Provincia sta lavorando ad un Fondo alberghi con una dotazione iniziale di 25 milioni di euro che dovrebbe intervenire nei casi di strutture alberghiere in crisi o temporaneamente in difficoltà. L'Asat aveva proposto alla Provincia di costituire uno strumento simile già diversi anni fa. «È opportuno - ha dichiarato Battaiola - individuare con precisione i casi in cui ha senso intervenire ed esplicitare le modalità di partecipazione dei privati e di altri fondi di investimento».

«Da questa prima fase a quella di eventuale loro riqualificazione e ricollocazione sul mercato - ha sottolineato - è impossibile prescindere da criteri di sostenibilità economico finanziaria dell'operazione e senza escludere percorsi di accompagnamento nella governance delle strutture». «Il Fondo è uno strumento importante - ha ribadito Battaiola - che va considerato come leva per la trasformazione e lo sviluppo del settore turistico, e non come mera soluzione di salvataggio». **Walter Nicolodi** si dichiara «da sempre promotore della necessità di dar vita ad una realtà imprenditoriale sul modello delle public company, che intervenga per mettere in rete strutture alberghiere, ma non solo, in un contesto di progettualità e di rafforzamento del proprio potere di mercato». **Alberto Bertolini**, vicepresidente dell'Asat, ha evidenziato la necessità «di affrontare il tema della possibile trasformazione di strutture ricettive ai fini di destinarle alla residenzialità dei lavoratori stagionali occupati nel settore». «Anche questo - ha chiarito - è uno spazio possibile di collaborazione tra privati e pubblico». Condivisa e apprezzata la norma proposta dalla Provincia e ricordata dall'assessore Spinelli «per il rafforzamento patrimoniale delle imprese», che «l'Asat ha sostenuto e contribuito a far nascere», ha rimarcato il direttore **Roberto Pallanch**.

Altre tematiche

Durante l'incontro il presidente Battaiola ha ricordato che gli operatori ripongono fiducia nella prossima **stagione invernale**. «Servono certezze - ha spiegato - sulle modalità con cui eseguire i tamponi nelle diverse località, su eventuali "corridoi turistici" in caso ci fossero limitazioni agli spostamenti tra Paesi europei, sulla proroga del decreto legislativo sulle misure di sicurezza nelle discipline sportive invernali». Nelle prossime settimane, inoltre, è attesa la liquidazione del contributo a fondo perduto sul **Fondo montagna nazionale**.

Su questi temi è intervenuto l'assessore Failoni che ha ricordato, in un intervento puntuale quanto orgoglioso, il grande lavoro di squadra dell'assessorato, delle associazioni di categoria, delle Apt, di Trentino marketing, posto in essere durante tutta la crisi per dare risposte alle imprese del turismo.



Ha poi rivendicato i provvedimenti economici approvati a sostegno delle aziende, evidenziando anche la straordinaria velocità di erogazione dei contributi e la numerosità delle domande presentate per ottenerli. Ha fatto inoltre presente il ruolo attivo del Trentino nel sollecitare l'attivazione del Fondo montagna.

Uno sguardo è andato anche alle **Olimpiadi 2026**: «È importante - ha sottolineato Battaïola - cominciare a ragionare sulle risorse che verranno messe a disposizione per la riqualificazione delle strutture ricettive al fine di consentire agli imprenditori di programmare in maniera corretta i relativi investimenti». L'assessore Failoni ha assicurato che saranno attivati confronti informali, quanto ugualmente importanti, che affiancheranno il lavoro dell'apposito comitato nominato dalla Provincia preposto a seguire e gestire il percorso di avvicinamento a questo importante appuntamento.

Tema di assoluta rilevanza nell'imminente futuro - ha aggiunto Battaïola - è quello della **mobilità e accessibilità al territorio**, con infrastrutture per le valli e di collegamento con le altre Regioni, progettate e programmate nel rispetto della sostenibilità ambientale. Non solo: a breve ricaduta deve essere anche «l'obiettivo dell'**infrastrutturazione** del territorio ai fini del potenziamento della banda larga e della connettività, è strategico».

Infine, un tasto estremamente dolente per gli albergatori: il **problema del reperimento di collaboratori** per le strutture alberghiere, ricettive e della ristorazione. «Gli attuali iscritti nelle liste dell'Agencia del Lavoro o i ragazzi che escono dalle scuole alberghiere - ha concluso Battaïola - non sono sufficienti a soddisfare il fabbisogno e la richiesta proveniente dal settore. E il Governo non ha ancora emanato il decreto flussi per l'ingresso dei lavoratori extra comunitari».



Stagione invernale in Trentino

Manovra finanziaria provinciale 2022-2024: le linee guida

Battaiola: «Importante sostenere le imprese nella ripresa economica»

🕒 3' e 00"

Un quadro economico internazionale, europeo e nazionale in netto miglioramento, e un Pil provinciale che dal 2022 cresce percentualmente più di quello italiano. Risorse a disposizione del bilancio della Provincia che calano, soprattutto per il venir meno dei gettiti arretrati dallo Stato alla Provincia, ma che possono incrementarsi di somme aggiuntive derivanti dalla trattativa con lo Stato e che compensano in parte il contributo che il Trentino versa al risanamento dei conti pubblici statali. Un risultato che il presidente della Giunta provinciale **Maurizio Fugatti** sottolinea con orgoglio e soddisfazione. Questa è la premessa per la manovra economico finanziaria della Provincia per il 2022-2024.

Opere pubbliche già finanziate, alcune programmate e altre in corso di programmazione per 1,7 miliardi di euro per gli investimenti. È questo, in estrema sintesi, il contenuto della finanziaria

2022-2024 presentata dalla Giunta provinciale alle categorie economiche sociali imprenditoriali e dei lavoratori. Si dovranno, in seguito, aggiungere le risorse economiche provenienti dal Pnrr (Piano nazionale di ripresa e resilienza) e dal Pnc (Piano nazionale per gli investimenti complementari) per un totale di 1,2 miliardi di euro già assegnati alla Provincia, dai Fondi europei 2021 - 2027 per 653 milioni di euro, dai Fondi mobiliari e immobiliari attivati da Cassa del Trentino (tra cui il Fondo crescita Trentino di 120 milioni a sostegno della crescita delle Pmi locali, il Fondo rigenerazione Trentino di 100 milioni per la rigenerazione delle aree urbane e il Fondo Alberghi volto a favorire un processo di ammodernamento e riqualificazione energetica delle strutture ricettive, di cui è in corso la valutazione anche in base alla possibilità d'accesso ai fondi del Pnrr).

«Nella fase post Covid - ha osservato il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** - è importante sostenere la ripresa economica delle imprese turistiche, poiché l'indotto turistico è strettamente correlato al benessere dell'economia trentina. Riteniamo opportuno aiutare le aziende sia nella direzione degli sgravi fiscali sia attraverso la possibilità di agevolare l'ammodernamento e l'ulteriore qualificazione delle imprese turistiche, oltre a ritenere particolarmente importante la cura della promozione turistica».



Foto pixnio.com

È un giudizio positivo, anche in un contesto di necessari approfondimenti, quello di Battaiola e degli altri presidenti delle categorie economiche sui contenuti della manovra presentata. Qualche punta polemica del sindacato, che rileva la ripresentazione di interventi di investimento già presenti in precedenti manovre.

Interventi previsti dalla manovra 2022-2024, stanziamenti riferiti al 2022 (si citano i più rilevanti per il settore turistico)

Per quanto riguarda la promozione turistica in ambito provinciale (piano Trentino Marketing) la manovra prevede 40 milioni, mentre 24 milioni sono assegnati alla promozione turistica in ambito locale (piani delle ApT). I rimanenti 6 milioni sono relativi alle professioni turistiche, alle terme e ad altre voci correlate.

Rilevante il pacchetto da 1,7 miliardi per il finanziamento delle opere pubbliche, di cui 800 milioni già reperiti nel corso della legislatura e 300 milioni finanziati a debito. In tal senso, tra gli interventi già

programmati compaiono il raddoppio della Valsugana (61,5 milioni), la variante di Pinzolo (82,7 milioni), la ciclovia del Garda (26,1 milioni), la variante di Cles (56,7 milioni), il collegamento con il comune di Valvestino (32,4 milioni) e quello con la Valsabbia (28,8 milioni), il collegamento tra Mori e Passo San Giovanni (28 milioni) e la Strada del Cafaro (galleria Ponte Pià, 25 milioni). Vanno aggiunti i 96 milioni correlati alla voce «Tutela del territorio» (attività e servizi connessi alla tutela dell'ambiente, del territorio, delle risorse naturali e delle biodiversità, di difesa dall'inquinamento, di gestione e costruzione discariche e depuratori), certamente correlata al turismo e alla vivibilità del territorio da parte degli ospiti.

Per quanto riguarda gli sgravi fiscali, quello relativo all'Irap ammonta a circa 68 milioni di euro annui, e conferma aliquote provinciali più basse di quelle statali. Le aliquote Imis per gli immobili produttivi e quindi anche per gli alberghi già previste in misura ridotta negli scorsi anni vengono mantenute tali. Confermate le agevolazioni in materia di addizionale regionale Irpef.



www.hegematic.com

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA

DESIGNED TO PERFORM
WMF PROFESSIONAL
COFFEE MACHINES

Un'intesa per favorire l'occupazione nel turismo

Il protocollo è stato concordato dall'Agenzia del lavoro con le Associazioni datoriali, gli Enti bilaterali e le Organizzazioni sindacali

🕒 5' e 30"

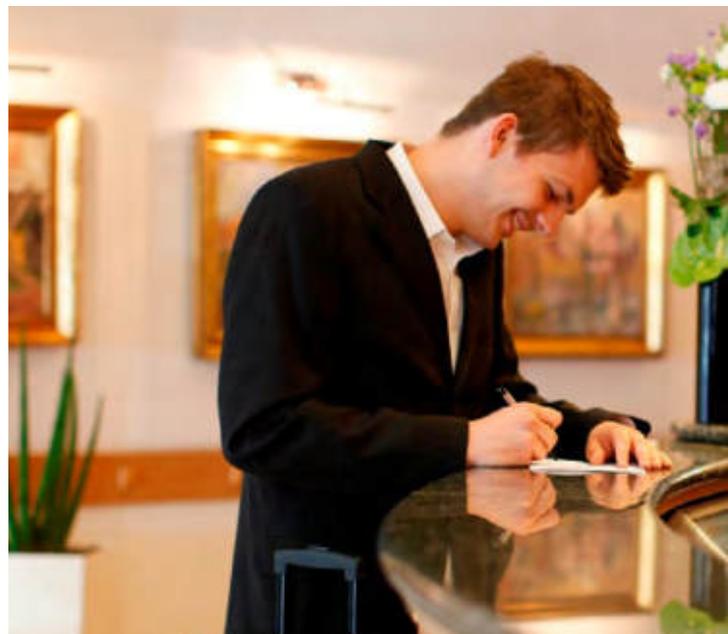
Valorizzare i servizi di incontro tra domanda ed offerta di lavoro erogati dai Centri per l'impiego, in modo da rispondere in modo sempre più efficace alle esigenze del settore turistico e promuovere i servizi del Portale Trentinolavoro. Pubblicizzare le opportunità lavorative che nascono nel settore turistico, favorendo l'adozione anche del contratto di apprendistato duale con l'obiettivo di sostenere una sempre maggiore occupazione e l'ulteriore qualificazione del settore. Promuovere, poi, i percorsi formativi finalizzati a qualificare i giovani interessati al settore, i disoccupati iscritti ai Centri per l'impiego e gli occupati che desiderano riqualificarsi o aggiornare le proprie competenze.

