

Turismo & Ospitalità nel Trentino

MAGAZINE

11.2022

Anno L



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



FONDAZIONE

DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITIS
UNESCO
SICILIO
SOSTENTORE

STAGIONE INVERNALE: IL CARO ENERGIA PREOCCUPA LE IMPRESE



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

PROFESSIONI: È NECESSARIA UN'EVOLUZIONE

Come rendere attrattivo
il settore

LE NUOVE APT: VAL DI FASSA

Intervista al presidente
Fausto Lorenz

TRENTODOC FESTIVAL: BUONA LA PRIMA

Successo per la
kermesse delle bollicine

CARENZA DI FORZA LAVORO NEL TURISMO

Come migliorare
la cultura manageriale

TRENTINO NATURE EXPERIENCE

Alla scoperta del
Trentino «green»

ESPERIENZE 4.0



Kalea Plus, Krea Touch, La Solare, La Radiosa.



Scopri i benefici
dell'era della
digitalizzazione



Macchine da caffè superautomatiche di nuova generazione che presentano caratteristiche tecnologiche tali da soddisfare i requisiti obbligatori e ulteriori previsti dal Piano Nazionale Transizione 4.0.

Fino al 31 dicembre 2022, l'iniziativa prevede il riconoscimento di un credito d'imposta pari al 40% del costo dell'investimento sostenuto.

 **NECTA**

necta.evocagroup.com  

GAGGIA
MILANO

www.gaggiaprofessional.com   

Sommario

EDITORIALE

Sciogliere il nodo lavoro per rilanciare il turismo

📍 Roberto Pallanch

Nel settore turistico, ma non solo lì, il tema del lavoro nella sua indubbia complessità, la necessità di trovare soluzioni ai problemi noti a partire dalla difficoltà nel reperimento del personale e dell'eccessivo costo fiscale e parafiscale a carico delle imprese e nello stesso tempo l'obbligo di definire una strategia che affronti tale complessità, sono alcune delle direttrici principali che si troverà ad affrontare il nuovo Governo.

Non a caso sia le forze politiche che le coalizioni, durante la fase della campagna elettorale, lo hanno inserito nelle loro agende programmatiche. Lo stesso hanno evidenziato le associazioni di rappresentanza. Federalberghi nel proprio documento di analisi e proposte. Il Coordinamento provinciale nel proprio «Memorandum» rivolto ai candidati ed eletti espressi dal Trentino. È positivo che la nuova maggioranza di Governo abbia dichiarato la volontà di valorizzare con l'ascolto e il confronto il rapporto con i corpi intermedi della rappresentanza delle imprese e dei lavoratori. Lascia sperare bene anche la nomina del nuovo ministro del lavoro e delle politiche sociali Marina Calderone, a cui va riconosciuta grande competenza tecnica, giuridica ed economica, provenendo dalla presidenza pluriennale dell'Ordine dei Consulenti del lavoro e ovviamente nello svolgimento della professione.

E, dunque, richiamiamo le principali esigenze del settore turistico e di quello alberghiero in particolare, a partire dalla prima che appare come una premessa metodologica: il turismo è caratterizzato da stagionalità e necessità di flessibilità organizzativa. Spesso nell'affrontare questo dato di fatto, anziché trovare soluzioni che soddisfino esigenze delle imprese e valorizzazione dei lavoratori del settore, si è preferito darne una lettura ideologica negativa. La stagionalità e la flessibilità come lavoro di bassa qualità. Partiamo, invece, dal riconoscere la validità e per certi versi l'ineluttabilità di strumenti come i contratti a termine, i contratti di lavoro a chiamata, l'utilizzo dei voucher in un contesto giuridico e di controlli che evitino possibili abusi. Importante quanto sostiene Federalberghi, ovvero che la contrattazione collettiva potrebbe definire «forme di protezione alternative a quelle previste dalla legge, in modo da garantire un sistema di tutele modulato sulle caratteristiche del settore».

Prosegue a Pag. 5

TEMA DEL MESE

Estate molto buona e turismo invernale all'insegna della preoccupazione pag. 4

VITA ASSOCIATIVA

Con il teleriscaldamento in Primiero la bolletta rimane invariata pag. 12

Reperire dipendenti nel turismo: un'evoluzione è necessaria pag. 14

Le ApT post riforma del turismo: Val di Fassa pag. 16

Chiusa l'iniziativa «Ipiattobuono. #alimental-solidarietà» pag. 18

«Il T», il quotidiano del territorio pag. 20

Hotel & proageing pag. 22

Prosegue la crescita delle imprese femminili (più 1,2%) pag. 23

Un patto di sostenibilità e responsabilità per Trentino e Abruzzo pag. 24

L'Ente bilaterale del turismo trentino compie 30 anni pag. 26

GIOVANI

Imprenditorialità giovanile alberghiera: innata o appresa? pag. 28

CORSI CAT

La formazione di Cat Turismo pag. 30

HOSPITALITY

Novità e tendenze di ospitalità e ristorazione a Hospitality 2023 pag. 34

ECONOMIA E TURISMO

Gestione energetica contro la carenza di lavoratori qualificati nel turismo pag. 36

LIBRI & TURISMO

Il futuro dei ghiacciai pag. 38

TRENTINO MARKETING

Giornalisti di 40 testate europee alla scoperta del Trentino «green» pag. 40

NORMATIVE

Dubbi di novembre pag. 42

MAGAZINE

11.2022

Anno L

Chiusura editoriale 21 novembre 2022

🕒 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 Degasperis, 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, Giovanna Tassin

Abbonamento annuo: € 40,00

Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento,

Via Degasperis, 77 - 38123 TRENTO

Grafica e pubblicità: OGP OGP srl - Agenzia di Pubblicità

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

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Estate molto buona e turismo invernale all'insegna della preoccupazione

Le dichiarazioni dei presidenti delle sezioni Asat

🕒 9' e 50"

✍️ Fabia Sartori

Stagione estiva da incominciare, in Trentino. Arrivi e presenze nei mesi «caldi» dell'anno hanno dato davvero soddisfazione agli albergatori trentini. Tanto da arrivare ad affermare che i flussi turistici siano tornati ai livelli pre Covid. Molto bene anche le cosiddette «belle stagioni», complici le temperature al di sopra della media.

Preoccupazioni, invece, per l'imminente stagione invernale. Il caro bollette, unito agli aumenti correlati all'Iva, comporta un'impennata di costi per le strutture ricettive. Molte delle quali non hanno ancora la certezza di aprire per i mesi invernali. C'è poi il nodo «neve»: con i costi dell'elettricità alle

stelle gli impianti di risalita sono in difficoltà e, nel caso in cui la neve non arrivasse, l'innevamento artificiale sarebbe difficilmente sostenibile. Meno preoccupazione, invece, per località turistiche il cui «traino» non è lo sci alpino, ma l'offerta turistica si gioca su altri fattori. Infine, gli albergatori intervistati dichiarano di aver mantenuto un buon rapporto con le ApT locali, a prescindere dalla riforma delle stesse.

Inizia con questo pezzo (e proseguirà sul numero di dicembre) una carrellata di interviste ai presidenti di sezione Asat che operano sulle diverse aree del territorio trentino.

■ Nicola Cemin, presidente Asat Primiero

«Positiva la stagione estiva. Grazie alla situazione climatica, la montagna si è confermata come luogo in cui trascorrere le proprie vacanze. Nella nostra



Foto Filippo Frizzera

Sci alpinismo in Brenta

zona rileviamo un anticipo importante della stagione ed un proseguimento fino a settembre. Grazie ad alcune azioni di comunicazione fatte dall'ApT, inoltre, possiamo notare una crescita del turismo straniero. La stagione estiva però, si è chiusa con la preoccupazione per i costi di gestione legati al caro bollette. Tanto che qualche struttura ha anticipato la chiusura, limitando anche la prospettiva di "sfruttare" le belle stagioni. Quindi, la circostanza di una situazione politica ed economica instabile non ci ha permesso di raggiungere l'obiettivo di allungare la stagione, anche se il clima lo avrebbe permesso.

Per i mesi invernali le richieste ci sono, anche se per ora le conferme non sono molte. Nel caso dell'area di San Martino di Castrozza, oltre ai costi alti per le aziende, bisogna mettere sul piatto l'incertezza dell'apertura degli impianti. Non abbiamo una prospettiva chiara di cosa possa succedere in inverno. Per le festività siamo abbastanza sereni, sul seguito è difficile sbilanciarsi.

Come Primiero siamo fortemente inseriti nel cda della nostra ApT: il messaggio degli albergatori è sempre ben tenuto in considerazione. È importante che le ApT mantengano quella vitalità che, ad esempio in area Primiero, viene mantenuta. Con l'autonomia d'azione è possibile proporre azioni ed ottenere risultati che portano a performance di presenze. Rimaniamo molto dubbiosi sul ruolo delle Ata.

■ Daniele Polla, presidente Asat Lago di Caldonazzo

«Da giugno fino a fine settembre, inizio ottobre, abbiamo avuto una buonissima stagione estiva, con tante presenze ed arrivi comparabili all'epoca pre Covid. Le prospettive per i mesi invernali, invece, sono pessime: la Valsugana non ha una vera e propria stagione invernale, e lavora con i mercatini di Natale e le diverse feste. Di certo, la chiusura della Panarotta per problemi legati ai costi elettrici non aiuta. Inoltre, l'aumento dei costi in bolletta (energia elettrica e metano) anche per le nostre aziende cambieranno i bilanci delle stesse.

Perciò, anche se la stagione invernale fosse abbastanza buona, sarà certamente sminuita dagli aumenti economici da sostenere. Alcuni albergatori hanno deciso di mantenere chiusa la struttura, poiché nel periodo invernale l'attività per molti è legata al lavoro sui weekend ed i costi aziendali divengono troppo onerosi».

... Segue dalla prima pagina

Sciogliere il nodo lavoro per rilanciare il turismo

🗣️ Roberto Pallanch

L'attrattività del settore passa anche dalla riduzione del peso fiscale sulle aziende e sui lavoratori in modo da consentire un maggior reddito disponibile ai lavoratori a parità di costi per le aziende. Certo, vanno risolte alcune distorsioni prodotte dal reddito di cittadinanza senza privarsi di un sostegno per le persone in forte difficoltà economica. Va agevolato l'incontro tra domanda e offerta di lavoro con la riforma dei Centri dell'impiego e l'utilizzo delle competenze private esistenti. Come, poi, non prendere atto che vi è comunque la necessità, tenuto conto dei mutamenti culturali nell'occidente, del fenomeno del calo demografico di consentire l'accesso a lavoratori stranieri. Peraltro, tutti i settori dell'economia hanno problemi di questo tipo. Infine, come non considerare che le risorse umane, i collaboratori, sono uno dei fattori principali di successo e di competitività delle imprese e che, quindi, il sistema formativo a tutti i suoi livelli e la formazione continua per accrescere le competenze sono un obiettivo fondamentale della strategia per la crescita del turismo e dell'economia tutta.

Altro si potrebbe aggiungere, ma ci pare che solo già questi nodi siano sufficienti, se risolti, a rilanciare il turismo, un settore così importante per l'economia del Paese.





Neve a Folgarida

■ Walter Arnoldo, presidente Asat Levico

«La stagione estiva ai laghi è andata molto bene, anche se con qualche difficoltà all'inizio. A luglio ed agosto i flussi turistici sono tornati come in epoca pre Covid. Ed il meteo a settembre e, in alcuni casi, a ottobre ha aiutato le strutture a rimanere aperte. Permane la problematica del reperimento del personale. Da noi la stagione invernale non è preponderante: puntiamo sui mercatini di Natale. Una decina di alberghi apre di certo e un'altra decina sta valutando il da farsi. Pare che i prezzi dell'energia possano avere una tendenza a calmierarsi e questo potrebbe essere un incentivo per gli alberghi che ancora non sono convinti di aprire. Con l'ApT siamo in ottimi rapporti. Avevamo molti dubbi su come "ripartire" post riforma, ma l'assemblea dell'ApT ha dato risultati oltre le aspettative: i conti hanno quadrato e, per i prossimi anni, sarà possibile occuparsi meno degli aspetti economici e più della promozione turistica».