Sono questi alcuni degli obiettivi che si pone il protocollo che verrà sottoscritto alla fine del mese di novembre (e valido per due anni) tra l'Agenzia del lavoro della Provincia di Trento e l'Asat (Associazione albergatori ed imprese turistiche della Provincia di Trento), Confcommercio imprese per l'Italia Trentino, Confesercenti del Trentino, l'Ebbt (Ente bilaterale del turismo), l'Enbit (Ente bilaterale del turismo e del commercio distribuzione e servizi), la Cgil del Trentino, la Cisl del Trentino, la Uil del Trentino, la Filcams-Cgil del Trentino, la Fisascat-Cisl del Trentino e la Uil-Tucs del Trentino.

Due le principali novità del protocollo versione 2021 (che arriva dopo due analoghi protocolli firmati nel 2020 e nel 2019). Da un lato, dietro proposta dell'Asat, si è spinto sull'opportunità **di reperire personale presso i Centri per l'impiego di Regioni italiane a vocazione turistica e turismo prevalentemente estivo con alto tasso di disoccupazione.**

Inoltre, per il primo anno, grazie al protocollo verrà istituito un **Tavolo tecnico**, composto da un rappresentante per ogni soggetto firmatario, in maniera da rendere ancor più concreta e sostanziale la collaborazione tra i diversi soggetti.

Tra gli obiettivi, inoltre, anche l'intenzione di attuare azioni e interventi volti a contrastare il ricorso a canali informali di intermediazione e a tutelare la legalità e regolarità dei rapporti di lavoro, tramite la sensibilizzazione degli imprenditori del turismo presenti sul territorio provinciale e il potenziamento di un servizio mirato al settore turistico dell'incontro domanda e offerta. Non ultima, la finalità di integrare i dati in possesso dell'Agenzia del Lavoro relativi alle caratteristiche





Palazzo Stella, sede dell'Asat a Trento

del settore del turismo con quelli a disposizione degli altri soggetti firmatari del protocollo. I quali, con la firma apposta al documento, si impegnano a partecipare al Tavolo tecnico, che avrà tra le sue funzioni specifiche quelle di analizzare i fabbisogni del settore (di personale, formativi), di individuare le nuove opportunità di lavoro, predisporre strumenti di monitoraggio e valutazione dell'applicazione dell'intesa e dell'implementazione delle azioni in essa previste, di svolgere funzioni di cabina di regia e di coordinamento delle attività sia in logica proattiva, per anticipare la definizione delle necessità, supportando la rete degli

attori nella declinazione delle esigenze e nell'individuazione di scenari e soluzioni di medio periodo, sia in logica reattiva, per rispondere ai bisogni della rete attraverso interventi realizzabili anche nel breve periodo, di proporre all'Agenzia del Lavoro l'opportunità di richiedere il fabbisogno di personale da parte degli operatori turistici trentini presso i Centri per l'impiego di Regioni italiane a vocazione turistica e turismo prevalentemente estivo con alto tasso di disoccupazione ed, infine, di proporre alla Provincia di valutare di anno in anno l'opportunità di richiedere personale extra UE, compatibilmente con le politiche migratorie nazionali e in funzione dei fabbisogni di manodopera del settore, sfruttando le possibilità già previste a livello nazionale.

Ciascun soggetto firmatario, con la firma del protocollo, assume una serie di impegni. Per quanto riguarda le **Associazioni datoriali** si tratta di promuovere il servizio di incontro domanda e offerta di lavoro erogato dall'Agenzia del Lavoro nei confronti dei propri associati; di raccogliere i fabbisogni di personale e formativi degli operatori turistici associati e facilitare le stesse nei rapporti con l'Agenzia del Lavoro ed i Centri per l'Impiego relativamente alle procedure di attivazione del servizio d'incontro domanda e offerta; di collaborare con l'Agenzia del Lavoro nell'organizzare eventi e/o *career day* per avvicinare i giovani e i lavoratori interessati al settore turistico e per sensibilizzare le aziende del settore sulle opportunità di incontro domanda-offerta.





Dal canto suo, l'**Agenzia del lavoro** s'impegna a:

- fornire agli imprenditori del turismo che lo richiedono un servizio mirato di incontro domanda offerta e di preselezione in collaborazione con l'Asat, Confesercenti del Trentino, Concommercio imprese per l'Italia Trentino, l'Ebt e l'Enbit;
- organizzare eventi e occasioni di reclutamento e/o career day in collaborazione con i firmatari della presente intesa;
- pubblicizzare l'iniziativa attraverso i propri canali di informazione (Portale Trentinolavoro, sito internet istituzionale, stampa);
- raccogliere le candidature e predisporre la lista dei lavoratori disponibili a lavorare nel settore turistico, anche attraverso il coinvolgimento degli iscritti ai Centri per l'impiego, mantenendo aperta la raccolta delle candidature a tutti i disoccupati e sospesi disponibili;
- pubblicizzare le vacancy del settore turistico presso i Centri per l'impiego di Regioni italiane con alto tasso di disoccupazione, raccogliere le candidature, verificare le disponibilità e segnalarle ai datori di lavoro interessati; tali attività saranno svolte prioritariamente verso le Regioni a vocazione turistica che hanno un turismo prevalentemente estivo. A tal fine l'Agenzia del Lavoro si impegna ad attivare occasioni di reclutamento o career day dedicati in collaborazione con i firmatari della presente intesa;
- promuovere su canali internazionali europei il fabbisogno di personale da parte degli operatori turistici trentini, cercando di attivare collaborazioni, in particolare con le scuole estere specializzate nel settore e per il tramite della rete Eures;
- coinvolgere gli Istituti secondari superiori, la Formazione professionale e gli Enti formativi nell'individuazione dei bisogni formativi del settore e nella promozione delle attività contenute nella presente intesa, anche con iniziative ad hoc;
- informare, in collaborazione con il Servizio per il Sostegno occupazionale e la valorizzazione ambientale, i lavoratori coinvolti nei lavori di cui alla L.P. 32/90, Intervento 3.3.d (ex intervento 19) e BIM circa le opportunità di lavoro gestite dai Centri per l'impiego e i percorsi formativi nel settore turistico, raccogliere le disponibilità su base volontaria, fatti salvi i principi di condizionalità, e nel rispetto delle Intese contrattuali sottoscritte a livello provinciale e segnalarle ai datori di lavoro interessati;
- finanziare percorsi di orientamento e formativi finalizzati ad orientare e qualificare i lavoratori che ricercano un'occupazione nel settore del turismo, anche attraverso incontri con rappresentanti delle associazioni e delle aziende;
- collaborare con il Dipartimento istruzione e cultura in relazione alle tematiche di orientamento scolastico e professionale, apprendistato duale, formazione tecnico- professionale e certificazione delle competenze;

- informare i lavoratori iscritti ai Centri per l'impiego relativamente alle iniziative formative inerenti il settore turistico attivate dall'Agazia del Lavoro, dagli enti bilaterali Ebtb ed Enbit, dalla Formazione professionale e dagli enti formativi accreditati;
- coordinare e supportare l'attività del Tavolo tecnico istituito con la presente intesa.

Tra gli impegni degli **Enti bilaterali** quello di promuovere il servizio di incontro domanda e offerta di lavoro erogato dall'Agazia del Lavoro, di collaborare con l'Agazia del Lavoro nell'individuazione di conoscenze e competenze specifiche rispondenti ai fabbisogni formativi del settore turistico e di collaborare con l'Agazia del Lavoro nell'organizzare eventi e/o career day per avvicinare i giovani e i lavoratori interessati al settore turistico.

Le **Organizzazioni sindacali**, infine, si faranno carico di pubblicizzare le iniziative dell'intesa attraverso i propri canali di informazione e le proprie organizzazioni nei confronti dei lavoratori e, in generale, dei soggetti che si rivolgono a Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl e Uil-Tucs, nonché agli sportelli dei patronati e dei servizi di orientamento al lavoro del sindacato.

... Segue dalla prima pagina

Senso di responsabilità per una stagione invernale positiva

direttore Roberto Pallanch

È importante che il senso di responsabilità che la stragrande maggioranza dei trentini e degli italiani ha dimostrato finora prosegua anche nei prossimi mesi, perché se è vero che è difficile una ripresa della pandemia nelle dimensioni e nella virulenza dello scorso anno e prima, i danni di un possibile peggioramento della situazione sanitaria non sono da escludere quanto da evitarsi. Abbiamo bisogno che l'economia turistica e tutto il mondo di imprese, di persone e di famiglie che ne sono parte possano tornare alla normalità, a crescere, alla loro naturale vocazione di produrre ricchezza e benessere ed anche per rimediare alla perdita economica rilevantisima della mancata stagione invernale dello scorso anno.



Euregio Connect, un nuovo gruppo per lo sviluppo del turismo

2' e 00"

Firmata la convenzione: i tre partner sono Provincia autonoma di Trento, Provincia autonoma di Bolzano e Land Tirolo

Con una cerimonia presso il Comitato delle Regioni dell'Unione europea a Innsbruck, gli amministratori delle organizzazioni per lo sviluppo del turismo delle Province autonome di Trento e di Bolzano, nonché del Land Tirolo, hanno firmato la convenzione per fondare Euregio Connect. L'obiettivo di questo Gruppo europeo di cooperazione territoriale (Gect) è quello di rafforzare la cooperazione fra i tre territori. Con l'annuale corsa ciclistica «Tour of the Alps», già dal 2017 le tre organizzazioni per lo sviluppo del turismo Trentino Marketing, IDM Alto Adige e Tirol Werbung hanno messo in scena un progetto congiunto quale Euregio. Al fine di ampliare e allo stesso tempo facilitare la cooperazione nei settori del turismo e dello sport, con la loro firma, gli amministratori delle tre organizzazioni hanno ufficialmente fondato Euregio Connect.