■ Alessandro Bertagnoli, presidente Asat Andalo

«Stagione estiva molto positiva per Andalo e per l'altopiano in generale. Possiamo dire di essere tornati a buoni livelli di prenotazioni dopo gli anni del Covid. Per la stagione invernale sembra che richieste ce ne siano, anche se è presto per esprimersi in tal senso. Questo non toglie i problemi delle strutture ricettive a contenere i costi dell'energia, visti i rincari

delle bollette. Al momento in zona tutti sembrano decisi ad aprire, anche perché da noi il turismo punta molto sulle attività alternative allo sci. Con le ApT il rapporto è da sempre abbastanza buono: loro ci indicano la strada e noi vediamo di seguirla».

■ Daria Armanini, presidente Asat Fai della Paganella

«La stagione estiva è stata buona, a livelli pre Covid. Mentre per i mesi invernali c'è una preoccupazione diffusa da un lato per il rincaro delle bollette energetiche, dall'altro per il meteo con le temperature ben oltre la media stagionale che non lascia immaginare a breve precipitazioni nevose. Con le ApT abbiamo un ottimo rapporto di collaborazione».

■ Elisa Inama, presidente Asat Valle di Non

«L'estate è stata un po' meno positiva rispetto all'anno scorso (avevamo avuto un grande boom). C'è soddisfazione per i flussi a settembre ed ottobre. Per l'inverno la situazione è delicata: siamo a 1000 metri di altitudine, e potrebbe esserci la neve come non esserci. Al momento le temperature sono alte e la stagione sciistica per i nostri piccoli impianti che abbiamo al passo della Mendola si può fare solo se arriva neve

Conto Business Sparkasse

Scegli la soluzione adatta alla tua impresa.



La carta Nexi Debit Business è inclusa nelle versioni conto Business e Business Web. Puoi prelevare e fare acquisti in sicurezza, anche online, mantenendo separate le spese professionali da quelle personali.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. La vendita dei prodotti e dei servizi accessori è soggetta alla valutazione da parte della Banca. Per le condizioni contrattuali ed economiche consultare i fogli informativi pubblicati su www.sparkasse.it e www.nexi.it e disponibili presso le filiali della Cassa di Risparmio di Bolzano S.p.A.

nexi



SPARKASSE
CASSA DI RISPARMIO

naturale. Dovremmo fare, comunque vada l'inverno, considerazioni ulteriori per sostenibilità energetica e ambientale. I presupposti sono buoni per i periodi di ferie canonici degli italiani, fino all'Epifania. Se davvero la neve non arriva si dovrebbero creare prodotti invernali nuovi ed appetibili al turista. Non scordiamo il caro bollette, tema bollente di questo periodo. Molte strutture stanno ragionando su apertura o chiusura, ma la maggioranza degli albergatori punta a dare un servizio sul territorio. In relazione all'ApT della Valle di Non, a livello informale sappiamo che potremmo continuare a godere della nostra autonomia, almeno per un periodo. Siamo in attesa dell'ufficialità per procedere con la programmazione turistica del prossimo anno, anche se siamo già in ritardo».

■ Michele Veclani, presidente Asat Tonale

«Bene la parte estiva, con luglio meglio "frequentato" dell'anno scorso con una richiesta maggiore a inizio mese probabilmente in relazione al caldo improvviso. In attenuazione i primi dieci giorni di agosto, forse per la possibilità di trascorrere le vacanze all'estero o al mare in tranquillità senza restrizioni. Il calo è poi stato recuperato dalla metà di agosto in poi. Per l'inverno, dobbiamo pensare che, alla luce del rincaro delle bollette, non possiamo trasferire tutti i costi energetici sul cliente. Ci sarà un aumento delle tariffe compreso tra il 15% ed il 20%, confidando in un'azione d'aiuto del Governo. Al momento vedo un discreto interesse su dicembre e gennaio dall'estero. Gli italiani si concentrano su Ca-

podanno ed Epifania, anche se solo in termini di richieste. La maggior preoccupazione è per febbraio perché inglesi, belgi, danesi e scandinavi non stanno mostrando grande interesse. A marzo aspettiamo i gruppi ma per il momento non si muove molto. L'auspicio è che nevichi, altrimenti i costi per la gestione degli impianti di risalita e dell'innevamento diventano insostenibili.

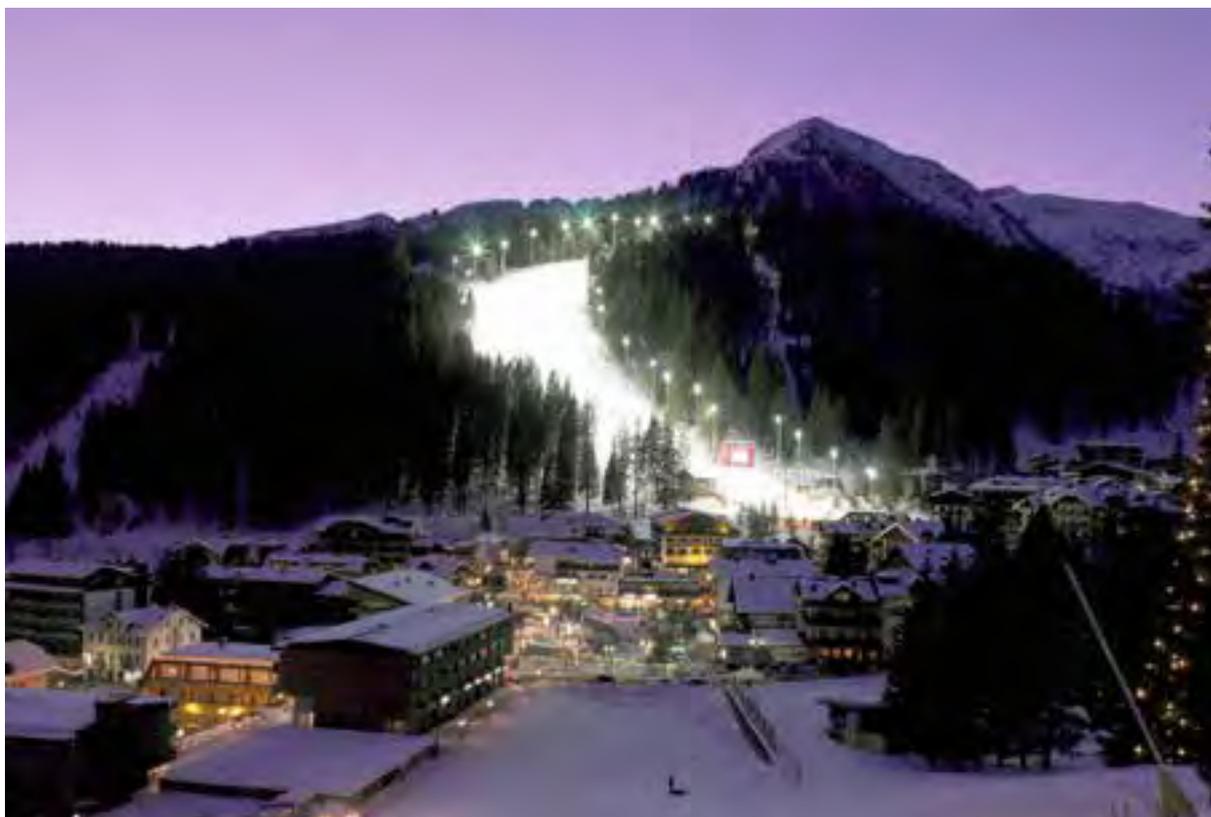
A tal proposito, nel futuro dovremo ragionare a livello politico sulla determinazione di paletti per l'apertura e la chiusura degli impianti, in modo da garantire il servizio al turista. A prescindere dalla riforma, il rapporto con l'ApT di zona ha mantenuto le stesse dinamiche».

■ Paola Graifenberg, presidente Asat Valle di Sole

«Presenze ed arrivi in estate sono stati buoni, con agosto in linea con il 2021 e giugno, luglio e settembre in crescita. La prospettiva invernale non può prescindere dagli elevati rincari di gestione legati al caro energia. Gli albergatori non sanno come far fronte a tale problematica ed al contesto di imprevedibilità correlato ad essa. Con l'aggiunta del fatto (negativo) che il presumibile calo di redditività delle strutture non consentirà ai titolari di investire per migliorare le stesse. Con le ApT, come Asat siamo in stretta collaborazione: loro propongono azioni ed iniziative e chiedono a noi pareri sulle scelte importanti da compiere. Abbiamo progetti in essere che andremo a sviluppare insieme».



Mercatini di Natale di Levico



Madonna di Campiglio, la pista 3Tre illuminata

■ Cristian Armani, presidente Asat Madonna di Campiglio

«L'estate è andata bene, nonostante le preoccupazioni iniziali legate al periodo complesso che ci ha accompagnato negli ultimi anni. Si è rivelata una "bella" stagione, completa dall'inizio alla fine, con mercato italiano predominante come tipico della nostra zona. È stato anche attuato, con riscontri positivi, il progetto delle "belle stagioni" con l'anticipo ed il posticipo rispettivamente dell'apertura e della chiusura degli impianti e delle attività (dal 2 giugno al 15 ottobre). Per quanto riguarda la stagione invernale, le premesse sono moderatamente fiduciose: rileviamo tante richieste e prenotazioni anche dall'estero, escluso estremo est Europa. Rimane la necessità inevitabile di aumentare un po' le tariffe, con attenzione a non andare fuori mercato. A supportare le nostre "buone sensazioni" vi è il fatto che gli impianti, nonostante gli aumenti dei costi energetici, hanno garantito l'apertura e l'innevamento anche a rischio di rimetterci economicamente. A seguito della riforma delle ApT, il nostro ambito comprende l'area da Campo Carlo Magno al lago d'Idro, abbracciando la Val Rendena. Questo nuovo ambito allargato ha portato nuove opportunità ma anche molti oneri: il territorio risulta molto esteso con stagionalità e mercati differenti»

■ Cecilia Maffei, presidente Asat Pinzolo

«I mesi estivi sono andati bene, sia in termini di arrivi sia per le presenze. Da notare che la loro distribuzione è diversa dagli anni passati, ma comunque i flussi ci sono. Per la stagione invernale c'è tanta richiesta che fa ben sperare, soprattutto da parte di italiani (meno gli stranieri, anche se sembra paradossale alla luce del contesto attuale). La gente pare abbia voglia di fare vacanza e lasciare a casa i problemi. Il rincaro dei costi in bolletta colpisce le nostre strutture: la speranza è quella di migliorare l'occupazione in modo da avere maggiore marginalità evitando di alzare troppo le tariffe».

■ Alessandro Alimena, presidente Asat Terme di Comano

«Per quanto riguarda il settore alberghiero la stagione estiva nella nostra zona è andata male, con un calo considerevole di presenze e arrivi. Anche ad agosto abbiamo avuto delle flessioni importanti e questo ha colpito la maggior parte delle strutture ricettive. La stagione invernale non si prospetta rosea: al momento molti alberghi hanno deciso di non aprire, innanzitutto poiché

per la nostra zona l'inverno è marginale e, poi, per i forti rincari in termini di costi energetici e di materie prime. Per quanto riguarda le ApT, è il primo anno post riforma e serve il tempo per conoscersi. Ancora non siamo in grado di dare un giudizio, ma rimane il fatto del calo dei flussi turistici estivi: non lo imputiamo certo all'ApT ma i problemi della nostra località ormai sono conclamati e si potrebbe sicuramente fare di più».

■ Mauro Nardelli, presidente Asat Rovereto e Vallagarina

«Gli operatori dell'ospitalità confermano di aver vissuto un'estate di ripresa con buon risultato di presenze. Ma l'efficienza e il risultato turistico di un territorio vanno monitorati anche attraverso la qualità offerta. La qualità dell'offerta turistica e dei servizi è il valore che ci dà un turismo forte. Rovereto e la Vallagarina hanno una grande peculiarità di sviluppo da giocare in squadra: un turismo annuale di tutte le stagioni. Per la stagionalità invernale dobbiamo fare riferimento solo ad una parte di territorio della Vallagarina: l'Altopiano di Brentonico. Tuttavia, il nostro territorio è in grado di offrire anche un turismo di tutte le stagioni. Certo per far ciò, ed essere competi-

tivi come destinazione turistica annuale, dovremmo affrontare un percorso di sistema con tutti gli attori territoriali, compresa la comunità che vive il territorio, dovremmo avere un Piano Strategico turistico operativo con obiettivi mirati e condivisi. I segnali per il prossimo inverno sono preoccupanti. Il caro bollette che le strutture dell'ospitalità debbono affrontare è enorme. Da non dimenticare il problema di reperire il personale e le forti spese aumentate degli impiantisti. Inoltre, il potere d'acquisto delle famiglie è calato e le prenotazioni sono bloccate. Con l'ApT di Rovereto, Vallagarina, Monte Baldo, e con l'Istituto alberghiero di Rovereto, abbiamo in corso un'importante progettualità identitaria di territorio inerente all'enogastronomia e il territorio. Il rapporto di collaborazione con ApT nel rispetto dei singoli ruoli è costante. Ci aspettiamo una pianificazione strategico turistico a breve, sul medio e lungo periodo, e di essere coinvolti nella partecipazione della stesura. Un piano strategico che includa innovazione, creatività, sostenibilità. Non ultima la connessione dell'area urbana di Rovereto con l'area rurale Val di Gresta, Valli del Leno, asta Adige, Altopiano di Brentonico con l'hub enogastronomico (museo del Gusto).



Il centro storico di Rovereto



MobilspazioTM

contract



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



Con il teleriscaldamento in Primiero la bolletta rimane invariata

12

🕒 9' e 50"

👤 Fabia Sartori



Giorgio Orsega ed il direttore Cateri (AU del TLR)

Il Gruppo ACSM produce energia elettrica e termica con le risorse del territorio, in maniera al 100% rinnovabile

Per i residenti in Primiero, ed anche per le imprese del territorio, i costi energetici per il riscaldamento rimarranno invariati. E questo in completa controtendenza rispetto al caro energetico che sta portando tanta preoccupazione e mettendo in crisi la redditività delle famiglie e delle imprese del turismo. La garanzia arriva dal Gruppo ACSM, che si occupa della

produzione di energia elettrica e del teleriscaldamento. Il tutto in maniera sostenibile e sfruttando le risorse del territorio (quindi, filiera corta, a chilometri zero).

«Un'offerta sotto il profilo energetico e termico al 100% rinnovabile - commenta il presidente del Gruppo ACSM **Giorgio Orsega** - che è entrata a far parte delle politiche turistiche dell'ApT di San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi, posizionando sul mercato la nostra destinazione turistica grazie alle sue caratteristiche di utilizzo delle risorse rinnovabili e per la sua offerta green. Perciò, abbiamo fatto tesoro del-

le virtuosità del nostro territorio, promuovendoci all'esterno. Basti pensare che Legambiente ha individuato il nostro territorio come uno dei migliori territori italiani dal punto di vista rinnovabile». «Inoltre - precisa Orsega - nel 2011 ha preso il via un progetto sperimentale di mobilità elettrica sul nostro territorio montano, con l'installazione di 17 colonnine di ricarica per i veicoli elettrici completamente gratuite anche per i turisti. Recentemente sono state installate, in collaborazione con l'ApT, 23 nuove colonnine per la ricarica delle e-bike, sempre ad accesso gratuito».

Tornando al teleriscaldamento, Orsega ricorda che sono due gli impianti di teleriscaldamento (uno a San Martino di Castrozza ed uno in Primiero), con 40 GWh medi annui prodotti, 60 km di tubazioni, 2.000 utenti serviti. Inoltre, più del 90% di produzione è ottenuta con cippato legnoso ed oltre l'80% del cippato proviene dalla zona del Primiero Vanoi. «L'esperienza nell'utilizzo di fonti rinnovabili a livello locale (centrali idroelettriche, ndr) - racconta - ha portato, alla fine degli anni '90, a guardare con attenzione ad un'altra risorsa naturale presente sul territorio: il legno. Individua-

ta tale potenzialità inespressa, si è ragionato sulla costruzione di un impianto di teleriscaldamento a biomassa legnosa, entrato in servizio a San Martino di Castrozza nel 2001 alimentato da cippato legnoso, da scarti delle lavorazioni boschive e scarti provenienti dalla lavorazione nelle segherie locali. Una scelta vincente, in quanto tale impianto ha portato vantaggi di tipo economico ed ambientale. Dal punto di vista dell'utenza, poi, più del 90% delle utenze residenziali e non, sono collegate a tale impianto». Negli anni successivi è stata valutata la replicabilità dell'impianto nel fondovalle e, nel 2011, è entrato in funzione l'impianto di teleriscaldamento in Primiero.

«I vantaggi del teleriscaldamento sono notevoli - aggiunge - sono di tipo economico, per le bollette più contenute (le ultime modifiche alle tariffe risalgono al 2015), l'annullamento dei costi legati alla pulizia annuale del camino delle singole caldaie ed il pagamento "a consumo" dell'energia termica senza bisogno di fare scorte di combustibile; di tipo ambientale con lo "svincolamento" dai combustibili fossili e l'eliminazione dei "camini privati" delle diverse caldaie a gasolio».



Foto scemtr.com

Reperire dipendenti nel turismo: un'evoluzione è necessaria

14

🕒 2' e 50"

👤 Fabia Sartori

Rendere il settore attrattivo va oltre le condizioni di lavoro: il territorio trentino può diventare accogliente anche per i lavoratori stagionali

Mancano lavoratori nel settore del turismo. E le aziende si trovano a vivere situazioni di grande criticità. Difficile individuare un'unica motivazione: la carenza di personale qualificato era un «nodo» importante da sciogliere per gli imprenditori del turismo anche prima della pandemia da Covid. Come conseguenza del «congelamento» del settore, con le restrizioni pandemiche e post pandemiche che

hanno impedito alle strutture ricettive di lavorare e di avere una programmazione realistica per il futuro a breve termine, tuttavia, molti lavoratori che ogni anno trovavano impiego nel turismo hanno trovato occupazione in altri settori. E, una volta trovato un nuovo lavoro, non sono tornati sui propri passi, evitando così di rientrare tra i professionisti del turismo.

E non è solo la pandemia ad aver creato un'«emorragia» tra i lavoratori di un settore che vale il 15% del Pil in Trentino. A causa di alcune criticità correlate al decreto flussi (che regola la presenza nel mercato del lavoro italiano dei lavoratori stranieri, ndr) il numero di lavoratori immigrati presenti sul territorio nazionale è diminuito. Con conseguente calo di persone disponibili a trovare una occupazione, prevalentemente, nei settori di agricoltura e





turismo. Di qui, dunque, il calo della manodopera straniera stagionale nel turismo e le conseguenti difficoltà degli imprenditori del settore a reperire professionisti ed a organizzare le assunzioni.

Tutto questo alla luce (e ce lo dicono i dati Ispat relativi al primo trimestre del 2022) di un Trentino che mostra dinamiche positive nelle assunzioni per quanto riguarda il lavoro dipendente, anche nel settore terziario (più 8,1% rispetto al trimestre precedente) che fa da traino nella crescita delle posizioni lavorative dipendenti. Tuttavia, nel turismo mancano gli stagionali: la stima è che per la stagione invernale sia ancora «vacante» il 15% della forza lavoro necessaria. Criticità del decreto flussi e pandemia ci insegnano che attirare lavoratori per una sola stagione non è più sufficiente. La prospettiva a cui tende l'Asat è quella di portare i lavoratori a «vivere» sul nostro territorio turistico, diventandone ambasciatori.

E questo porterebbe, in primis, i singoli lavoratori a «raccontare» agli ospiti un territorio che hanno scelto per se stessi, al di là del lavoro, e per trascorrerci quindi la propria vita. Un racconto che aumenterebbe, certamente, l'appeal che il luogo di vacanza può avere per il turista stesso.

Non è neppure secondario permettere a chi lavora nel turismo di «sentirsi a casa», e di ottimizzare i tempi con cui dedicarsi alla vita privata ed alla famiglia o ai propri interessi. Necessità, questa,

divenuta imprescindibile e di fondamentale importanza soprattutto al termine della pandemia, a seguito di periodi di smartworking forzato. E se nel turismo il contatto tra professionisti ed ospiti è fondamentale e non può essere «svolto» a distanza, diventa importante per gli imprenditori del turismo individuare le modalità più adatte per mettere i propri lavoratori nelle condizioni di «esprimersi» al meglio sul lavoro mantenendo un buon margine di «tempo personale» da impiegare per se stessi. Ecco, perciò, una prima ricetta per «tenersi» i dipendenti virtuosi dopo averli trovati.

Non solo. L'Asat, insieme alle altre categorie sindacali, sta lavorando nella direzione di garantire sicurezza e continuità lavorativa ai dipendenti stagionali attraverso la sottoscrizione di un contratto di secondo livello che tocchi tematiche delicate come l'allungamento della stagione e l'assistenza sanitaria, l'alloggio del personale (si pensa al riutilizzo degli alberghi dismessi) e la formazione dei lavoratori. Da non scordare anche la preziosa collaborazione, nella ricerca di personale, con l'Agenzia del Lavoro che partecipa attivamente all'incontro tra domanda e offerta attraverso i career day. Insomma, occorre lavorare per far sì che il Trentino diventi attrattivo per i dipendenti stagionali del turismo, e non solamente per i turisti, sia come territorio sia in relazione a condizioni lavorative soddisfacenti per gli addetti del settore turistico.



Le cime innevate in Val di Fassa

Le ApT post riforma del turismo: Val di Fassa

Intervista al presidente
Fausto Lorenz

🕒 3' e 00"

👤 Luca Marsilli

La Val di Fassa è una delle zone in cui più consolidato è il turismo in Trentino. La riforma delle ApT che impatto ha avuto? Il presidente **Fausto Lorenz** la promuove senz'altro: «È arrivata in un momento delicato, quando eravamo alle prese con le conseguenze della pandemia e avevamo mille cose da affrontare. Ma è stata introdotta senza strappi: abbiamo avuto tutto il tempo per ragionarci sopra, confrontarci e capirla. Ne abbiamo discusso a lungo, e all'inizio anche con qualche resistenza. Adesso penso che il giudizio possa essere solo positivo».

Soprattutto, si spiega, per il nuovo compito che riconosce alle ApT. «Noi partivamo con un chiaro ruolo di promozione dei nostri singoli territori. Spesso in competizione, o almeno con grandi gelosie e sospetti, rispetto alle altre zone e valli. In qualche modo ci marcavamo a vicenda. Con la riforma siamo diventati non promotori ma creatori della proposta turistica. Cosa che ci spinge ad agire di più con il territorio, a pensare e proporre nuovi progetti. Il ruolo delle ApT ne esce molto valorizzato e le vecchie divisioni vengono superate nell'ottica di un lavoro comune per il turismo del Trentino nel suo complesso. Credo che questa riforma ci abbia dato una marcia in più. Partivamo, nella inevitabile e sana competizione con i vicini colleghi dell'Alto Adige, in una posizione di svantaggio. Adesso mi sembra che siamo, invece, noi ad avere una marcia in più. Il disegno si completerà con le Ata, che nel nostro caso significherà forma-

lizzare un legame particolare con Fiemme e il Primiero, ma la collaborazione con tutte le ApT è ottima. Condividiamo la convinzione che il Trentino tutto assieme abbia la forza necessaria per imporsi nel mercato del turismo contemporaneo. Questo è un passo avanti decisivo: confronto, collaborazione e unione degli sforzi ci stanno aprendo prospettive che prima non avevamo. Quindi, al netto delle difficoltà iniziali e delle resistenze che vanno messe in conto nell'affrontare dei cambiamenti radicali - e penso anche alla nostra struttura e ai nostri uffici - secondo me la riforma è andata nel verso giusto. Se ne parlava da anni, peraltro, e quindi che si sia superato un modello di cui da tempo si vedevano le debolezze non può che essere positivo».

Altro tema molto legato al vostro territorio: le limitazioni al traffico dei passi dolomitici. Anche questo, peraltro, argomento che sicuramente nuovo non è. Come lo vivete in Val di Fassa?