Per il presidente del Tirolo ed ormai ex presidente dell'Euregio **Günther Platter** (da ottobre, successivamente alla firma apposta, la presidenza è passata alla Provincia autonoma di Trento e, quindi, al presidente **Maurizio Fugatti**) questo è un segnale importante: «Con progetti come Tour of the Alps i territori dell'Euregio si arricchiscono di contenuti e le persone possono vivere queste esperienze in maniera concreta. Sono, quindi, particolarmente contento che dieci anni dopo l'istituzionalizzazione dell'Euregio, con la firma che abbiamo apposto oggi, i tre territori sono ancora più vicini. In questo modo ci stiamo preparando per il futuro». «Soprattutto al giorno d'oggi, è sempre più evidente quanto sia importante la cooperazione transfrontaliera. Con la firma di questa convenzione, abbiamo compiuto anche a livello organizzativo un passo importante per rafforzare la cooperazione fra i tre territori», ha

dichiarato **Florian Phleps**, amministratore delegato di Tirol Werbung, in occasione della firma. Il Trentino è stato il punto di partenza della più grande e importante iniziativa congiunta delle tre organizzazioni fino ad oggi: «Abbiamo creato insieme il Tour of the Alps, una prima grande iniziativa comune che ha promosso tutti i nostri territori nel mondo con immagini affascinanti e stimolanti per il turista internazionale attento all'ambiente, allo sport e ad una ospitalità di qualità» ha spiegato **Maurizio Rossini**, amministratore delegato di Trentino Marketing. «Vogliamo che questa iniziativa sia un primo passo verso altri progetti da realizzare insieme attraverso il nuovo Gect che oggi prende vita».

«Adesso è importante espandere ulteriormente questa cooperazione. Tutti e tre i territori devono affrontare sfide simili, che possono essere superate al meglio attraverso una forte sinergia. Siamo, però, legati soprattutto da grandi opportunità che vogliamo sfruttare insieme», ha detto **Erwin Hinteregger**, direttore generale di IDM Alto Adige. «Tra l'altro, ci sono già le basi per un progetto a lungo termine sul tema delle arti culinarie».

EUREGIO CONNECT

Euregio Connect è un Gruppo europeo di cooperazione territoriale (Gect), che facilita la cooperazione dei suoi tre membri Trentino Marketing, IDM Alto Adige e Tirol Werbung, semplificando l'attuazione dei progetti transfrontalieri. La presidenza ruota ogni due anni tra i tre territori. La sede legale del Gect è a Innsbruck.

Asat: un progetto di patrocinio con l'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT



osservatori.net
digital innovation



1' e 50"



Monica Basile

L'Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della provincia di Trento (Asat) ha sviluppato una partnership con l'Osservatorio innovazione digitale nel turismo del Politecnico di Milano che permetterà di conoscere meglio i cambiamenti nella filiera dei viaggi, sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta.

L'Osservatorio nasce nel 2014 dal Politecnico di Milano, con l'obiettivo di supportare le imprese italiane del settore del turismo nella comprensione delle dinamiche digitali dei viaggi e nell'individuazione delle opportunità che questi strumenti possono fornire per le strategie aziendali. Le tematiche analizzate dall'Osservatorio riguardano soprattutto le ripercussioni generate dall'introduzione del digitale nel settore e dai trend correnti, tra cui: le nuove esigenze del consumatore, l'estensione spazio-temporale del viaggio e le possibili conseguenze per gli operatori, le diverse modalità di interazione tra gli attori e l'integrazione di servizi turistici esperienziali.

Il patrocinio dell'Asat all'Osservatorio innovazione digitale nel turismo prevede una serie di partnership basate sullo scambio reciproco, che vengono di seguito elencate.

• Vantaggi dell'Asat in qualità di patrocinante

All'Asat verrà fornita visibilità in tutte le attività di comunicazione dell'Osservatorio, potrà partecipare, in qualità di uditor, a tutti gli eventi riservati organizzati dall'Osservatorio in cui vengono mostrati in anteprima alcuni dei risultati delle analisi e ricerche condotte nell'anno; l'Asat potrà estendere ai soci Asat l'invito di partecipazione ad alcuni eventi riservati, sarà possibile accedere ad abbonamenti alla piattaforma a tariffe scontate.

• Supporto fornito dall'Asat all'Osservatorio

L'Asat potrà partecipare attivamente alle indagini dell'Osservatorio e veicolarle verso gli associati affinché possano fornire un contributo diretto; gli imprenditori dell'Asat che risponderanno alle ricerche dell'Osservatorio riceveranno i risultati della ricerca una volta analizzati e consolidati i dati. L'Asat, inoltre, divulgherà gli eventi pubblici organizzati dall'Osservatorio tramite i propri canali e si impegna a tenere riservate le analisi e i materiali condivisi dall'Osservatorio durante gli appuntamenti riservati.

Il patrocinio è già attivo, e l'Asat ha già invitato i soci a partecipare allo Studio che indaga la risposta alla pandemia ed i risultati conseguiti dalle strutture italiane in questo periodo. Il patrocinio con l'Osservatorio si inserisce tra i rapporti consolidati che l'Asat ha sviluppato nel corso degli anni con le altre Istituzioni universitarie, in particolare con l'Università degli Studi di Trento, con la Libera Università di Bolzano, e con le Università Estere a supporto dell'introduzione di corsi di laurea, tramite la messa a disposizione di placement presso l'Asat e la gestione di seminari applicativi e il supporto allo svolgimento di tesi di laurea.

Costruire in quota.

Una rassegna di opere di architettura contemporanea nell'arco alpino

Presentato un nuovo quaderno dell'Osservatorio del paesaggio sul tema dell'architettura dei rifugi e bivacchi di montagna

🕒 1' e 50"

👤 Giorgio Tecilla, architetto, dirigente UMSE Urbanistica - Osservatorio del paesaggio della Provincia

L'architettura in quota rappresenta un tema sensibile per le società alpine, carico di valenze culturali, affettive e simboliche. Al carattere ambientalmente estremo delle localizzazioni, tipiche di questi manufatti così speciali, spesso si associa quello, altrettanto forte, del confronto - o meglio - dello scontro, tra «innovatori» e «tradizionalisti» in architettura. A questo tema è dedicato il nuovo Quaderno dell'Osservatorio del paesaggio, frutto del confronto tra le componenti del Forum più attente ai temi dell'architettura.

Come evidenziato nell'intervento di **Annibale Salsa** che impreziosisce il Quaderno recentemente realizzato dall'Osservatorio del paesaggio, la tradizione costruttiva alla quale facciamo riferimento quando parliamo di questi manufatti, è frutto di una storia recente. In alcuni casi i rifugi e i bivacchi che sorgono sul nostro territorio sono l'esito di un'originaria e consapevole riflessione sul linguaggio architettonico in altri, più semplicemente, dei condizionamenti costruttivi imposti dagli ambienti estremi e dalle scarse risorse disponibili, che rendevano difficile l'approvvigionamento dei materiali da costruzione e la gestione dei cantieri. Dal punto di vista strettamente architettonico, questi percorsi costruttivi ci hanno lasciato un patrimonio edilizio eterogeneo, a volte caratterizzato da una particolare qualità e in altri casi meno interessante, spesso soggetto a fenomeni di degrado legati all'asprezza dell'ambiente d'alta quota e alle modalità sbrigative di costruzione.

A prescindere dai caratteri architettonici dei singoli edifici, questa rete capillare di rifugi e di bivacchi arricchisce le nostre montagne ed è una risorsa collettiva dal grande valore simbolico, oltre che una forma insostituibile di promozione del turismo e di presidio del territorio in quota. A giudizio di chi scrive la tutela di questo patrimonio è una priorità, che, quando possibile, si deve tradurre nella valorizzazione delle preesistenze edilizie.

Ma quando dobbiamo ampliare in modo significativo una struttura preesistente o dobbiamo realizzare un nuovo rifugio o ricostruire un rifugio



danneggiato o degradato e non più recuperabile, quale approccio dobbiamo seguire? La ricerca di una risposta a questo quesito è spesso fonte di conflitti sociali anche laceranti che vedono fronteggiarsi istanze di difficile conciliazione. Il rapporto tra innovazione e tradizione vede sostenuta, da un lato, la posizione di chi ha l'ambizione di generare forme architettoniche coerentemente legate al mutare dei linguaggi, delle funzioni, dei materiali costruttivi e delle tecnologie disponibili e, sull'altro fronte, quella di chi esprime la volontà di preservare un'immagine del paesaggio di montagna, spesso custodita gelosamente nei propri ricordi.

Constatiamo con rammarico che l'esito di questo confronto, si concretizza, con troppa frequenza, in una pigra riproposizione di forme architettoniche stereotipate, ispirate dalla lettura superficiale di una «tradizione» costruttiva, spesso solo ipotetica. Il nostro territorio è purtroppo costellato di queste architetture prive di vita, dove la pietra e il legno rappresentano solo dei rivestimenti a fini «estetici» - avendo, perso del tutto l'originaria funzione costruttiva - e dove le forme essenziali della tradizione, generate dalle esigenze funzionali e dalle tecnologie disponibili nel passato, vengono oggi riproposte in modo acritico, attraverso realizzazioni «in stile» in grado di soddisfare solo l'occhio più distratto. Ci dobbiamo interrogare sul senso e sull'adeguatezza di questa interpretazione così statica e formale della tradizione.



Foto Daniele Lira

Il rifugio Boè sul Sass Pordoi



Nell'analizzare questo fenomeno e la radicalizzazione del dibattito che lo caratterizza è utile segnalare come, in alcuni casi, a questa visione fortemente conservatrice, si sia contrapposta, una tendenza eccessiva alla spettacolarizzazione e alla caratterizzazione dei segni architettonici, mossa dal desiderio di «lasciare un segno». Un approccio estremizzato ed autoreferenziale vissuto dalla cittadinanza come una forma di prevaricazione che ferisce ricordi e immagini sedimentate. La rigidità di posizioni contrapposte annulla il senso del confronto ed il piacere della costruzione di un progetto socialmente condiviso, del quale l'architettura dovrebbe essere la rappresentazione, soprattutto in un territorio bello, sedimentato e delicato come quello della nostra montagna.

Lo stallo nel dibattito su questi temi, al quale assistiamo in Trentino, ci sta privando della possibilità di rappresentare un'immagine della montagna che sia in grado di restituirci l'orgoglio per la nostra capacità di gestione del territorio. Il giusto bilanciamento tra istanze di trasformazione e conservazione e tra innovazione e tradizione nei linguaggi dell'architettura in quota, andrebbe perseguito con mente aperta, nell'ambito di un percorso di crescita culturale che deve coinvolgere la cittadinanza, senza per questo cedere al conformismo.