«Per la verità non molto serenamente: per noi è un tema veramente delicato. Ogni anno ritorna, ogni volta con formulazioni o ipotesi nuove. E sempre senza un vero percorso di condivisione con il territorio. Stavolta è stato Zaia a bruciare i tempi. Non so che dire: la nostra colpa è stata probabilmente

non avere tenuto duro nel 2019, quando si era impostato un progetto, l'unico che io ricordi, che un minimo di struttura lo aveva. Si erano introdotti i "mercoledì dei passi": non solo chiusura al traffico, quel giorno della settimana, ma anche iniziative di tipo diverso che trasformavano la giornata senza motori in un evento. Stava dando risultati molti interessanti. Ma poi si è lasciato perdere. Per tornare a riparlare di tutto e di niente. E soprattutto, senza mettere mai un punto fermo. Questo penso che da operatori non possiamo non dire: siamo d'accordo che una soluzione vada trovata, che non si può pensare ai passi come ad autogrill. Ma al tempo stesso che non basta un divieto o un contingentamento: serve un percorso, un progetto. E servono certezze: quelle che a un imprenditore permettono di ripensare la propria attività, ritrarla sulle nuove esigenze. Servono prospettive chiare. Alla fine ogni soluzione può essere accettabile e gestibile, se la si affronta nel modo giusto. Così come nessuna può funzionare, vista da coloro che lavorano sui passi, se arriva calata dall'alto all'improvviso e contraddicendo quello che si era fatto fino a quel momento. Un progetto chiaro, strutturato e destinato a durare lo fai passare. L'incertezza totale degli ultimi anni non è accettabile».



Foto Nicola Angeli

Uno scorcio estivo

Chiusa l'iniziativa «Il piatto buono. #alimentalasolidarietà»

Raccolti oltre 10mila euro

🕒 1' e 50"

Sono 30 gli esercizi che hanno aderito all'iniziativa «Il Piatto Buono. #alimentalasolidarietà», che aveva l'obiettivo di raccogliere fondi per rafforzare l'aiuto a persone e famiglie in difficoltà su tutto il territorio provinciale, andando a coinvolgere i pubblici esercizi del territorio. Tra le strutture aderenti, il rifugio Alpenrose di San Lorenzo Dorsino, l'hotel Alpina di Madonna di Campiglio, il ristorante il Gallo Cedrone dell'hotel Bertelli di Madonna di Campiglio, il ristorante dell'hotel Val Udai di Mazzin, raccogliendo oltre 5.000 euro; due le cene di solidarietà stellate con lo chef **Alfio Ghezzi** e la chef **Veronica Forchielli**.

Il piatto buono è, appunto, una pietanza inserita nel menù di rifugi, ristoranti ed esercizi pubblici che hanno aderito all'iniziativa. I clienti hanno

acquistato il piatto con una maggiorazione del 50%, che è stata devoluta interamente a favore del Centro di Solidarietà di Trento. Tale iniziativa si è conclusa lo scorso 30 settembre. A raccogliere la proposta «Il Piatto Buono. #alimentalasolidarietà» del Centro di Solidarietà di Trento è stata Confesercenti del Trentino, che ha poi coinvolto anche l'Asat.

«Siamo soddisfatti, le prime edizioni sono sempre sperimentali - dice la responsabile del Centro di Solidarietà di Trento **Eloisa Modena** - Viviamo un momento di poca leggerezza e molta preoccupazione economica: donare assume ancor più valore. Ogni euro raccolto porta con sé una generosità e una consapevolezza aumentate. Il risultato più atteso, quello che richiede più tempo, sta germogliando: no profit e profit uniti per dare vita a una rete virtuosa di sostegno. Volgere lo sguardo a nuovi modelli di economia è possibile: un futuro migliore esisterà se cominciamo a costruirlo assieme sin da ora».

Dal 1996 il Centro di Solidarietà opera per aiutare e sostenere persone e famiglie in difficoltà attraverso il semplice gesto della consegna di un pacco alimentare mensile e risponde ad altri eventuali bisogni segnalati, nel desiderio di condividere un tratto di vita e accompagnando nell'affrontare problematicità e disagi. «In questi ultimi anni Covid, guerra e rialzo dei prezzi hanno contribuito ad acuire l'emergenza povertà anche in un territorio ricco e virtuoso come il nostro Trentino», prosegue Eloisa Modena.

Ad oggi il Centro di Solidarietà sostiene circa 220 nuclei familiari e conta su più di 150 volontari. Nel 2021 sono stati distribuiti 2195 pacchi: kg 74.735 di alimenti. Da marzo 2021 il CdS propone, attraverso uno sportello di accoglienza e ascolto, un nuovo ed efficace supporto a chi vive un momento di difficoltà tramite un'attenta analisi dei bisogni.



pianta
design
Ambiente

PIANTA DESIGN
VIA J.KRAVOGL 5/B
39100 BOLZANO
TEL. +39 (0)471 934 810

PIANTA DESIGN FILIALE
VIA MICHAEL PACHER 12/A
39031 BRUNICO
TEL. +39 (0)474 531 299

INFO@PIANTADESIGN.COM
WWW.PIANTADESIGN.COM

EVENTS – OPEN DAYS

19.11.2022 | 26.11.2022 | 03.12.2022 | 10.12.2022

ore 09:00 - 18:00

«Il T», il quotidiano del territorio

🕒 1' e 40"

👤 Giovanna Tasin

Un progetto pensato per ristabilire un equilibrio informativo in Trentino

«Il T. Quotidiano Autonomo del Trentino Alto Adige/Südtirol» è la nuova iniziativa editoriale fortemente voluta dal mondo imprenditoriale per la creazione di un quotidiano con l'obiettivo di ristabilire un equilibrio informativo e la pluralità dell'informazione venuta a mancare dopo la chiusura del Trentino. Forte è la convinzione dei fondatori che la competizione sia salutare sia all'informazione che alla democrazia. Un giornale non contro qualcuno, attento ai temi che emergono dalla società e dall'economia del territorio

I soci promotori sono Confindustria del Trentino e Federazione Trentina della Cooperazione che, unitamente ai soci fondatori, Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche, Associazione Artigiani e ATE - ANCE Trento, nella primavera 2022 hanno costituito la fondazione no profit «Synthesis», che tra i propri scopi ha inserito il progetto editoriale di un nuovo quotidiano. Successivamente ha aderito al progetto anche Confesercenti. L'editoria è affi-

data alla società CSQ Spa e non alla fondazione «Synthesis» per garantire terzietà dell'informazione rispetto agli interessi economici dei soggetti fondatori ovvero delle categorie economiche.

«Il T. Quotidiano Autonomo del Trentino Alto Adige/Südtirol» rappresenta un nuovo modello di informazione con sezioni dedicate ai territori, e con una particolare attenzione ai temi sociali ed economici, alla scienza e allo sviluppo tecnologico, alle istituzioni e alla vita politica. «Il T. Quotidiano Autonomo del Trentino Alto Adige/Südtirol» prevede al suo interno, oltre alle notizie locali legate al territorio, anche delle sezioni attente ai temi sociali e a punti di vista diversi, allo scopo di dar voce alle diverse realtà e sensibilità. È presente anche la sezione «Lettere alla redazione», alle quali risponderanno i giornalisti in base alle personali competenze sugli argomenti trattati. L'approfondimento delle notizie e dei temi che vada oltre la contingenza quotidiana vuole essere un'altra caratteristica del nuovo organo informativo.

Nell'intenzione dei promotori, «Il T. Quotidiano Autonomo del Trentino Alto Adige/Südtirol» punta ad essere un giornale moderno e innovativo non solo per i contenuti, ma anche dal punto di vista grafico, contenendo al suo interno un equilibrio tra parti scritte ed immagini. Il giornale prevede sezioni dedicate alla fotografia e alle infografiche quali metodi di narrazione, che al pari della scrittura, riescono a raccontare e descrivere le notizie cogliendo aspetti emotivi e non descrivibili a parole.

Il giornale è strutturato su quattro diverse piattaforme (carta - sfogliatore digitale - web e social), con l'intento di diventare un giornale per tutti, anche per i più giovani abituati ad informarsi tramite social. Il quotidiano cartaceo ha 40 pagine e verrà distribuito sei giorni su sette, dal martedì alla domenica. Mentre sito web e social saranno aggiornati continuamente fino a notte profonda sette giorni su sette.





Un'edizione del nuovo quotidiano

La redazione, tutta molto giovane con un'età media che si aggira attorno ai 39 anni, è formata da 30 dipendenti di cui 21 giornalisti e sarà guidata dal direttore **Simone Casalini** che può vantare già una lunga esperienza in diverse testate giornalistiche e proviene dal Corriere della Sera.

Un giornale che nasce nel 2022 ha senza dubbio uno svantaggio rispetto a quelli già affermati sul mercato, ovvero non ha un pubblico di lettori

fedeli già formato. Tuttavia, ha il vantaggio di poter rompere gli schemi usuali utilizzati dai giornali locali, rappresentando un nuovo modello di comunicazione e informazione, con un'impronta internazionale.

Il giornale è uscito su piattaforma web il 25 ottobre e in forma cartacea il 3 novembre al costo di 1,50 euro, con la possibilità di sottoscrivere abbonamenti cartacei e/o digitali e con la possibilità di diventare soci sostenitori del nuovo quotidiano.

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 40% sull'investimento. **Contattateci per avere maggiori informazioni.**

www.grandimpiantinoselli.com



GRANDIMPIANTI
Noselli

PROJECT

COOK

COOL

WASH

SERVICE

GASTRO EQUIPMENT

Partner of Niederbacher Gastrotec

Hotel & proageing

Alla «conquista» degli Over 70: l'importanza della fidelizzazione

🕒 3' e 00"

👤 Francesca Maffei

La definizione di «cliente per la vita» assume nuove sfumature con il crescente successo dei programmi focalizzati su anti-invecchiamento e longevità. Uno degli obiettivi, per un viaggiatore, è quello di prolungare i propri anni attivi su questo pianeta, e quindi la durata della propria salute, per avere il tempo di godersi un ventaglio sempre più ampio di offerte in termini di location, culture, città, cibo, arte e hotel. E il fatto di vivere in modo sano la terza o quarta età regala prospettive altamente redditizie per il settore alberghiero.

Sebbene l'immortalità sia ancora nel regno della fantascienza, senza dubbio la durata media della vita si sta allungando (nonostante la distorsione statistica da Covid-19), in particolare nelle Nazioni altamente sviluppate e tra le comunità benestanti. Sapere con certezza che si hanno ancora molti anni di avventure davanti a sé prima che le articolazioni diventino traballanti, il sistema immunitario troppo vulnerabile e l'assicurazione di viaggio un ostacolo costoso, altera il modo stesso in cui si sceglie sia la prossima destinazione sia l'alloggio.

Ne deriva che gli sforzi per fidelizzare un ospite di 75 anni quando la mortalità media era di circa 82 erano meno remunerativi rispetto a un contesto in cui l'aspettativa di vita aumenta di uno o due decenni. In uno scenario del genere, il lavoro svolto per conquistare un settantenne può offrire un ROI esponenzialmente maggiore, perché vivendo e viaggiando molto più a lungo questa fascia di clientela ha più tempo per premiare un brand piuttosto di un altro.

Inoltre, considerare la durata della salute e non solo la durata dell'esistenza significa che gli anni aggiuntivi non sono necessariamente contraddistinti dalla demenza; gli ospiti ricordano un hotel con chiarezza e possono intrattenere i loro rispettivi circoli sociali sui buoni motivi per scegliere di soggiornarvi. È il **customer lifetime value (clv)**, come viene definito nella Silicon Valley.

Tuttavia, il cosiddetto *sentiment* è un'arma a doppio taglio, e anche il lato negativo si espande man mano che la longevità guadagna terreno. Infatti, quando la durata della vita aumenta, cresce anche il tempo in cui un ospite offeso può infangare un brand. Quindi, in un mondo in cui l'anti-aging diventa la norma, devono essere compiuti sforzi ancora più ampi per proteggere un marchio dalle conseguenze di recensioni e passaparola negativi. Il progresso scientifico porterà numerose scoperte anti-invecchiamento nei prossimi decenni, e questo andrà a beneficio in modo più significativo delle generazioni del nuovo millennio; tale effetto è già visibile nella misura in cui un numero crescente di giovani è vegano o vegetariano, non fuma, beve meno, si esercita regolarmente, assume integratori appositi o si impegna in altre attività di wellbeing. Ciò non esclude la Generazione X e i Baby Boomers, che hanno accesso agli stessi benefit medici delle loro controparti più giovani, oltre a un tesoretto di reddito disponibile da investire in resort, spa o prodotti di benessere ben commercializzati.

Bisogna, quindi, delineare l'intera catena di valore degli ospiti, migliorare la personalizzazione, la crescita della fidelizzazione e veicolare la promozione del benessere. La tecnologia è un aiuto e una necessità per automatizzare le attività ripetitive, liberare tempo per una più efficiente fornitura di servizi e per integrare l'analisi predittiva nell'esperienza globale del cliente. Una mappatura di dati per conoscere meglio i propri ospiti e potenziarne le interazioni future. Infine, con le prospettive di un invecchiamento più lento arrivano inedite opzioni di viaggio. Quindi sarà più difficile impressionare gli ospiti anche a causa del protrarsi di un certo loro atteggiamento giovanilistico; occorrerà pertanto aumentare il livello di servizio e costruire relazioni più solide al fine di distinguersi come un marchio memorabile. E il momento di iniziare a mettere in campo queste strategie è subito, perché nessuno ringiovanisce.

Prosegue la crescita delle imprese femminili (più 1,2%)

1' e 50"

Oltre il 56% delle attività guidate da donne opera in ambito agricolo, commerciale e turistico

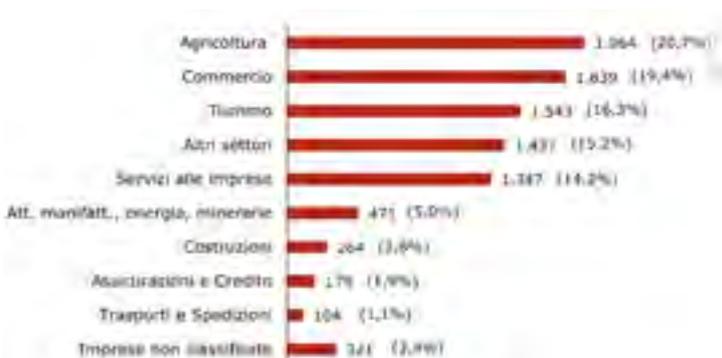
Lo scorso 30 giugno, presso il Registro imprese della Camera di Commercio di Trento, risultavano registrate **9.469** imprese femminili, in aumento di 111 unità, pari a **+1,2%**, rispetto allo stesso periodo del 2021. Attualmente, le imprese guidate da donne rappresentano il 18,5% delle 51.304 attività operanti in Provincia, un valore di poco superiore a quello dell'Alto Adige (18,2%), ma inferiore al dato nazionale e a quello del Nord Est (entrambi pari al 20,6%).

Il settore in cui le imprese femminili sono più presenti si conferma essere l'**agricoltura** (1.964 unità); ambito che, insieme a quello del **commercio** (1.839 unità) e a quello del **turismo** (1.543 unità), costituisce oltre il 56% dell'attività economica femminile dell'intera Provincia. Seguono gli «altri settori» - istruzione, sanità e assistenza, attività artistiche, sportive, intrattenimento e divertimento servizi - (1.437 unità), i servizi alle imprese (1.347 unità) e

il manifatturiero, energia e minerario (471 unità). Se confrontati con i dati del giugno scorso, i comparti che riportano una maggiore crescita di imprese in termini assoluti sono quelli dei servizi alle imprese (+84 unità) e del commercio (+20 unità).

Il **tessuto imprenditoriale** femminile è composto prevalentemente da micro imprese; quasi il 92% delle imprese guidate da donne, infatti, non supera i 5 addetti e il 66% non ha più di 1 addetto. Per quanto riguarda la **forma giuridica**, il 66,5% delle imprese femminili è costituito da imprese individuali, il 17,0% da società di capitale, il 15,0% da società di persone e il restante 1,5% da altre forme organizzative, soprattutto cooperative. Da anni, ormai, si assiste a una costante crescita delle società di capitale (+16,4% rispetto al giugno 2018, +3,0% rispetto al giugno 2021), a conferma della fase di rafforzamento strutturale in corso nel sistema imprenditoriale femminile. Nel periodo preso in analisi, le **imprese femminili e artigiane** sono 1.840 (più 40 unità rispetto al 2021) e corrispondono al 19,4% delle attività guidate da donne.

«Considerando la serie storica dei dati, che periodicamente l'Ufficio studi e ricerche della Camera di Commercio elabora circa l'universo imprenditoriale femminile, – commenta **Claudia Gasperetti**, Coordinatrice del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile di Trento – è interessante mettere in luce la costante crescita del numero di attività guidate da donne dal 2018 a oggi. Si tratta di una successione di annate segnate da incredibili difficoltà sanitarie, economiche e sociali che, in termini complessivi, hanno messo a dura prova la capacità di resistenza di numerose imprese femminili, senza però minarne la sopravvivenza né comprometterne la ripresa».



Imprese femminili registrate per settore di attività economica (% sul totale delle imprese femminili), 30 giugno 2022

Un patto di sostenibilità e responsabilità per Trentino e Abruzzo

Al Castello del Buonconsiglio il convegno dei B&B di Qualità del Trentino

🕒 2' e 10"

✍️ Laura Licati

Un patto di sostenibilità e responsabilità per Trentino e Abruzzo. Sono queste le «fondamenta» della partnership che unisce i B&B di Qualità delle due Regioni italiane. All'insegna di tale «gemellaggio» si è svolto a Trento, presso il Castello del Buonconsiglio, il convegno «B&B modello di ospitalità, cultura e formazione per il territorio», organizzato dall'Associazione B&B di Qualità del Trentino con il patrocinio della Provincia Autonoma di Trento.

I B&B di Qualità del Trentino come tassello fondamentale del contesto inclusivo dell'offerta turistica provinciale e di tutte le azioni condivise a supporto della promozione e comunicazione di questo prodotto. Così, il presidente di Trentino Marketing e dell'Asat **Giovanni Battaiola**. Le parole dell'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni**,

invece, hanno evidenziato «l'importanza della rete dei B&B di Qualità del Trentino e l'impegno della Provincia nel sostenerli, dando rilevanza al ruolo dell'Associazione nella crescita del turismo in famiglia». Non è mancato anche l'assessore provinciale alla cultura **Mirko Bisesti**, figlio della titolare di un B&B di Qualità del Trentino. Appassionato il suo intervento sulla presenza capillare dei B&B sul territorio provinciale ed il loro ruolo sostanziale nella diffusione della cultura delle specialità dei vari territori. «Cultura territoriale - ha sottolineato - alla quale stanno lavorando in sinergia con Trentino Marketing e le scuole professionali trentine».

Il convegno si è aperto con il saluto delle presidenti delle due associazioni, **Stefania Angeli** e **Lucia Simioni**. La parte formativa su «Sfide ed Innovazione nel campo della formazione» è stata condotta dal direttore di Accademia d'Impresa **Bruno Degasperis**, che ha declinato le aree tematiche nelle quali l'Associazione B&B di Qualità del Trentino è stata accompagnata da Accademia: cultura del prodotto, accoglienza, disciplina fiscale, digital marketing. Non sono mancati spunti sulla necessità di affrontare le sfide del futuro con conoscenza



L'assessore al turismo Roberto Failoni presente al convegno



L'intervento del presidente dell'Asat Giovanni Battaola

per rispondere alla complessità dei nuovi modelli. In seguito, l'agroecologo **Stefano Delugan** ha trattato la tematica «B&B Sinonimo di famiglia». Delugan ha definito il modello ricettivo dei B&B di Qualità come interprete del modello di semplicità, del valore dell'accoglienza legata alla peculiarità dei territori, del valore dei luoghi e delle attività ricreative esperienziali da far

vivere agli ospiti in ogni stagione dell'anno ed età, concludendo poi con il valore degli ecomusei quali custodi del paesaggio.

I presidenti della Strada del Vino e dei Sapori **Sergio Valentini** e della Strada dei Formaggi delle Dolomiti **Pierantonio Cordella** hanno spiegato l'importanza di far conoscere il territorio attraverso le produzioni agroalimentari locali. **Natale Rigotti**, presidente di Accademia d'Impresa, ha evidenziato l'importanza della complementarità tra tutte le tipologie di strutture ricettive. Al termine dell'intervento sulle peculiarità dello sviluppo territoriale dell'Abruzzo da parte dell'assessora al turismo del comune di Sulmona **Rosanna Tuteri**, è stato letto a due voci dalle presidenti delle due associazioni B&B di Qualità del Trentino ed Abruzzo, il «Patto dell'ospitalità in famiglia: sostenibilità e responsabilità per i nostri territori», che è stato l'atto conclusivo del convegno, sottoscritto come impegno attuabile attraverso buone pratiche condivise per un modello di ospitalità responsabile praticabile anche dagli ospiti.

DISTRIBUTORE UFFICIALE



L'Ente bilaterale del turismo trentino compie 30 anni

A fine novembre è previsto un convegno presso la Cantina Rotari

🕒 2' e 30"

👤 Fabia Sartori

L'Ente bilaterale del turismo trentino festeggia i suoi 30 anni di vita. Giovedì 24 novembre, nel pomeriggio a partire dalle ore 15, si svolgerà un convegno presso la Cantina Rotari in Piana Rotaliana che ha come obiettivo quello di onorare l'anniversario, ma soprattutto la finalità di riflettere sul mercato del lavoro turistico e sulle importanti evoluzioni che attualmente lo contraddistinguono.

Costituito il 20 ottobre 1992 da un accordo tra i sindacati provinciali dei lavoratori del settore turismo (Filcams - Cgil; Fisascat - Cisl; Uiltucs - Uil) e le associazioni provinciali dei datori di lavoro (Asat - Associazione Albergatori della provincia di Trento; Faita - Associazione dei campeggi; Fiavet - Associazione delle Agenzie di Viaggio; Fipe - Federazione dei Pubblici Esercizi), l'Ebt è articolazione territoriale dell'Ente bilaterale nazionale turismo (Ebnt) costituito tra Associazioni dei datori di lavoro aderenti a ConfCommercio, Faita (Organizzazione delle aziende turistico ricettive all'aria aperta: campeggi e villaggi turistici), Federalberghi (Organizzazione delle imprese alberghiere e turistico ricettive), Fiavet (Federazione italiana associazioni imprese di viaggio e turismo delle agenzie di viaggio), Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi delle imprese che svolgono attività di ristorazione e di intrattenimento e organizzazioni sindacali nazionali di categoria dei lavoratori (Filcams - Cgil; Fisascat - Cisl; Uiltucs - Uil).

L'Ebt svolge i compiti attribuitigli dal Contratto collettivo nazionale di lavoro del turismo, dagli accordi collettivi nazionali e territoriali e eventualmente previsti da norme di legge in materia di occupazione, mercato del lavoro, sostegno al reddito dei

lavoratori, formazione e qualificazione professionale. Il tutto allo scopo di promuovere, organizzare e attuare a livello provinciale interventi, osservare e studiare il mercato del lavoro, far incontrare domanda e offerta di lavoro, formare e qualificare professionalmente, sostenere il reddito dei lavoratori coinvolti in ristrutturazioni, sostenere socialmente i lavoratori, tutelare la salute e la sicurezza dei lavoratori sul lavoro.

Tra le principali iniziative formative, i corsi a catalogo per tutti gli addetti del settore turistico sono stati 1.208 dal novembre 1996, con il rilascio di 370 borse di studio. Dal 2019 si contano 60 progetti relativi ai corsi aziendali. Per i corsi residenziali si ricorda quello del 2021 al rifugio Agostini in Val d'Ambiez e quello del 2022 a malga Sas in Valfloriana. È stato concluso un progetto a San Lorenzo Dorsino nell'ambito dei corsi territoriali. Con l'Agenzia del Lavoro, poi, sono stati svolti quattro corsi destinati agli interessati a lavorare nel settore turistico.

L'Ebt, dal 2013 al 2015, ha erogato una parte della borsa di studio di un programma di dottorato di ricerca triennale (convenzione fra Università degli Studi di Trento e l'Asat) «Local Development And Global Dynamics». Per i corsi del fondo For.Te, all'interno del piano formativo «Dolomiti Unesco», sono state effettuate 20 edizioni per 220 ore effettuate. L'Ente, ad aprile 2016, ha sostenuto le spese per tre corsi di aggiornamento Fiavet su tematiche fiscali e amministrative per agenzie di viaggio.