Foto Pio Germiani

Il rifugio Stoppani al Grostè nelle Dolomiti di Brenta

Ci sono luoghi e preesistenze al cui valore simbolico e sociale è opportuno siano subordinate le nuove scelte progettuali, optando per soluzioni discrete e prudenti e altri dove, può esserci più spazio per «osare» sperimentando nuovi linguaggi e introducendo nuovi segni. Non è però sensato né realistico pensare di operare fuori dal tempo. L'attenzione, la prudenza e il rispetto per i luoghi non dovrebbe mai tradursi in scelte progettuali orientate alla finzione.

In questa prospettiva, le esigenze funzionali e prestazionali tipiche dei rifugi e dei bivacchi alpini devono trovare risposte coerenti e sincere, che siano in grado di confrontarsi con il valore paesaggistico della montagna e con il carattere simbolico di questi manufatti. Nuove forme architettoniche e nuove soluzioni costruttive, quindi, che reinterpretando il tema affascinante del «rifugio» siano in grado di generare risposte di qualità inserite nel flusso di un processo vitale di «costruzione di una tradizione», attenta ai temi dell'autosufficienza energetica, del riutilizzo delle risorse ambientali e possibilmente della reversibilità dei processi costruttivi.

Anche alla luce delle esperienze realizzate con successo in molte zone dell'arco alpino, in Italia e all'estero, ci siamo interrogati su questi argomenti, in un confronto che - nell'ambito del Comitato tematico dell'Osservatorio del paesaggio denominato «Laboratorio di progetto sul paesaggio trentino» - ha coinvolto attivamente gli Ordini provinciali degli architetti e degli ingegneri e il Circolo trentino per l'architettura contemporanea. Senza la presunzione di svolgere una riflessione critica

sul linguaggio dell'architettura in montagna, né di dare delle risposte univoche ed assestate ai tanti temi precedentemente accennati, il Quaderno, consultabile nel sito dell'Osservatorio del paesaggio all'indirizzo <https://www.paesaggiotrentino.it/it/iniziativa-progetti-ricerche/paesaggio-e-turismo/infrastrutture-turistiche-e-paesaggio/>, si presenta come una rassegna di soluzioni ritenute efficaci, tra le tante realizzate nel territorio alpino. Ai casi centrati sul tema del «rifugio» e del «bivacco», abbiamo ritenuto utile affiancare alcuni interventi di infrastrutturazione turistica del territorio in quota, che sono stati ritenuti particolarmente stimolanti dal punto di vista della ricerca di nuovi linguaggi architettonici. Il Quaderno, che è valorizzato da due brevi scritti del professor **Annibale Salsa** e dell'architetto **Susanna Serafini**, non si rivolge solo agli addetti ai lavori, ma si propone come strumento di confronto, offerto alla cittadinanza, per favorire una riflessione più aperta e produttiva sul tema del costruire in alta quota. Nel Quaderno la descrizione dei casi avviene in forma di schede sintetiche ed è accompagnata da alcune considerazioni tratte da diverse fonti bibliografiche e da una serie di rimandi a siti Internet che documentano le opere selezionate fornendo al lettore elementi utili di approfondimento. Il documento è di carattere aperto, suscettibile di integrazioni, precisazioni e sviluppi che saranno introdotti in base alle osservazioni dei soggetti a diverso titolo interessati al tema. In questa prospettiva auspichiamo l'avvio di un confronto aperto e costruttivo con le diverse componenti della società trentina, in particolare con quelle, che come l'Asat, sono direttamente attive nel settore.

I NOSTRI EVENTI

Bolzano & Brunico

NOVEMBRE

06.11.2021	ore 09:00 - 18:00	sabato lungo
13.11.2021	ore 09:00 - 18:00	sabato lungo
20.11.2021	ore 09:00 - 18:00	sabato lungo
27.11.2021	ore 09:00 - 18:00	sabato lungo

DICEMBRE

04.12.2021	ore 09:00 - 18:00	sabato lungo
11.12.2021	ore 09:00 - 18:00	sabato lungo
18.12.2021	ore 09:00 - 18:00	sabato lungo

L'ARTE DELLA LUCE



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

pianta
design
Ambiente

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

info@piantadesign.com | www.piantadesign.com

Metamotori alberghieri: canali di distribuzione o di pubblicità?

I migliori approcci che gli hotel possono adottare



La **metaricerca** nel campo degli hotel esiste da oltre vent'anni ma ha assunto un'importanza molto maggiore dal 2010, quando Google ha lanciato il suo prodotto Google Hotel Finder in seguito diventato Google Hotel Ads (GHA).

Per molti anni, attori decisivi nel mondo della *metasearch* come Trivago, TripAdvisor, lo stesso Google e altri hanno utilizzato prevalentemente il famoso modello di business CPC (*Cost-per-Click*), mentre oggi il più gettonato è il modello CPA (*Cost-per-Acquisition*), che addebita una sorta di commissione solo quando entra una effettiva prenotazione. Nel 2020, in risposta al crollo dei viaggi dovuto al Covid-19, Google ha introdotto il suo modello *Pay-per-stay* (PPS), dove la commissione viene calcolata solo se il cliente effettivamente soggiorna presso la struttura. All'inizio di quest'anno il gigante di Mountain View ha inoltre

fatto ricorso al suo celebre modello *freemium*, offrendo la possibilità di inserire annunci gratuiti in GHA per attirare più hotel nel suo programma di metaricerca. Moltiplicando le opzioni di online booking, Google sta costringendo alberghi, OTA e altri portali di prenotazione a dover competere per la visibilità optando, ad esempio, per le soluzioni PPS.

La domanda è: la *metasearch* alberghiera, che evolvendosi dalle piattaforme pubblicitarie è diventata un canale di distribuzione, deve essere gestita in chiave di *revenue management* come tutti gli strumenti basati su commissioni quali OTA, GDS, ecc. o dovrebbe rimanere confinata nell'area del marketing? Un quesito che, seppur valido, racconta solo una parte della storia. L'approccio CPA, infatti, non è una novità, ma è diventato estremamente popolare con l'introduzione di Google Hotel Ads. Riducendo di fatto i rischi, non sorprende che la maggior parte degli albergatori abbia deciso di trattare gli annunci di metaricerca con la strategia di un'OTA, soprattutto con un tasso di cancellazione in drastico aumento durante la pandemia.



Foto: phtere.com

Alcuni hotel possono ancora beneficiare di un approccio CPC, in particolare quelli con bassi tassi di cancellazione e situati, o che fanno affari, in contesti in cui non c'è molta concorrenza online, in modo che i clic rimangano relativamente economici. Inoltre, quando si fa pubblicità su Google, gli albergatori possono diversificare le loro offerte in base a molte variabili, come la data di arrivo, la durata del soggiorno, il giorno della settimana di arrivo e la finestra di prenotazione, massimizzando la loro visibilità dove il rendimento è maggiore e, di conseguenza, diminuendo il costo per acquisizione. Se gestita correttamente, una campagna CPC può generare un ROI elevato con un investimento che è una frazione della commissione media di metaricerca. D'altra parte, la pubblicità in PPS o *pay-per-booking* non richiede alcuna conoscenza delle piattaforme e gli hotel non devono allocare ore-uomo per gestire le campagne, è semplice pubblicità cosiddetta *plug-and-play*. Alcuni praticano anche strategie ibride: CPA in alcuni mesi dell'anno e CPC per i restanti. In definitiva, l'obiettivo è sempre lo stesso: massimizzare la

Google Hotel Ads

quota di impressions e il tasso di conversione, con il CPA più basso possibile. Quindi, se è vero che la maggior parte dei metamotori offre soluzioni basate su commissioni, ciò non significa che questo sia sempre il modo migliore di operare.

Nel mercato alberghiero online totalmente trasparente di oggi, la linea di demarcazione tra vendite, marketing, e-commerce, tariffe e persino fedeltà va scomparendo. Le strutture organizzative tradizionali creano silos che impediscono di proporre la camera giusta al prezzo giusto al cliente giusto al momento opportuno del suo ciclo di acquisto. Piuttosto che rivolgersi a professionisti separati, spesso in competizione, ciascuno con i propri obiettivi, spesso in conflitto, gli hotel dovrebbero concentrarsi sullo sviluppo di una distribuzione integrata e finalizzata a ottimizzare il reddito netto delle camere. Un approccio che apporterebbe un cambiamento radicale.

Cucina 4.0



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

www.grandimpiantinoselli.com



GRANDIMPIANTI
Noselli

Partner of Niederbacher Gastrotec

PROJECT

COOK

COOL

WASH

SERVICE

GASTRO EQUIPMENT



Turismo: le parti sociali firmano un avviso comune per chiedere la proroga del quadro temporaneo di sostegno

🕒 1' e 00"

Riduzione dei costi fissi, gestione dell'indebitamento e proroga della cassa integrazione sono le esigenze più urgenti

Federalberghi, Filcams Cgil, Fisascat Cisl e UIL-TuCS, insieme alle altre organizzazioni nazionali delle imprese del settore turismo, hanno sottoscritto un avviso comune per richiedere al Governo di chiedere alla Commissione europea di prorogare fino al 30 giugno 2022 il quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia nell'attuale emergenza, in risposta alla consultazione avviata dalla Commissione il 30 settembre scorso. Con lo stesso documento, le parti sociali hanno chiesto che vengano assicurate ulteriori risorse per la proroga delle misure di sostegno in favore delle imprese e dei lavoratori, con particolare riferimento al contenimento dei costi fissi (ad esempio, esonero Imu e credito imposta per gli affitti), alla sostenibilità dell'indebitamento (ad esempio, moratorie dei mutui e garanzie sui crediti) e al finanziamento degli ammortizzatori sociali con causale Covid-19.

Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, si augura «che il Governo fornisca una risposta concreta e tempestiva, indispensabile per far fronte alle condizioni di difficoltà in cui il settore continua ad operare». Secondo il Centro studi di Federalberghi, da gennaio a settembre 2021 le presenze negli esercizi ricettivi sono diminuite del 40,5% rispetto al corrispondente periodo del 2019, a seguito della diminuzione delle presenze dei turisti stranieri del 62,2% e del calo delle presenze dei turisti italiani del 18,5%. «A questo punto dell'anno - afferma Bocca - si può iniziare a stilare un preconsuntivo e la matematica ci dice che purtroppo per le aziende turistico ricettive il 2021 si chiuderà con una perdita consistente, che si può stimare in almeno 165 milioni di pernottamenti e 9,5 miliardi di fatturato».

L'accordo è stato sottoscritto da Filcams Cgil, Fisascat Cisl, UILTuCS, Federalberghi, Fanta Federcamping, Fipe, Fiavet, Fto, Confcommercio, Assocamping, Assohotel, Assoviaggi, Fiba, Fiepet, Confesercenti, Associazione italiana Confindustria alberghi e Federturismo Confindustria.



Volkswagen Veicoli Commerciali

L'idea in più per chi lavora

Con Nuovo Caddy Cargo, Transporter e Crafter è tutto sotto controllo. Anche il tuo business.