Da rilevare che, dal 2004, l'Ebt ha erogato 110.424,64 euro a sostegno del reddito dei dipendenti sospesi a seguito della ristrutturazione di 11 aziende (richieste: 3 nel 2004, 2 nel 2005, 3 nel 2008, 3 nel 2011, 1 nel 2015 e 2 nel 2020). Per quanto riguarda, invece, i sussidi ai dipendenti del settore turistico se ne contano 9.018. Da non scordare i 4.169 sussidi Covid erogati nel 2021 per un totale di 1.135.270 euro.

OPPOR**TU**NITÀ
PROFESSIONALI

PERCORSI
FORMATIVI
GRAT**TU**ITI



TUTELE
A SOSTEGNO DEL
LAVORATORE

UN **FUTU**RO
TURISTICO
ALL'AVANGUARDIA

Fototeca Trentino Sviluppo S.p.A. - Foto Apt Alpe Cimbra

SE LAVORI NEL SETTORE DEL TURISMO, AL CENTRO
DELLE NOSTRE ATTENZIONI CI SEI SEMPRE **TU**.

STUDIO BI QUATTRO



Per saperne di più scansa il QR code e visita
il nostro sito oppure ritira il nostro opuscolo
“**Percorsi formativi Autunno 2022**”
da: sede Ebt, sindacati, associazioni datoriali,
centri per l'impiego

DAL 1992

Ente Bilaterale
Turismo del Trentino



Per un territorio bello fuori, qualificato dentro

www.ebt-trentino.it

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

Imprenditorialità giovanile alberghiera: innata o appresa?

L'importanza di insegnare le giuste competenze nella formazione dei nuovi imprenditori

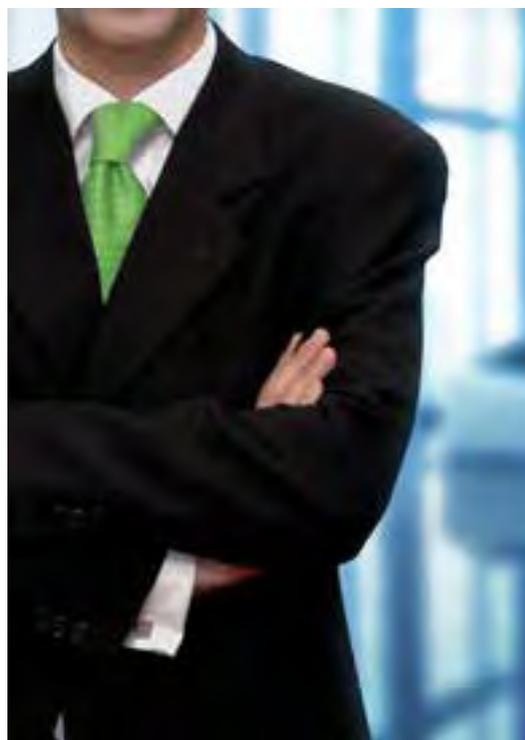
🕒 1' e 40"

✍️ Francesca Maffei

Sonia Tatar, ex CEO Worldwide di Les Roches International School of Hotel Management, spiega come il panorama dell'ospitalità internazionale stia lasciando il posto a una nuova generazione di imprenditori, e come gli educatori dovrebbero prepararli al meglio per il successo. Secondo un recente studio di BNP Paribas, tra i 20 e i 35 anni sempre più Millennial e Gen-X stanno diventando imprenditori, creando e avviando nuove società, gestendo team più grandi ma più agili, e puntando a profitti e rendimenti più elevati rispetto alle generazioni precedenti. Le ragioni di questo sviluppo sono molteplici: l'ambiente da dipendente aziendale sta diventando meno attraente per questi giovani, che considerano la libertà e la creatività come aspetti chiave sul posto di lavoro, soprattutto nel settore dell'hotellerie. Anche la tecnologia e lo spirito di proprietà della sharing economy hanno contribuito notevolmente: sono in tanti ad essere ispirati dal boom di aziende come Airbnb e Uber, nonché dalla rapida crescita di un settore, quello dei viaggi e del turismo, in continua espansione.

Insegnare l'imprenditorialità diventa quindi fondamentale, poiché questa generazione plasmerà il futuro dell'industria dell'ospitalità e, in definitiva, dell'economia globale. La domanda chiave per ogni istituto di istruzione dovrebbe, quindi, essere se vengono insegnate le giuste competenze, ai laureati, per aiutarli a pensare e ad agire come imprenditori di successo in un tempo non troppo lontano.

C'è un certo dibattito tra gli accademici sul fatto che l'imprenditorialità possa essere effettivamente insegnata o se sia più uno stato mentale. Come sottolinea l'ex amministratrice delegata Tatar, occorre distinguere tra trasferimento di conoscenze e apprendimento pratico. Le università devono, da un lato, rappresentare una guida esperta e, dall'altro, fornire un ambiente di supporto il più favorevole possibile all'esperienza. La professoressa di entrepreneurship **Tina Seelig**, della Stanford University, ritiene che capacità di risoluzione dei problemi, attitudine alla leadership, lavoro in team e adattabilità in un ambiente in continua evoluzione siano le pietre miliari di una vera educazione all'imprenditorialità. Quest'ultima, in quanto catalizzatore del cambiamento e dell'evoluzione nel settore dell'ospitalità, non è «solo» un'ondata di nuove start-up; si tratta piuttosto della promozione di uno spirito che sfida lo status quo, sconvolgendo i metodi tradizionali di business con soluzioni innovative.



SCEGLI DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA,

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

COSÌ POTRAI TORNARE A DEDICARTI A TEMPO PIENO ALLA TUA AZIENDA

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

CI PENSERANNO I NOSTRI TECNICI A CONTROLLARE LA TUA AZIENDA.

CHECK-UP AZIENDALE

(Principali obblighi normativi)



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

SERVIZIO RSPP ESTERNO



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

CONTROLLO IGIENE BASE

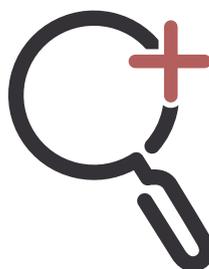
(Haccp, Legionella)



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

CONTROLLO IGIENE PLUS

(Haccp, Alimenti, Legionella)



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

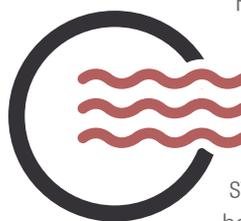
CONTROLLO TOTALE

(Haccp, Alimenti, Legionella, Piscine)



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

CONTROLLO PISCINE



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

La formazione di Cat Turismo



Tutti gli appuntamenti di novembre e dicembre

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 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*.

21/11/2022	14.00-18.00	ONLINE
12/12/2022	14.00-18.00	ONLINE

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

21/11/2022	14.00-18.00	ONLINE
12/12/2022	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: € 60,00 + IVA - Quota associati: € 50,00 + 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 AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
22/11/2022	14.00-18.00	ONLINE
23/11/2022	14.00-16.00	
20/12/2022	14.00-18.00	ONLINE
21/12/2022	14.00-16.00	

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
22/11/2022 23/11/2022	14.00-18.00	ONLINE
20/12/2022 21/12/2022	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 multiazienda)



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.

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
24/11/2022	11.00-13.00 / 14.00/16.00	AULA - LEVICO
28/11/2022	11.00-13.00 / 14.00/16.00	AULA - TRENTO
30/11/2022	11.00-13.00 / 14.00/16.00	AULA - VAL DI FIEMME
01/12/2022	11.00-13.00 / 14.00/16.00	AULA - VAL DI SOLE

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
24/11/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - LEVICO
28/11/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
30/11/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - VAL DI FASSA
01/12/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE

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

CORSO ANTINCENDIO - CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO ELEVATO (16 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
28/11/2022 29/11/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO

Quota di partecipazione: € 270,00 + IVA - Quota associati: € 255,00 + IVA

CORSO ANTINCENDIO - CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO BASSO (2 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
24/11/2022	14.00-16.00	AULA - LEVICO
28/11/2022	14.00-16.00	AULA - TRENTO
30/11/2022	14.00-16.00	AULA - VAL DI FASSA
01/12/2022	14.00-16.00	AULA - VAL DI SOLE

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

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 AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO MEDIO (5 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
24/11/2022	11.00-13.00 / 14.00/17.00	AULA - LEVICO
28/11/2022	11.00-13.00 / 14.00/17.00	AULA - TRENTO
30/11/2022	11.00-13.00 / 14.00/17.00	AULA - VAL DI FASSA
01/12/2022	11.00-13.00 / 14.00/17.00	AULA - VAL DI SOLE

Quota di partecipazione: € 100,00 + IVA - Quota associati: € 90,00 + IVA

CORSO ANTINCENDIO - CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO ELEVATO (8 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
28/11/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO

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



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 permet-

tano sia la corretta gestione di un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato.

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE PRATICA		
24/11/2022	14.00-18.00	AULA - VAL DI FASSA
05/12/2022	14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA		

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
24/11/2022	14.00-18.00	AULA - VAL DI FASSA
05/12/2022	14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota di partecipazione: € 90,00 + IVA - Quota associati: € 70,00 + IVA		

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

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

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.

CORSO BASE RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (32 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
02/12/2021	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
16/12/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
Quota di partecipazione: € 420,00 + IVA - Quota associati: € 370,00 + IVA		

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PRIMA EDIZIONE		
12/12/2022	09.00-13.00 / 14.00-18.00	AULA - TRENTO
AGG.TO RLS 4H:		
Quota di partecipazione: € 130,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA		
AGG.TO RLS 8H:		
Quota di partecipazione: € 180,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + 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.**

STANNO ARRIVANDO I CALENDARI 2023

Wow!

Un 2023
all'insegna del
RICICLO CREATIVO!
Costruisci ogni mese
il **GADGET** celato
tra le pagine del
CALENDARIO e goditi
la sensazione di dare
NUOVA VITA
alla carta!



info@esperia.tn.it


esperia
L'impronta verde nella stampa 

www.esperia.tn.it


Novità e tendenze di ospitalità e ristorazione a Hospitality 2023

🕒 1' e 50"

L'importanza della formazione per i professionisti dell'Ho.Re.Ca.

Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza, la fiera internazionale leader in Italia nell'Ho.Re.Ca., torna dal 6 al 9 febbraio 2023 a Riva del Garda con un'offerta business oriented completa. Confermate le aree tematiche (**Beverage, Contract & Wellness, Food & Equipment e Renovation & Tech**) e le aree speciali (**Solobirra, RPM-Riva Pianeta Mixology e Winescape**) dedicate alla valorizzazione della birra artigianale, del bere miscelato e del turismo del vino. Un percorso espositivo che mette in risalto le eccellenze del settore per dare spazio a tutti i segmenti dell'ospitalità e della ristorazione. Alle numerose occasioni di formazione e aggiornamento con il palinsesto di Hospitality Academy, si aggiungono laboratori, masterclass, degustazioni e cooking show che completano il programma eventi.

«Ogni anno vogliamo offrire a espositori e visitatori soluzioni e strumenti per interpretare le tendenze del settore e restare competitivi. In linea con i nuovi scenari dell'ospitalità e con l'obiettivo di intercettare le sfide del comparto, abbiamo ampliato l'offerta espositiva con un'attenzione particolare al turismo open-air e all'accessibilità. Numerose come sempre le occasioni di aggiornamento professionale e le iniziative esperienziali», commenta **Giovanna Voltolini**, Exhibition Manager di Hospitality.

Le novità 2023

Più spazio a glamping e turismo outdoor grazie al recente accordo con Fanta FederCamping. Oltre all'offerta espositiva, Hospitality arricchisce anche il programma eventi con appuntamenti dedicati all'accoglienza open-air con focus su lago e montagna. Il contributo di esperti sarà per gli operatori un'opportunità di scoprire soluzioni e strumenti per realizzare e valorizzare un'offerta in linea con le nuove aspettative del mercato. «Durante Hospitality 2023 creeremo un vero e proprio percorso dedicato all'open air, con Outdoor Boom, un intero padiglione in cui trovare idee e ispirazioni per ripensare gli spazi all'aria aperta e rispondere alla crescente domanda di opzioni di viaggio e ospitalità più sostenibili», aggiunge **Alessandra Albarelli**, direttrice generale di Riva del Garda Fierecongressi.

Per la 47a edizione più attenzione all'ospitalità accessibile con soluzioni e servizi per l'Ho.Re.Ca. selezionati grazie alla collaborazione con Village for All. La tematica dell'accessibilità verrà trattata in fiera sia attraverso un percorso espositivo dedicato, sia con appuntamenti formativi mirati.

Hospitality certificata manifestazione internazionale

Oltre che una garanzia di qualità e affidabilità, la certificazione è un'opportunità per gli espositori che potranno richiedere contributi e agevolazioni per la partecipazione alla fiera. L'intensa attività per l'incoming di buyer esteri, da Europa e Sud America, rappresenta un'ulteriore occasione per allargare i propri orizzonti di business.

Online su www.hospitalityriva.it le informazioni per esporre e visitare la fiera.



WELCOME TO THE *New Era*

6 - 9
FEBBRAIO
2023

graphics the-studio.it | ph Deep Blue Studio | location Du Lac et Du Parc Grand Resort - Riva del Garda



RIVA DEL GARDA

📍 f in 📺 #HOSPITALITYRIVA hospitalityriva.it

Gestione energetica contro la carenza di lavoratori qualificati nel turismo

Una cultura manageriale professionale alla base di un'efficace strategia di Employer Branding

🕒 5' e 20" 👤 David Raccanello e Alois Kronbichler

Ci sono troppo pochi lavoratori specializzati e collaboratori in generale per tutte le offerte di lavoro nel turismo: questo è fuori discussione. Molte aziende alberghiere e di ristorazione sono attualmente costrette ad accettare richieste salariali esagerate, ridurre gli orari di apertura, restringere la gamma dei servizi o addirittura cambiare radicalmente i concetti. Se un tempo trovare nuovi ospiti era la sfida più grande nel nostro settore, oggi è la ricerca di collaboratori: questo è un concetto che noi di Kohl & Partner continuiamo a ribadire da anni. Quindi, non c'è da meravigliarsi se molte agenzie di recruiting e i lavoratori stessi che lavorano nel turismo vogliono fare grandi affari «alla faccia» delle nostre imprese. Il marchio «bravo datore di lavoro» è sulla bocca di tutti in questo momento (a chi non piace essere definito tale?!) e troppo spesso soluzioni promettenti vengono vendute come se si trattasse di costosi concetti di marketing. Non di rado viene anche spacciata l'impressione che si possa costruire una solida Employer Brand (l'attrattività verso i collaboratori) nel breve termine solo usando alcuni simpatici slogan e campagne pubblicitarie creative. I nostri collaboratori conoscono fin troppo bene il settore e sono per lo più collegati in modo eccellente con gli altri collaboratori del territorio e non solo. Con messaggi intercambiabili, copia e incolla, promesse disattese ecc ogni azione può velocemente ritorcersi contro.

Noi di Kohl & Partner aiutiamo da molti anni anche le aziende e le destinazioni a diventare un attraente Employer Brand. Naturalmente, l'obiettivo principale è quello di essere un datore di lavoro ricercato nel mercato del lavoro altamente competitivo, ma non si dovrebbe mai fare il secondo passo prima del primo. Molti studi mostrano che i collaboratori non lasciano le aziende, ma soprattutto i loro capi azienda. Al contrario, ovviamente, questo significa anche che i buoni manager non solo attraggono buoni collaboratori, ma li trattengono.

Se ascoltate le discussioni sulla tesa situazione dei collaboratori nel turismo vi chiederete naturalmente se la pandemia sia il principale colpevole di questa miseria? No! Il Covid ha solo portato alla luce i ben noti problemi della nostra industria turistica e i nostri media hanno fatto il resto con enormi danni all'immagine. Ed è proprio da qui che il turismo deve partire adesso, anche se il mastodontico compito di ripulire l'immagine richiederà probabilmente diversi anni.

Da molti anni, il team Kohl & Partner supporta le famiglie di albergatori e i loro dirigenti e sviluppa concetti per le risorse umane insieme agli imprenditori: su misura per le loro attività. Con la convinzione che il turismo stia per subire il più grande cambiamento strutturale di tutti i tempi, desideriamo promuovere un cambio di paradigma atteso da tempo con i seguenti tre consigli:

■ Fate i «compiti» sulle condizioni generali

Vi siete mai chiesti perché un collaboratore dovrebbe lavorare nella vostra azienda alberghiera o della ristorazione? Perché dovrebbero tornare? Perché dovrebbero vantarsi di lavorare per voi? I

collaboratori possono scegliere il loro datore di lavoro e questo è un motivo per cui le condizioni migliori hanno cessato da tempo di essere un'opzione ma piuttosto un dovere. Chi vorrebbe ancora passare volontariamente il proprio prezioso tempo libero in una «staff room» antiquata con doccia in comune? Per le aziende alberghiere leader, la sistemazione dei collaboratori e il cibo di alto livello sono ormai una cosa ovvia. Tuttavia, le condizioni quadro riguardano anche un salario equo con una corretta gestione dell'orario di lavoro e un'ottima pianificazione (possibilmente a lungo termine) dei turni di servizio. In risposta alla crescente esigenza di tempo libero, gli hotel attraenti offrono sempre più la possibilità di modelli di orario di lavoro flessibili. È ovvio che una maggiore flessibilità è un poco incoerente con la carenza di collaboratori; tuttavia, vale la pena pensare a diversi modelli di orario di lavoro esaminandone gli effetti economici. L'ampiezza delle possibilità varia da una possibile settimana di quattro giorni, all'home office per i collaboratori delle prenotazioni, a vari modelli di orario flessibile e di calcolo.

■ **Garantite una mentalità positiva quando si tratta di collaboratori**

Un proverbio dice: «Non puoi pensare negativamente e aspettarti cose positive». Ora spetta a ogni singolo attore turistico creare la giusta atmosfera. Certamente al momento non è facile, ma ricordate che c'è bisogno di un atteggiamento di base positivo nei confronti dei collaboratori. Dobbiamo smetterla di piagnucolare! Ci vuole di nuo-

vo passione e fuoco per il nostro settore, perché solo se lavoriamo sodo noi stessi e con orgoglio ci sarà di nuovo una società attratta dal lavoro nel turismo. È stato scientificamente provato che il modo in cui vediamo il mondo ha implicazioni di vasta portata verso gli atteggiamenti nei confronti di coloro che ci circondano. Influisce non solo su come pensiamo e sentiamo, ma anche su come ci comportiamo. Non serve a nulla se i bei valori dei collaboratori e verso i collaboratori sono definiti nel concetto di Employer Branding se non è chiaro come si voglia viverli quotidianamente all'interno delle cucine, tra le cameriere dei piani, nella brigata dei camerieri, ecc. La buona notizia è che potete lavorare attivamente sul vostro atteggiamento. Un primo passo è quello di essere un modello da seguire. Con il presupposto di base che ogni singolo collaboratore è prezioso, non dovrete mai perdere l'occasione di mostrare apprezzamento per i vostri collaboratori. Non importa se si tratta di un semplice «grazie» o se vi prendete deliberatamente il tempo per una conversazione di apprezzamento. Per concentrarsi maggiormente sulle cose positive nella vita di tutti i giorni, vi raccomandiamo di dare spazio alle esperienze positive alla fine della giornata lavorativa, di prenderne coscienza e di scriverle in un diario. Sarete sorpresi dell'impatto che questo ha sul vostro atteggiamento di base.

■ **Investite nella leadership operativa**

Un giovane imprenditore molto attivo e impegnato ha detto: «Non è la mancanza di collaboratori, ma la mancanza di bravi capi reparto che per molti anni ci ha portato in questa situazione». In questi tempi difficili, c'è bisogno di leader che non abbiano paura di entrare in dialogo con il proprio team. Questo lavoro di relazione crea un legame emotivo che non solo aumenta la soddisfazione e la motivazione, ma anche la lealtà. In futuro la qualità dei capi sarà ancora più determinante nel concretizzare il successo o il fallimento. Anche per questo gli investimenti in questo settore si stanno rivelando sostenibili. Servono manager che abbiano imparato a guidare, ispirare e vivere il tutto con gioia. Naturalmente, ciò non accade dall'oggi al domani. Lo sviluppo umano richiede tempo, pazienza e, soprattutto, molta forza. Leadership, per così dire! Solo attraverso imprenditori, manager e collaboratori costantemente impegnati e che agiscono professionalmente potete diventare un datore di lavoro attraente e quindi ambire al marchio «bravo datore di lavoro». Una volta che nell'hotel sono state gettate le basi di una cultura manageriale professionale, nulla ostacola il marketing efficace verso i collaboratori nel senso di una efficace strategia di Employer Branding.

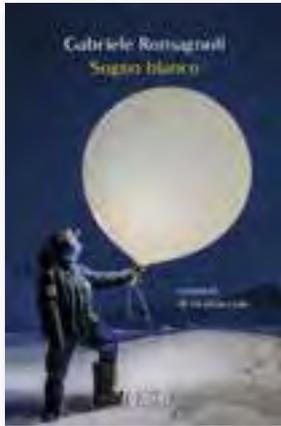


Alois Kronbichler e David Raccanello di Kohl & Partner

Il futuro dei ghiacciai

2' e 00"

Gianfranco Betta



Gabriele Romagnoli

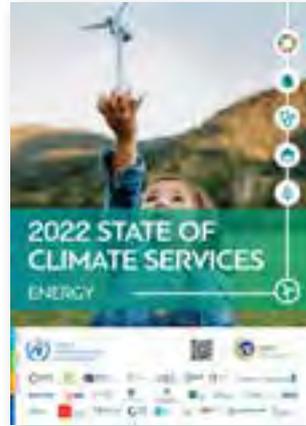
*SOGNO BIANCO.
ROMANZO DI UN
GHIACCIAIO*

Ed. Rizzoli 2022

pp. 208 - 18 euro

Un ghiacciaio paradigmatico come quello della Marmolada, «parametro - scrive **Romagnoli** - del futuro dell'umanità su questo pianeta» e tre protagonisti di nome Andrea, nonno, nipote e sua figlia, che racchiudono un'epopea durata poco più di un secolo.

Il nonno muore nella Grande Guerra prigioniero nel ventre del Ghiacciaio, in quella mirabolante «città di ghiaccio» costruita dagli austriaci dove si viveva e si moriva. Il nipote un secolo dopo assiste da spettatore disilluso al fervore costruttivo e ai fasti del turismo di massa, con le tante occasioni di lavoro che non costringono più ad emigrare. Betoniere in funzione di notte e di giorno, cantieri dappertutto, alberghi. Una nuova Grande Guerra, «ma per fare soldi». La montagna è conquistata, ed è un tripudio di piatti rustici della tradizione, baite ristorante lungo le piste ad offrire bombardini, valanghe di canederli, piste di speck, montagne di polente, cuori intagliati negli schienali delle sedie, tendine ricamate, torte della nonna che si accompagnano ai primi allarmismi per l'incontrovertibile ritiro del ghiacciaio. La figlia, nata da un incontro fortuito sulle piste da sci, che ritorna nella capanna del padre dove è stata concepita e dove bambina inconsapevole quel padre ha assassinato, per assistere allo scioglimento dell'ultimo lembo di ghiaccio, in un «paesaggio dopo la battaglia»: alberghi chiusi, seconde case vuote, funivie arrugginite, strade dissestate. È la fine di un mondo.



WORLD
METEOROLOGICAL
ORGANIZATION
(WMO, AGENZIA
ONU)

RAPPORTO «2022
STATE OF CLIMATE
SERVICES: ENERGY»

Aberdeen,
12 ottobre 2022

La stampa e i media hanno ripreso alcune conclusioni di questo Rapporto che meglio di altre potevano bucare l'attenzione distratta dei lettori sulle tematiche climatico ambientali. In particolare, lo stato prossimo futuro dei ghiacciai alpini e il rischio che a medio termine (di qui a una quindicina d'anni) importanti stazioni sciistiche come Cortina siano costrette a limitare l'offerta sci per assenza di precipitazioni nevose o meglio per la presenza di una neve «bagnata» a causa dell'innalzamento delle temperature.