Chi lavora lo sa: nel business ci vuole solidità. E quando si parla di veicoli commerciali, anche affidabilità e maneggevolezza. Ma poi un vero partner deve anche saper andare oltre, e arrivare con le soluzioni ancora prima che nascano i problemi. E con Nuovo Caddy Cargo, Transporter e Crafter le soluzioni per sviluppare ulteriormente il vostro business sono già pronte da valutare. In concessionaria.

 800.400.300 volkswagen-veicolocommerciali.it



**Veicoli
Commerciali**

Dorigoni S.p.a.

Via di San Vincenzo, 42 - Trento
0461 381200
www.dorigoni.com

Più di un milione e quattrocentomila lavoratori del turismo ha il green pass

🕒 1'e00"

Bocca: «Occasione importante per promuovere nel mondo l'immagine dell'Italia quale Paese sicuro»



Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi

Sono più di un milione e quattrocentomila i lavoratori del turismo che, a partire dal 15 ottobre, dovranno esibire il green pass per accedere ai luoghi di lavoro (circa un milione di lavoratori dipendenti e quattrocentomila indipendenti). «Questa misura, oltre a tutelare la salute e la sicurezza dei lavoratori nei luoghi di lavoro, ci offre un'occasione importante per promuovere nel mondo l'immagine dell'Italia quale Paese sicuro», afferma **Bernabò Bocca**, presidente di Federalberghi. «I mercati sono molto sensibili a questo tipo di messaggio», prosegue Bocca. «Basti pensare all'impatto mediatico della campagna di vaccinazione avviata qualche mese fa in alcune isolette greche, mentre in Italia si esitava a fare altrettanto».

«Proteggere e assicurare dev'essere il nostro mantra», conclude il presidente degli albergatori italiani. «È importante che il messaggio venga diffuso tanto dalle istituzioni quanto dai singoli operatori, sia nella fase di interlocuzione commerciale che precede la decisione di acquisto sia nel rapporto quotidiano con gli ospiti già arrivati a destinazione».

Per favorire la diffusione della notizia, il kit di comunicazione del manuale «Accoglienza sicura», realizzato da Federalberghi per la tutela anti-Covid di ospiti e collaboratori, si è arricchito di nuovi elementi, disponibili in sei lingue (italiano, inglese, francese, russo, spagnolo e tedesco) e in vari formati, adatti alla distribuzione mediante posta elettronica, social media, siti internet, affissione, etc.

MEGLIO SEGUIRE LE REGOLE



BETTER TO FOLLOW THE RULES



**TUTTI I NOSTRI COLLABORATORI
HANNO IL GREEN PASS**

**ALL OUR COLLABORATORS HAVE
GREEN PASSES**

**ALLE UNSERE MITARBEITER HABEN
DEN GRÜNEN PASS**

**TOUS NOS COLLABORATEURS
POSSÈDENT LE PASS SANITAIRE**

**TODOS NUESTROS EMPLEADOS
TIENEN EL PASAPORTE COVID**

**У ВСЕХ НАШИХ СОТРУДНИКОВ ЕСТЬ
СЕРТИФИКАТ О ВАКЦИНАЦИИ**

La formazione di Cat Turismo


26

Tutti gli appuntamenti previsti per l'autunno 2021

ANTINCENDIO

DESTINATARI: Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

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

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

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

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

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
29/11/2021	09.00-13.00	AULA - TRENTO

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
29/11/2021	09.00-13.00 14.00-18.00	AULA - TRENTO

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



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

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
15/11/2021	09.00-13.00	ONLINE
13/12/2021	14.00-18.00	ONLINE

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

CORSO AGGIORNAMENTO PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
15/11/2021	09.00-13.00	ONLINE
13/12/2021	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: € 60,00 + IVA - Quota associati: € 50,00 + 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 BASE RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (32 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
22/11/2021	09.00-13.00/14.00-18.00	AULA - TRENTO
29/11/2021	09.00-13.00/14.00-18.00	AULA - TRENTO
06/12/2021	09.00-13.00/14.00-18.00	AULA - TRENTO
13/12/2021	09.00-13.00/14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 410,00 + IVA - Quota associati: € 370,00 + 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 E' A DISCREZIONE DEI LAVORATORI E DI QUANTO RIPORTATO NEL CCNL DI RIFERIMENTO.

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
13/12/2021	09.00-13.00/14.00-18.00	AULA - TRENTO

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

LAVORATORI / LAVORATRICI

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

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

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

Aggiornamento quinquennale.

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
22/11/2021 23/11/2021	09.00-13.00	ONLINE
20/12/2021 21/12/2021	14.00-18.00	ONLINE

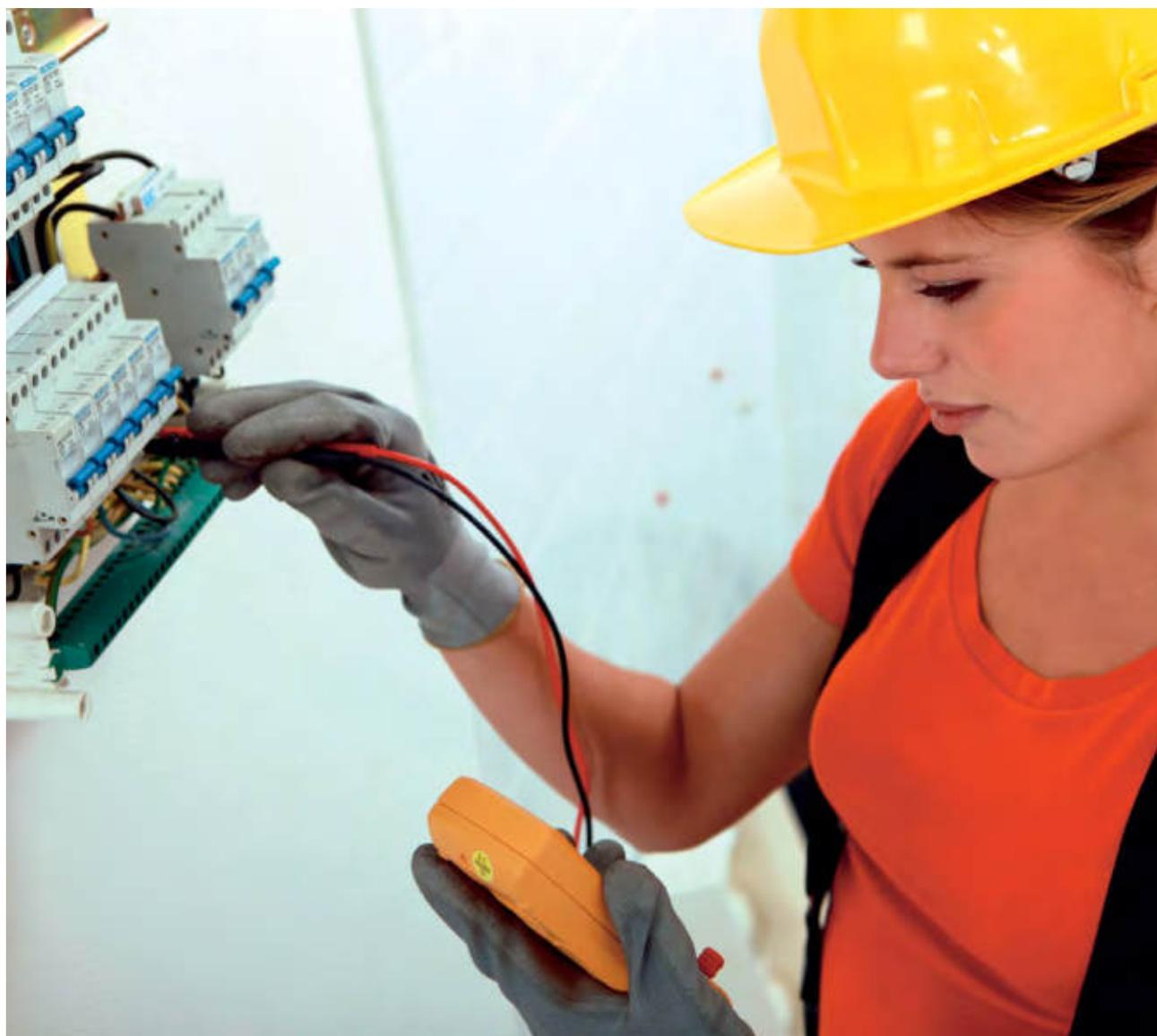
Quota di partecipazione: € 40,00 + IVA - Quota associati: € 35,00 + IVA
Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multazienda)

**CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI
AGGIORNAMENTO (6 ORE)**

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
22/11/2021 23/11/2021	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
20/12/2021 21/12/2021	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE

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



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.

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	MODALITÀ
16/11/2021	13.00-17.00	AULA - VAL DI FASSA

06/12/2021	14.00-18.00	AULA - TRENTO
------------	-------------	---------------

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

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE PRATICA		
16/11/2021	13.00-17.00	AULA - VAL DI FASSA

06/12/2021	14.00-18.00	AULA - TRENTO
------------	-------------	---------------

Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + 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.

Albergatori di qualità 2025: il futuro del servizio



🕒 4' e 00"

👤 Alois Kronbichler e David Raccanello

Quali sono le aspettative degli ospiti per il futuro? Kohl & Partner si occupa di questa domanda da quarant'anni ed analizza continuamente le mutevoli esigenze degli ospiti. In passato la qualità spesso «avveniva» inconsapevolmente dai singoli imprenditori, oggi siamo nell'era degli standard e dei processi di qualità. E domani? Gli ospiti vogliono di più: più individualità!

■ «Il turismo è un business da persona a persona!»

Analogamente alle fasi di sviluppo organizzativo delle aziende dalla fase pionieristica alla fase di differenziazione fino alla fase di integrazione, Kohl & Partner suddivide le dimensioni dello sviluppo della qualità. Ieri abbiamo attraversato la fase della qualità intuitiva con sviluppi di qualità a volte casuali e indipendenti dall'imprenditore. È andata bene fino a quando si sono viste le presenze crescere annualmente. Poi la richiesta di qualità è aumentata ed è iniziata la fase della qualità standardizzata: sono stati introdotti gli standard di qualità, i manuali di qualità e gli standard per i dipendenti. Tuttavia, gli standard corrono il rischio di diventare rigidi in termini di qualità.

I processi di qualità standardizzati sono ora considerati standard minimi che dovrebbero essere personalizzati in futuro. Infatti, il futuro va nella direzione della qualità della vita e dell'attenzione personalizzata. L'emotività è la risposta ai bisogni individuali che rappresentano la qualità individuale di domani.

■ Domani sarà unico!