Il Rapporto presenta alcuni studi condotti a livello internazionale, tra cui i risultati di uno stress test, non superato, condotto sulla verifica di una distribuzione adeguata dell'energia nelle Dolomiti bellunesi, che ha messo in luce il rischio di carenza energetica oltre che precipitazioni nevose problematiche. In realtà il Rapporto è dedicato all'energia, evidenziando come tutta la pianificazione del settore energetico sia fortemente influenzata dalla variabilità e dai cambiamenti meteorologici. Ad esempio, ondate di calore e siccità, con conseguente riduzione delle risorse idriche, influiscono direttamente sulla produzione di energia e sulla resilienza fisica delle infrastrutture energetiche. E non si fa riferimento alle sole fonti idroelettriche, se è vero, come stima il Rapporto, che l'elettricità globale nel suo insieme, ad iniziare da quella nucleare, dipende nell'87% dei casi direttamente dalla disponibilità di acqua.

Di qui l'imperativo di lavorare sulle energie rinnovabili a iniziare dal solare facendone almeno triplicare il contributo energetico entro il 2050.

La pubblicità print nel mondo digitale

Quali vantaggi porta con sé la pubblicità PRINT



Molti pensano che la pubblicità stampata sia fuori moda o troppo costosa. Nel mondo digitale sicuramente troviamo tantissimi vantaggi che argomentano per la pubblicità online. Per esempio le esigenze di un lettore vengono analizzate velocemente che così riceve solo pubblicità di suo interesse. Oppure che si può misurare il successo o il fallimento di una campagna.

La pubblicità PRINT ha vantaggi che il mondo digitale o le piattaforme online, non possono offrire. Un vantaggio decisivo rispetto ai media digitali è la credibilità. Una rivista o una brochure, un prodotto reale, è tangibile e trasmette qualità, fiducia e sicurezza. Questo anche perché viene stampato e in seguito non viene modificato e al lettore dà un senso di certezza. Tra l'altro la pubblicità stampata è multisensoriale. La pubblicità cartacea resta nella memoria più a lungo, perché attiva un desiderio inconscio. Una Foto emozionale nella pubblicità può far suscitare dei ricordi al

lettore. Le forme di pubblicità cartacea dipendono specialmente dal budget e dal formato. Si possono prenotare pagine fino a copertine molto attraenti. L'advertoriale, per esempio, che è stato composto dalle parole "advertisement" ed "editoriale", descrive la pubblicità con un mirato articolo editoriale, che ha un grosso vantaggio. Spesso i lettori non si accorgono nemmeno che si tratta di pubblicità. Così gli advertoriali ricevono talvolta un'attenzione fino a tre volte superiore a quella di un annuncio pubblicitario.

Proprio per questo, per capire le possibilità pubblicitarie ottimali e per poter programmare il tipo di pubblicità cartacea, è importante consultarsi con un consulente come la KONKRET WERBUNG.

MARKETING CROSSMEDIALE: Pubblicità stampata come complemento ai canali online

L'obiettivo certamente è quello di farsi ricordare dal cliente nel modo migliore e il più a lungo possibile. Il miglior modo per raggiungere questo obiettivo è combinare i canali online e offline. Secondo l'esperto di marketing Peter Field, le campagne pubblicitarie online sono più efficaci del 40% se sostenute da pubblicità cartacea.

Noi della KONKRET WERBUNG, selezioniamo riviste/giornali adatti al vostro prodotto/alla vostra struttura o dopo un'analisi approfondita del gruppo target, evitiamo inutili sprechi con minima perdita di dispersione in combinazione delle vostre azioni online aumentando la vostra visibilità.



MEDIA AGENCY
V.LE EUROPA 19/F
I-39100 BOLZANO
+39 (0) 471 91 91 15
info@konkret.it

FOR YOUR BETTER VISIBILITY



Giornalisti di 40 testate europee alla scoperta del Trentino «green»

40

🕒 3' e 10"



Foto Gianluca Peati

Lanciata la stagione autunnale trentina con l'evento "Trentino Nature Experience"

34 giornalisti, in rappresentanza di 40 testate europee; 2 note influencer, grazie alle quali, in pochi giorni, sono stati raggiunti, attraverso i loro canali social, più di 230.000 utenti; 5 giorni di visite ed esperienze in diverse località del Trentino: sono questi alcuni dei numeri della prima edizione dell'evento «Trentino Nature Experience», un viaggio stampa internazionale organizzato da Trentino Marketing, con il supporto dell'Apt della Val di Fiemme, per promuovere la stagione autunnale trentina.

L'iniziativa si è svolta dal 28 settembre al 2 ottobre scorsi ed ha permesso ai rappresentanti dei media europei di vivere le straordinarie emozioni dell'autunno in Trentino e di approfondire l'impegno di questo territorio nella tutela dell'ambiente e nella corretta gestione delle risorse naturali. Un impegno riconosciuto a livello alpino e non solo e che sempre un numero maggiore di ospiti apprezza scegliendo la nostra destinazione come meta per una vacanza all'insegna dell'equilibrio interiore e dell'esperienza a contatto con la natura.

Elisabetta Gutterer, responsabile del team «Media PR» di Trentino Marketing, ci ha spiegato gli aspetti più importanti della prima edizione di «Trentino Nature Experience», alla quale hanno partecipato giornalisti provenienti da diversi Paesi, tra i quali, Italia, Germania, Austria, Paesi Bassi, Polonia, Repubblica Ceca, Regno Unito, Norvegia e Belgio.



Foto Gianluca Prati

«Abbiamo scelto come “campo base” per l’evento la Val di Fiemme, pernottando a Cavalese – ha commentato – e da qui ci siamo poi spostati in diverse località del Trentino. La Val di Fiemme è da sempre attenta alle problematiche ambientali, nonché alla corretta gestione delle risorse naturali e quindi considerata uno dei luoghi ideali per iniziare il nostro viaggio imperniato sui temi del bosco, della natura, della biodiversità e delle relative politiche attivate dalla Provincia autonoma di Trento per il mantenimento e la cura del territorio».

È stato così spiegato agli ospiti come oltre il 30% del territorio trentino sia tutelato grazie a tre parchi naturali (Paneveggio-Pale di San Martino, Adamello Brenta e Stelvio) e a una fitta rete di aree protette. Ma è stato anche illustrato come l’eccezionale qualità delle superfici forestali sul territorio sia frutto di una attenta gestione e come la stessa agricoltura di montagna sia oggi fortemente orientata alla sostenibilità.

«Per l’evento - ha continuato Elisabetta Gutterer – sono state coinvolte diverse località del Trentino: oltre alla Val di Fiemme, sono state organizzate attività a Trento (capoluogo più *green* d’Italia secondo Legambiente per il terzo anno consecutivo e migliore città italiana per la qualità di vita *intergenerazionale*) e poi in Val di Cembra, Valsugana, Val di Fassa, con un’esperienza al rifugio Roda di Vael».

La prima giornata, ambientata nel Parco Naturale di Paneveggio - Pale di San Martino, è stata dedicata al tema della cura della foresta, con le visite alla Xiloteca e al Centro visitatori di Paneveggio e l’illustrazione del progetto «Trentino tree agreement».

Trento è stata la meta della seconda giornata del viaggio, durante la quale non sono mancate le visite guidate al Museo e all’enoteca provinciale a Palazzo Roccabruna. Nel terzo giorno in programma, i giornalisti e gli influencer, divisi in gruppi, hanno potuto scegliere tra quattro itinerari tematici: la Val di Cembra, alla scoperta della viticoltura eroica; la Val di Fiemme, per approfondire il tema della filiera del legno in chiave sostenibile; la Valsugana, destinazione sostenibile certificata Gst e terra in cui l’acqua è protagonista, con i due laghi di Levico e Caldonazzo, entrambi Bandiere blu, ed anche con le sorgenti e le fonti termali; la Val di Fassa, con l’escursione al rifugio Roda di Vael, con il racconto di Roberta Silva, Presidentessa Ass. Rifugi del Trentino, sulle fatiche del lavoro in alta montagna, ma anche le meraviglie che ogni giorno regala l’incomparabile ambiente dolomitico.

«All’iniziativa hanno partecipato rappresentanti di testate particolarmente importanti – ha infine evidenziato Elisabetta Gutterer – tra le quali, il quotidiano austriaco Die Presse, i femminili tedeschi Petra e Für Sie, il prestigioso Dav Panorama, il quotidiano nazionale polacco Gazeta Wyborcza e i mensili olandesi sul mondo green Roots Magazine e Bergen Magazine sul turismo outdoor; fra le testate inglesi, due influenti quotidiani online, The I (Independent) e Euronews (sezione travel); per l’Italia hanno partecipato il Corriere della Sera, Ilsole24ore.com, Il Giornale, D Repubblica, Style e Telepadova 7Gold. Le influencer presenti sono state la polacca Aleksandra (36.000 follower) e la tedesca Anastasia (100.000 follower)».

Dubbi di novembre

1° e 20°

42

■ Mi è stato segnalato che esistono degli interventi agevolativi sotto forma di credito d'imposta a favore di soggetti esercenti l'attività di cuoco professionista. Di cosa si tratta?

«L'agevolazione di cui stiamo parlando è rivolta a cuochi professionisti che lavorino presso alberghi e ristoranti, sia come dipendenti, sia come autonomi in possesso di partita iva. L'agevolazione è concessa sotto forma di credito di imposta in regime de minimis, nella misura massima del 40% del costo delle spese ammissibili, sostenute tra la data del 1° gennaio 2021 e la data del 31 dicembre 2022. L'agevolazione massima concedibile a ciascun beneficiario non può eccedere l'importo di 6.000 euro. Per poter beneficiare del credito d'imposta i soggetti richiedenti devono essere residenti o stabiliti del territorio dello Stato; essere alle dipendenze, con regolare contratto di lavoro subordinato, di alberghi e ristoranti, ovvero titolari di partita iva per attività di cuoco professionista svolta presso i medesimi soggetti, almeno a partire dalla data del 1° gennaio 2021; essere nel pieno godimento dei diritti civili. Sono ammissibili all'agevolazione le spese relative a:

- a) l'acquisto di macchinari di classe energetica elevata, destinati alla conservazione, lavorazione, trasformazione e cottura dei prodotti alimentari;
- b) l'acquisto di strumenti e attrezzature professionali per la ristorazione;
- c) la partecipazione a corsi di aggiornamento professionale.

Ai fini dell'ammissibilità all'agevolazione, le spese devono essere pagate attraverso conti correnti intestati al soggetto beneficiario e con modalità che consentano la piena tracciabilità del pagamento e l'immediata riconducibilità dello stesso alla relativa fattura o ricevuta».

■ Come dobbiamo comportarci quest'anno con l'accensione dei riscaldamenti nei nostri alberghi? Quali sono le regole da rispettare?

«Il Ministero della Transizione Ecologica ha aggiornato la disciplina dei limiti di esercizio degli impianti termici di climatizzazione alimentati a gas naturale a servizio delle strutture turistico ricettive per la stagione invernale 2022/2023. Durante il periodo di funzionamento degli impianti termici a gas la media ponderata delle temperature dell'aria misurate nei singoli ambienti riscaldati di ciascuna unità immobiliare non dovrà superare i 19°C con una tolleranza pari a più 2°C (in precedenza era previsto un limite di 20°C e più 2°C). Per l'utilizzo degli impianti termici di climatizzazione alimentati a gas naturale vengono definiti nuovi limiti legati alle diverse zone climatiche. Per quanto riguarda il Trentino le zone climatiche sono solo due e i limiti sono i seguenti:

- zona E: 13 ore giornaliere dal 22 ottobre al 7 aprile;
- zona F: nessuna limitazione.

Si rammenta che la durata giornaliera di attivazione degli impianti non ubicati nella zona F è compresa tra le ore 5 e le ore 23 di ciascun giorno e può essere frazionata in due o più sezioni orarie. Sono considerate in zona climatica F le porzioni edificate aventi quota superiore a m. 431 s.l.m.; per le restanti la zona climatica da attribuire è la E».

■ Se un cliente non effettua il pagamento del soggiorno e conseguentemente non effettua nemmeno il pagamento dell'imposta, devo provvedere io come gestore al pagamento dell'imposta provinciale di soggiorno?

«Sì, i gestori delle strutture ricettive e alloggi ad uso turistico, in qualità di responsabili del pagamento dell'imposta con diritto di rivalsa sui soggetti passivi sono tenuti ad effettuare il pagamento dell'imposta, indicando nella comunicazione il soggiorno effettuato dal cliente».

Forza dalla Natura.

Risparmia subito sull'acquisto
di **gas naturale.**



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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



cap 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI



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



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

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

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

 **FINSTRAL**