Lo sviluppo della qualità che stiamo vedendo è sinonimo di qualità individuale ed è già chiaramente evidente oggi. Questa fase è caratterizzata da prodotti e servizi individuali, dalla qualità dell'attenzione verso gli ospiti e dalla qualità della vita: praticamente una dimensione nuova verso la qualità intuitiva e standardizzata. Nel futuro il «cuore» dovrà esserci e le emozioni potranno essere nuovamente sentite con più forza, perché si tratterà di rispondere alle richieste individuali oltre lo standard e di sfruttare i vantaggi della digitalizzazione.

■ Digitalizzazione e analogizzazione non sono una contraddizione: qualità individuale nell'era della digitalizzazione

Sono pochissimi gli eventi turistici che possono fare a meno del tema della digitalizzazione in questo momento. Ci occupiamo di persone e non di prodotti, ma la digitalizzazione è una potente tendenza nel

mondo degli affari, non c'è dubbio. Ma allora dobbiamo mettere un'Alexa in ogni stanza? Questo simpatico robot umanoide dovrà essere presente anche alla reception in futuro? Preferiamo pensare che gli addetti alla reception imparino o migliorino per rispondere bene. Forse dovremmo studiare meglio le domande più frequenti e formare i collaboratori a rispondere attivamente. Diversamente avremo davvero bisogno di robot in grado di farlo.

Il nostro smartphone presto ci conoscerà meglio di noi stessi. Perché? Si ricorda tutto. Ricorda ogni albergo, ogni articolo sportivo, ogni giornale che abbiamo cercato negli ultimi anni. Questo cambia completamente con l'assistente vocale: parleremo sempre di più sui nostri telefoni cellulari. Rinomati studi ipotizzano che entro i prossimi tre anni il 50% delle ricerche sarà effettuato con assistenti vocali. Questo è il mondo digitale che ci aspetta nel prossimo futuro.

Il digitale è duro e tecnico. L'analogico (di persona) è morbido e umano. L'ospite si informa digitalmente, ma decide in modo analogico e quindi il nostro focus è l'analogico! La digitalizzazione è un aiuto e ci fa risparmiare lavoro in background in modo da avere più tempo davanti all'ospite, sia al telefono sia quando è in hotel. L'arte sta nella combinazione: digitale vs analogico; online vs offline; non «questo oppure quello» ma «sia questo che quello». È quindi importante avere competenze «digitali» e «analogiche» allo stesso tempo. Il futuro sarà in questa combinazione.

Ci mancherà il «vecchio» ruolo di albergatori nel 2025? L'atmosfera familiare in cui ti senti in buone mani? Gli hotel a conduzione familiare stanno diventando troppo impersonali? No, se albergatori e collaboratori lavorano sulla digitalizzazione e sull'ospitalità dal vivo. Quando si prendono amorevolmente cura dei loro ospiti e sono aggiornati online.



Alois Kronbichler e David Raccanello di Kohl & Partner

Le competenze trasversali sono essenziali

La fedeltà ad una struttura ricettiva nasce sempre attraverso incontri umani, che si possono verificare solo quando si è già in hotel per esempio. Il marketing non può trasmettere questa qualità. Il marketing è digitalizzato e cerca la prima decisione. Gli incontri, invece, creano un alto livello di raccomandazione della struttura ad altri potenziali ospiti.

Se è possibile avere in mente questi due atteggiamenti di base positivi, allora questo si riflette nel comportamento di servizio quotidiano. Essere «accomodanti e simpatici» non è abbastanza. Il servizio migliore nasce da una combinazione di precisione e relazioni. I due non sono una contraddizione, si completano a vicenda. Le competenze trasversali svolgono un ruolo importante nel settore alberghiero, e questo è comprensibile, perché il turismo è un business da persona a persona.

Se tutte le regole di servizio nel mondo dovessero essere ridotte a cinque, allora sarebbero le seguenti:

1. L'attenzione è rivolta alle persone e tutti vogliono essere trattati individualmente.
2. Cerco di mettermi nei panni dell'ospite.
3. Mi sento responsabile per i desideri non espressi degli ospiti.
4. Mi occupo immediatamente dei problemi di un ospite.
5. Sono costantemente alla ricerca di modi per migliorare la gestione dei punti di contatto da persona a persona durante la giornata dell'ospite.

L'entusiasmo per la qualità verso gli ospiti da parte degli operatori porta alla fedeltà degli ospiti stessi e li trasforma inconsciamente in inestimabili moltiplicatori per il vostro hotel. Quelli veramente bravi nel settore alberghiero trentino sono completamente digitalizzati, ma allo stesso tempo offrono un'ospitalità personale.



Per i giovani albergatori l'autunno 2021 è intenso

Numerosi gli eventi organizzati anche in Trentino

🕒 1' e 40"

👤 Francesca Maffei

Anche quest'autunno, in occasione della fiera SIA-GUEST di Rimini, i Giovani albergatori del Trentino sono stati impegnati nelle attività promosse dal Comitato nazionale giovani albergatori di Federalberghi. Oltre a svolgere il consueto consiglio direttivo, con la consegna dei premi di Giovane albergatore e di Comitato dell'anno, il 14 ottobre il Cnga ha preparato un momento formativo aperto a tutti i membri. Il seminario, tenuto dal consulente **Giacomo Pini** di GP Studios, si è concentrato sull'argomento «Il post è il nuovo presente: come hanno reagito alla pandemia gli albergatori? Quali formule stanno adottando per competere sul mercato?» e si è inserito nella ricca cornice di eventi dell'Hospitality Day, capace di riscuotere sempre un discreto successo tra i giovani operatori turistici italiani. In corso di definizione risultano invece ancora sia il Meeting europeo, la cui edizione 2020 era stata sospesa a causa della pandemia di Covid-19, sia il Meeting invernale, che era stato messo in stand-by per lo stesso motivo nonostante si svolga normalmente in località sciistiche sul territorio nazionale. Le giornate lavorative si sono poi concluse con momenti conviviali nel perfetto stile della movida romagnola.

A livello di gruppo Gat, in ottobre è stato presentato il convegno «Imprenditoria e contesti giovanili: lavoro, scuola, territorio», che verrà organizzato prossimamente dal Piano d'ambito economico presso il Polo tecnologico di Trentino Sviluppo nella sede di Rovereto. La prima sessione, dalle 16 alle 17.30 e intitolata «Quali legami tra impresa, scuola e territorio?», offrirà una visione per il futuro ad opera di **Martina Togn**, presidente del Pae, e sarà seguita da un collegamento con **Oscar di Montigny** di Banca Mediolanum dal tema «Fare impresa: quali mega trend per il futuro». La sessione si chiuderà con l'intervento «Imprenditorialità: scuola, territorio e... progetti di rete» del professor **Tiziano Salvaterra** dell'Università degli studi di Trento. La seconda parte, prevista dalle 17.30 alle 18.30, si tradurrà in una visita guidata all'incubatore tematico di Trentino Sviluppo, «Progetto Manifattura - Green Innovation Factory», per l'ideazione e la produzione di beni e servizi fondati sul valore della sostenibilità. Infine, una terza ed ultima sessione sarà dedicata dalle 18.30 in poi a un aperitivo di networking. L'intento sarà creare un percorso condiviso per la definizione di progetti di rete per il 2022 riguardanti l'imprenditorialità giovanile.

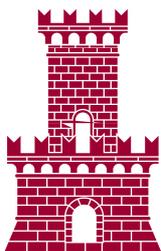


Vino, cultura, territorio



ENOTECA PROVINCIALE DEL TRENINO

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

Vioz: storia di un albergo



Marco Severini

VIOZ. LA LUNGA
STORIA DI UN
ALBERGO ALPINO

Zefiro Edizioni, 2021

pp. 250 - 12 euro

 2' e 40"

 Gianfranco Betta

Una famiglia: i Fava, giunti alla terza generazione mentre una quarta sta facendo capolino, con il patriarca Michele che, dopo la Grande Guerra combattuta sul fronte galiziano con tanti altri soldati trentini, al suo rientro coglie l'opportunità di acquistare l'albergo Vioz. Nel 1925 inizia la sua gestione assieme alla moglie Isabella, affiancato a partire dagli anni '60 dai figli Carmen e Ettore che, con lungimiranza da parte dei genitori, verranno mandati a studiare in collegi tenuti da religiosi rispettivamente a Brescia e a Milano. Dopo il diploma, Ettore frequenterà la scuola alberghiera di Merano, scelta che in qualche misura ritroviamo nella terza generazione con le figlie Michela ed Elisabetta, entrambe studentesse presso le dame inglesi a Merano. Michela completa gli studi presso la prestigiosa scuola alberghiera Kaiserhof, mentre la sorella si laurea in economia. Una preparata per gestire clientela ed accoglienza, l'altra per tenere in ordine i conti e curare i rapporti commerciali. E già sono in campo le nuove leve, ad iniziare da Martina, la primogenita di Michela. Passaggi di testimone in cui l'importanza dell'investimento formativo è centrale e che vede la presenza femminile sempre più preponderante e quasi esclusiva (ci avrebbe fatto piacere leggere di più su questi passaggi generazionali, che in molte aziende, e non solo del ricettivo, non sempre risultano indolori).

Un albergo: il Vioz. Nato come caserma alla vigilia della Grande Guerra, dopo il conflitto si trasforma in struttura ricettiva. Contestualmente ai passaggi generazionali della famiglia Fava, l'albergo viene progressivamente ingrandito, fino agli attuali tre corpi di fabbrica, seguendo un processo di ammodernamento

strutturale comune alla gran parte delle strutture ricettive provinciali. Si incomincia con il bagno e la tv in camera; il campo da tennis e il centro benessere; un'offerta enogastronomica gourmet per una clientela sempre più esigente, ma anche molto fidelizzata: sono molto diversi, ora, i gusti e le esigenze rispetto a quelli dei gruppi aziendali, ad iniziare dai dipendenti dei Monopoli Tabacchi, presenti al Vioz già negli anni '30. Anche la promozione è diversa rispetto ai primi anni '60 del secolo scorso: allora bastavano cartoline e dépliant nelle bussole dei condomini di Milano, o le brevi inserzioni di «réclame» sulla carta stampata per raccogliere delle prenotazioni, oggi l'utilizzo dei social per un web marketing risulta più efficace.

Una valle: quella di Peio, con l'acqua ferruginosa dell'Antica Fonte utilizzata fin dal '600, cui si affianca nel corso dell'800 la Fonte Alpina ricca di acqua oligominerale, imbottigliata ed esportata su numerosi mercati: un centro termale che però, a differenza di altre realtà dell'Impero asburgico, non diventerà un Kurort frequentato dalla nobiltà della Belle Epoque. La valle sarà poi fronte di guerra, base operativa per la Guerra Bianca, luogo di bacini e impianti idroelettrici fin dagli anni '20. Il turismo, per decenni esclusivamente estivo, si arricchisce della proposta invernale solo dai primi anni '70 del '900, in ritardo rispetto a tante altre località trentine, fino a farne la stagione principale per fatturato se non per presenze.

Un territorio più ampio: la Valle di Sole e il Trentino, interessati lungo l'ultimo secolo da uno sviluppo turistico, che con i suoi mutamenti, innovazioni di prodotto, il progressivo affacciarsi di nuova domanda e nuovi mercati, anche stranieri, tracciano una strada e consolidano tendenze che poi sono presto riproposte anche in aree più periferiche, come la Val di Peio.

Un testo, questo, cui è auspicabile facciano seguito altri esempi di valorizzazione delle testimonianze orali e degli archivi familiari, di fatto archivi d'impresa, per una storia più completa del turismo trentino attraverso le voci dei protagonisti.



Mobilspazio

contract

100%
Made in Italy

PROGETTAZIONE E PRODUZIONE DI ARREDI
PER HOTEL, RESIDENCE, BED & BREAKFAST, COMUNITA' E STUDENTATI
CUCINE MONOBLOCCHI SALVASPAZIO



MOBILSPAZIO srl

via Maccari 1/a- 60131 Ancona - Italy
tel. +39 0712868423- fax +39 0712900374
www.mobilspazio.it - info@mobilspazio.it



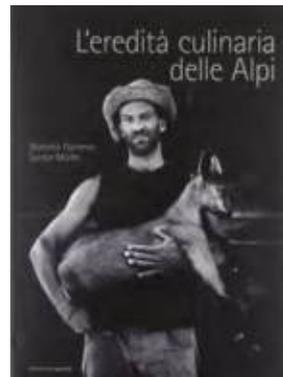
Ricette e storia

2' e 15"

G. Betta



Alberto Capatti
LA RICETTA DELLA RICETTA
 Slow Food Editore 2020
 pp. 183 – 16,50 euro



D. Flammer, S. Müller
L'EREDITÀ CULINARIA DELLE ALPI
 Edizioni Casagrande 2013
 pp. 370 – 75 euro



V. Raffaelli, L. Boscardin
SCARTI D'ITALIA
 Corraini Editore 2020
 pp. 285 – 38 euro

Una ricetta, in termini culinari, prescrive cosa e come fare, trasmessa a voce, messa per iscritto, filmata per farne comunicazione-spettacolo. Destinata ad essere interpretata e tutti possono copiarla con facilità. Una ricetta replicata però, acquisisce nuovi ingredienti, si nutre di parole nuove, diventa un'altra cosa. Un ricettario è fatto di ingredienti e gesti, ma alla sua prescrittività si contrappone spesso l'approssimazione pratica in fatto di dosi, ingredienti, tempi. Per non parlare delle ricette nella letteratura, più poesia che realtà. Come rileva **Capatti** nel suo volume, scritto in tempo di Covid quando si sono imposte una cucina senza ospiti, autoreferenziale, incline a sperimentazioni supportate da uno smartphone, e una cucina di piatti pronti consegnati dalla grande distribuzione che ha saputo trarre vantaggio dalla pandemia, una ricetta può essere modificata intenzionalmente. Ma a Capatti interessa piuttosto la mutazione implicita delle ricette, perché il ricettario è espressione di un preciso contesto e periodo storico. **Artusi**, a fine '800, supporta la recente unità d'Italia con il suo *La scienza in cucina*, citando ingredienti che devono essere «nazionali» per definizione. Un secolo più tardi saranno le identità territoriali a far sì che gli ingredienti, figli delle denominazioni di origine, diventino la variante originaria della ricetta. Una ricetta può essere usata, però, anche come supporto all'alimentazione industriale: la «ricetta», riportata sulla confezione di un prodotto assume un valore promozionale, elemento cardine per marketing e pubblicità, soprattutto se accompagnata dagli aggettivi «originale» o «tradizionale» o dall'immane della «nonna».

Le annotazioni storiche di Capatti sulla cucina italiana, con il riso a nord e la pasta al centro sud, possono confrontarsi idealmente con un testo dedicato esclusivamente alla cucina alpina corredato da foto d'autore, indicazioni di piccoli produttori e da un ricco glossario finale che ne fanno un libro prezioso da leggere e consultare. In dieci capitoli si racconta la storia, succinta ma impeccabile per documentazione, dei principali gruppi alimentari alpini, di come si siano modificati grazie all'incontro con nuovi prodotti capaci di ridefinire approcci radicati e reinventare nuove «tradizioni». Cereali; carni caprine, ovine, bovine, ma anche da cortile e selvaggina; formaggi inizialmente magri e poi più grassi; erbe spontanee e selvatiche; pesci d'acqua dolce e i loro «cavali» e «fois gras», essiccati o in carpione; i grassi come lo strutto, il burro, gli oli ricavati da semi di lino, zucca, noci, corniolo, oggi rilanciati in alcuni areali. Gli aromi delle Alpi: germogli di abete e legno cirmolo, l'affumicatura della carne e degli insaccati, l'affinamento in fascere di legno dei formaggi e del vino in botti di castagno. Un capitolo è dedicato ai tempi di magro e alle carestie, che rafforzano l'impiego degli scarti che da sempre caratterizza un'economia di sussistenza.

Sugli scarti (oggi un lusso per una cucina ricercata, basti pensare alla rarità del quinto quarto) segnalo un testo dedicato alle cucine regionali italiane, con esempi che richiamano alcune ricette alpine, dalla ciuiga del Banale, agli gnocchi di milza. E che ben evidenziano come una stessa ricetta sia destinata ad essere costantemente reinterpretata.



CON IL PATROCINIO DI:



Provincia Autonoma di Trento



GIUNTA REGIONALE DEL TRENTINO-ALTO ADIGE



CONSIGLIO REGIONALE DEL TRENTINO-ALTO ADIGE



COMUNE DI TRENTO



COMUNE DI ROVERETO



FONDAZIONE IURECO



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI TRENTO



UNCEM



AGENZIA NAZIONALE TURISMO



Verso un turismo lento, sostenibile, autentico

Alto Garda - Nago Torbole - Marmite dei Giganti
Fototeca Trentino Sviluppo S.p.A. - Foto di Daniele Lira



LE GIORNATE DEL
turismo
MONTANO

16 17 18 19

NOVEMBRE 2021

UN'AGENDA PER IL NUOVO TURISMO

MARTEDÌ 16 NOVEMBRE

Sessione plenaria di apertura:
IL MONDO DOPO IL VIRUS E
IL NUOVO TURISTA

CONVEGNO **Unipol**
GRUPPO



MERCOLEDÌ 17 NOVEMBRE

LA CRISI DEL MODELLO
TURISTICO E LE NUOVE SFIDE
DEL COMPARTO RICETTIVO

TECNOLOGIA,
ESPERIENZA, TURISMO

GIOVEDÌ 18 NOVEMBRE

RACCONTARE LE
DESTINAZIONI IN EPOCA
DI SOCIAL NETWORK

TURISMO, SPORT,
TERRITORIO

VENERDÌ 19 NOVEMBRE

Sessione plenaria di conclusione:

UNA NUOVA
AGENDA
PER IL TURISMO
DI MONTAGNA



tel. 0461 434200 - e-mail: bitm@bitm.it

www.bitm.it



DA VENTIDUE ANNI DIAMO LA PAROLA AL TURISMO

Sguardi al futuro

2' e 20"

G. Betta



Marco Aime,
Andrea de Giorgio

*IL GRANDE GIOCO
DEL SAHEL*

Bollati Boringhieri,
2021

pp. 160 - 17,10 euro

Sahel, in arabo «sponda», «bordo» del deserto: una striscia di terra di oltre otto mila chilometri tra Sahara e Africa Nera che interessa una decina di Stati, diventato crocevia di giovani emigranti in fuga verso l'Europa, ma anche di traffici di armi e di droga dall'America all'Europa; di una presenza jihadista sempre più aggressiva; di conflitti armati che fanno impallidire i tradizionali conflitti tra allevatori e agricoltori; di massacri in Mali, Burkina Faso, nel nord del Niger per la presenza di Boko Haram. Un'area dove si concentrano gli effetti più disastrosi dei cambiamenti climatici con una progressiva desertificazione. Qui l'Europa ha posto la propria frontiera sud, rafforzata da uno stanziamento di quasi cinque miliardi di euro per bloccare i flussi migratori, «spacciato - affermano gli autori - come cooperazione allo sviluppo». Dove la Francia gioca una partita in proprio nelle ex colonie e la Cina si è affacciata prepotentemente con accordi di partenariato, interessata allo sfruttamento di molte materie prime. Dove la metà della popolazione ha meno di 18 anni, in larga parte inurbata, connessa con la rete, con aspirazioni e comportamenti non troppo dissimili dalla gioventù del Vecchio Continente. Un testo che getta un poco di luce e fornisce elementi essenziali di conoscenza su una realtà che «l'Europa non può permettersi di ignorare», come scrivono l'antropologo **Marco Aime** e il giornalista **Andrea de Giorgio**, che vive in Mali dal 2012.



Marco Aime,
Adriano Favole,
Francesco Remotti

IL MONDO CHE AVRETE

Utet, 2020

pp. 187 - 14 euro

Quando la pandemia finirà come torneremo? E cosa è successo alla società in questi due anni di lockdown più o meno severo? Tre antropologi cercano di fornire alcune tracce di riflessione, prendendo le mosse da cosa ha comportato la pandemia. Innanzitutto una sospensione del nostro usuale modo di vivere, che facciamo fatica ad accettare, perché non è stata una scelta e contrasta con il principio dominante, quello del progresso infinito e inarrestabile che ci ha portato all'antropocene. A differenza di quelle civiltà che invece, in particolari circostanze, prevedevano e prevedono una sospensione programmata delle attività accompagnata da una sospensione di giudizio per favorire la riflessione, come argomentavano gli scettici dell'antica Grecia. La sospensione da pandemia si è accompagnata ad una crisi della società aperta globalizzata. I confini sono stati riattivati, e non solo tra Stati, ma anche tra comuni del singolo Paese, tra strade della stessa città. Sono ritornate centrali la famiglia e la casa come rifugio da un fuori contaminato (con le inevitabili disuguaglianze tra una casa confortevole e un rifugio angusto causa convivenza forzata di più persone). L'estraneità e la distanza tra gli individui è diventata la norma, con un allentamento della socialità, vale a dire dell'umanità. «Possiamo affidare ad uno schermo tutte le nostre relazioni umane?», si chiedono gli autori. La tecnologia si è imposta determinando reazioni opposte sulle possibili soluzioni, oscillando da un fideismo acritico (l'innovazione tecnologica risolverà ogni problema) a una totale sfiducia, sfociata anche in demonizzazione, come la vicenda delle vaccinazioni ha ben evidenziato. In conclusione, ripartiremo come prima, magari con un'accelerazione ancora più spinta (in attesa della prossima crisi)? Oppure ci saranno degli attori (le giovani generazioni, sembrano suggerire gli autori) che dalla consapevolezza di essere parte della natura e una specie in pericolo sapranno aggredire e fornire delle soluzioni alle tante criticità che la pandemia ha evidenziato?

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.



CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

La Trentino Guest Card ha generato oltre 2 milioni di utilizzi e superato i 5.000 operatori



Publicato il report «Analisi stagione estiva 2021»

🕒 3' e 10"

👤 Rosario Fichera

Per la Trentino Guest Card quella del 2021 è stata un'estate da incorniciare per due motivi: i grandi numeri, a cominciare dagli operatori, più di 5.000, e la grande soddisfazione espressa dagli ospiti per questo strumento innovativo che rende ancora più ricca e diversificata la vacanza in Trentino.

A confermarlo è il report «Analisi stagione estiva 2021» che, oltre a fotografare il «sentiment» dell'esperienza di vacanza appena conclusa in Trentino dagli utilizzatori della card, fornisce un quadro sui numeri e sul ruolo di questo sistema di relazione con gli ospiti che permette agli operatori del comparto ricettivo di aumentare il valore della propria proposta commerciale e di ottimizzare la strategia dei rapporti con i clienti già a partire dal momento della prenotazione.

Per conoscere questi importanti risultati, ci siamo rivolti a **Paolo Nascivera**, direttore dell'Area innovazione e conoscenza di Trentino Marketing.

Cominciamo dai numeri: che cosa emerge dal report?

«Che quest'anno si sono registrati dei risultati davvero importanti: innanzitutto grazie anche al ruolo delle Guest Card di valle con servizi e contenuti fondamentali, sono stati superati i 5.000 account che corrispondono ad altrettanti operatori attivi nell'emissione della card verso i propri ospiti.

A ricevere quest'ultima sono state più di 750mila persone, per un volume di oltre 4,5 milioni di pernottamenti, di cui 700mila relativi ad alloggi privati e 3,8 milioni a strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere. Gli ospiti hanno usufruito di oltre 172mila servizi di base offerti dalla card, a cui bisogna aggiungere i trasporti, con 390mila viaggi, e i servizi integrativi di valle, con 140mila esperienze fruita, e 1,4 milioni di passaggi sugli impianti di risalita. In totale il sistema Trentino Guest Card ha generato un volume di oltre 2 milioni di utilizzi».

Soddisfazione degli ospiti, quindi, ma anche degli operatori?

«Sì, in base a una ricerca che ha coinvolto 1.200 operatori, il 92% di loro ha confermato l'importanza di potere offrire anche in futuro la Trentino Guest Card esprimendo, in una scala di valutazione da 1 (per nulla importante) a 10 (molto importante) il dato medio di 8,4. Un apprezzamento, questo, confermato anche dagli ospiti che considerano molto importante per il 68% del campione e importante per il 25% avere a disposizione nella prossima vacanza la card».



In totale quanti ospiti hanno partecipato all'indagine?

«Circa 31mila, ma considerando che la card da cui nascono i contatti d'indagine riguarda mediamente gruppi di tre persone, possiamo valutare che il "sentiment" espresso rappresenti circa 90mila ospiti».

Dai commenti degli ospiti sugli aspetti positivi e da migliorare che cosa è emerso?

«Premesso che per un'analisi più corretta bisognerebbe leggere i commenti zona per zona, in linea generale sono emerse risposte quasi sempre positive, soprattutto per l'organizzazione, la pulizia, la Guest Card. Aree di miglioramento riguardano il traffico, la viabilità e i costi della vacanza. Accedendo a Trentino Dashboard gli operatori possono analizzare questi commenti relativamente al proprio ambito e alla propria struttura, mese per mese, raffrontandoli anche alla media trentina. In pratica, hanno a disposizione una fonte strategica e autorevole per comprendere ancora meglio il punto di vista degli ospiti, ma anche il ruolo dei vari attori del sistema (Apt, operatori, partner) e l'importanza delle strategie territoriali messe in campo dalle diverse Guest Card di valle».

Quindi potremmo parlare di una fonte continua di dati, informazioni e spunti commerciali derivanti dalle caratteristiche intrinseche della card?

«Sotto certi aspetti potremmo paragonare la Trentino Guest Card, con le card di valle, a un "divulgatore" di cultura ed esperienze, attivo, pur con servizi variabili, 365 giorni l'anno e che, costituendo una realtà in continua evoluzione, rappresenta per l'operatore e le destinazioni un vero e proprio partner strategico per le azioni da adottare nel breve, medio e lungo periodo».

ASSEGNATI AL TRENTINO DUE IMPORTANTI RICONOSCIMENTI

Recentemente sono stati assegnati al Trentino due importanti riconoscimenti: il primo, come «Migliore destinazione digitale», a Rimini, in occasione della TTG Travel Experience, la più importante fiera del turismo B2B in Italia, dove si è svolta la sesta edizione di «Italia Destinazione Digitale», l'Oscar delle destinazioni turistiche italiane che nell'ultimo anno hanno registrato le migliori performance online dal punto di vista reputazionale. Sulla base di milioni di commenti e recensioni online degli utenti, per il secondo anno consecutivo il Trentino è salito sul podio più alto per la migliore reputazione online. Il Lago di Ledro si è classificato al terzo posto tra le località lacustri.

Il secondo riconoscimento è stato conseguito alla terza edizione italiana degli Effie Awards, promossa da UNA (Aziende della Comunicazione Unite) e UPA (Utenti Pubblicità Associati): al Trentino è stato assegnato il premio, nella sezione turismo, per la campagna «Respira sei in Trentino», ideata per Trentino Marketing da Ogilvy Italia.

Dubbi di novembre

2' e 00"

42

- Lo scorso anno il Governo ha prorogato fino al 31 dicembre 2021 la possibilità di utilizzare il «bonus vacanze». Volevo sapere se l'agevolazione vale anche se il soggiorno si estende oltre il termine previsto di fine anno, come potrà succedere durante le feste natalizie per i turisti che arrivano in dicembre e poi se ne vanno nel gennaio successivo.**

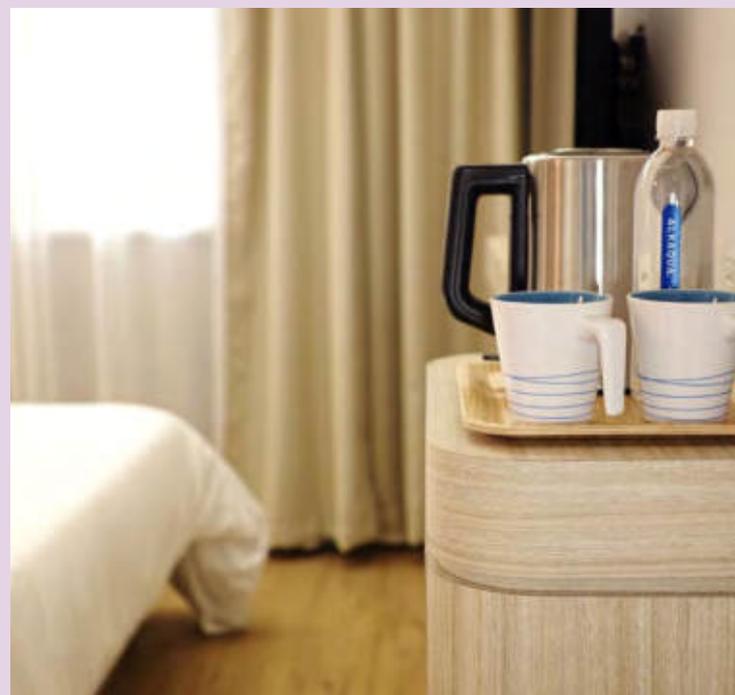
«Sì, l'agevolazione può riferirsi anche ad un periodo a cavallo d'anno, purché esso ricomprenda almeno un giorno tra il 1° luglio 2020 e il 31 dicembre 2021. Ricordiamo che il bonus deve essere speso in un'unica soluzione, presso un'unica struttura turistica ricettiva in Italia (albergo, campeggio, villaggio turistico, agriturismo e B&B) oppure in un'unica agenzia di viaggi o tour operator per il pagamento di servizi offerti in ambito nazionale».

- In caso di gruppi o famiglie, ho l'obbligo di chiedere il documento di identità a tutte le persone o solo al capo gruppo/capo famiglia? Per poter legittimamente acquisire i dati del cliente all'arrivo, devo fare firmare qualcosa, ad esempio un'informativa sulla privacy?**

«L'articolo 109 T.U.L.P.S. prevede l'obbligo di dare alloggio solo a persone munite di carta di identità o altro valido documento. Vanno, quindi, identificati tutti i componenti di eventuali gruppi o famiglie. In sede di inserimento dei dati nel portale telematico "Alloggiati Web" il sistema permette comunque inserimenti semplificati proprio per i gruppi e le famiglie, evitando così di dover inserire gli estremi del documento di ogni ospite, ma solo per il capo gruppo/capo famiglia. Attenzione, ciò però non significa che a monte le generalità non siano state debitamente verificate dal gestore mediante l'esibizione di un valido documento per ciascun cliente. Per i dati necessari agli adempimenti di pubblica sicurezza imposti dal T.U.L.P.S., in quanto è obbligatorio per legge raccogliergli, non è necessario che il cliente firmi alcun atto di assenso».

- Ho intenzione di dotare il mio hotel di una dependance: cosa prevede la legge di classifica alberghiera per questi casi?**

«Negli esercizi alberghieri costituiti da più immobili, ovvero da più strutture di un unico immobile aventi ingressi separati e autonomi, sono dipendenze gli immobili o le strutture diversi dalla sede (denominata casa madre), nella quale devono esserci il servizio di ricevimento e almeno sette unità abitative. I servizi comuni possono essere offerti ai clienti sia nella casa madre sia nelle dipendenze. Alla casa madre e a ciascuna dipendenza è attribuita una propria classificazione; alle dipendenze non può essere attribuito un livello superiore a quello attribuito alla casa madre. Qualora in relazione ai requisiti posseduti debba essere attribuito alla dipendenza un livello di classifica inferiore a quello posseduto dalla casa madre, l'eventuale differenza tra la casa madre e la dipendenza non può essere superiore ad una stella. Le dipendenze devono essere dotate di almeno 4 unità abitative (o di un numero inferiore qualora siano costituite esclusivamente dalle case sugli alberi). La distanza fra la casa madre e le dipendenze non deve superare i 200 metri ed è calcolata misurando il percorso pedonale che collega i rispettivi ingressi principali».



TRENTINO

ESPERIA
printevolution

www.esperia.tn.it

info@esperia.tn.it

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**.



AZZOLINI

ARREDO E FURNITURE

Riscaldamento
per esterno



Relax



Arredo per interni



Arredo per esterni

