

# Turismo & Ospitalità

nel Trentino

## MAGAZINE

10.2017 Anno XXXV



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



DOLOMITI  
DOLOMITES  
DOLOMITIS  
FONDAZIONE UNESCO  
SOCIO  
SOSTITUTORE

# UN'ESTATE CHE PIACE

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

**L'ASAT LANCIA  
L'ORA DI TURISMO**  
Avvicinare gli studenti  
al mondo alberghiero

**ALBERGHI E AMICI  
A QUATTRO ZAMPE**  
Sempre più ricercati  
gli esercizi *pet friendly*

**I NUOVI CORSI  
PROFESSIONALI**  
La formazione ancora  
punto di riferimento

**AIRBNB NON PAGA  
ANCORA LE TASSE**  
Federalberghi: è una  
cosa inammissibile

**HOTEL 2017 APRE  
A BOLZANO**  
Sarà Startup Village  
la novità di quest'anno



## Aggiungi una stella al tuo albergo. Mercedes-Benz Classe V e Vito.

I servizi di courtesy car sono spesso il primo biglietto da visita di una struttura alberghiera. Mercedes Classe V e Vito Tourer rappresentano il top nel mondo dei vip-shuttle. Autoindustriale, Concessionaria Ufficiale per il Trentino, ha l'offerta perfetta per il tuo business.

**Grazie alla collaborazione con Federalberghi su Classe V e Vito Tourer ti abbiamo riservato uno sconto a partire dal 15%\*.**

Da Autoindustriale vantaggi esclusivi su tutta la gamma per associati ASAT.

\*Offerta valida esclusivamente su Classe V 8 posti e Vito Tourer 9 posti e in combinazione con un prodotto finanziario di Mercedes-Benz Financial Services.

**Mercedes-Benz**

Vans. Born to run.



**Autoindustriale S.r.l.** Concessionaria Mercedes-Benz Veicoli Commerciali  
Bolzano, Via A. Grandi 16, tel. 0471 550250 - Brunico, Via J. G. Mahl 48, tel. 0474 570000  
Trento, Via Stella 13, tel. 0461 1735300 - [www.autoindustriale.com](http://www.autoindustriale.com)

# Sommario

# Turismo estivo ok, serve un piano per il futuro



## TEMA DEL MESE

- Le vacanze estive in Trentino conquistano sempre più turisti pag. 4
- Le Apt del territorio confermano: il turismo estivo è in crescita pag. 6
- La stagione di rifugi e B&B chiude con un segno più pag. 8
- Ottima performance del turismo estivo italiano pag. 9



## VITA ASSOCIATIVA

- Tutti a scuola con l'ora di turismo pag. 10
- Turismo e mobilità: un binomio inscindibile pag. 12
- Il Trentino è sempre più Vacanze Pet Friendly pag. 14
- È nato Goooutdoor pag. 16
- Trentino Charme e Rotari, due eccellenze si incontrano pag. 18
- Sfruttare il canale virtuale per vantaggi reali pag. 20



## FEDERALBERGHI

- Tassazione sulle locazioni brevi, i portali si oppongono pag. 22



## GIOVANI

- Giovani albergatori in assemblea: realtà a confronto per crescere insieme pag. 24



## SPEAK ENGLISH

- Revenue optimization... never enough! pag. 26



## CORSI CAT

- Il calendario corsi novembre 2017 pag. 28



## FIERA HOTEL BOLZANO

- Le migliori dieci startup in mostra pag. 32



## LIBRI & TURISMO

- Montagne del Novecento pag. 34



## TRENTINO MARKETING

- Il Trentino vissuto con la Guest Card pag. 36



## NORMATIVE

- Legionellosi, la prevenzione negli hotel pag. 40
- Dubbi pag. 42

La stagione turistica estiva del Trentino anche in attesa dei dati di settembre mostra risultati positivi. Arrivi e presenze migliorano entrambe rispetto all'anno precedente. I dati di benchmark si affiancano mostrando una crescita del prezzo medio e del tasso di occupazione delle camere nelle aziende alberghiere.

Anche guardando ai dati degli ultimi anni, ovvero con una visione di medio - lungo periodo, il turismo trentino conferma un andamento che è difficile non giudicare soddisfacente.

Certo rimangono disparità negli andamenti tra ambiti e non si può accantonare come non più esistente il tema di un recupero di redditività necessario per gli investimenti e per la distribuzione di reddito da parte delle aziende e più in generale per il consolidamento del sistema turistico provinciale.

I commenti rispetto a questa situazione rilevano, secondo gli interlocutori, i fattori di questo successo. Chi è poco incline all'ottimismo evidenzia soprattutto che anche le altre regioni italiane mostrano questo andamento positivo e ne attribuiscono gran parte alla situazione di incertezza e di pericolo in zone tradizionalmente mete concorrenti delle nostre destinazioni.

Certamente ha influito l'andamento meteorologico, meglio dire il gran caldo, che rimane un elemento di assoluto rilievo nel far scegliere le zone montane nel periodo estivo. Lo dimostra anche la brusca caduta di arrivi e prenotazioni che sono segnalate nel mese di settembre, a seguito di un tempo meno favorevole. Vale ricordare quanto questo aspetto relativo al clima abbia analogo importanza nella stagione invernale che produce risultati molto diversi e direttamente correlati alle precipitazioni nevose.

Vero è che il turismo trentino non vive solo di riflesso e condizionato da fattori esterni. Una lettura che si limitasse solo a questo non renderebbe giustizia al lavoro e all'impegno degli attori del turismo trentino, a partire dalle imprese con la loro capacità di accoglienza in termini di strutture e servizi, al sistema della promozione e dell'organizzazione turistica provinciale e d'ambito, alla qualità ambientale del territorio.

In questo quadro chiederemo che la prossima legge finanziaria sostenga gli investimenti sulle aziende, confermi le risorse al sistema della promozione, crei un contesto favorevole con una pressione fiscale e burocratica minore per confermare se non aumentare questi risultati.

Queste, però, sono decisioni che, se prese, produrranno effetti che interesseranno presumibilmente i prossimi due-tre anni. Diverso è il discorso sul medio - lungo periodo per il quale, forse, è giunto il momento che il nostro settore, sia per parte pubblica che per parte privata, cominci ad interrogarsi su quali scelte strategiche e di visione sia necessario fare.

L'importante operazione progettuale ed economica attuata a cavallo tra Madonna di Campiglio e la Val di Sole e il dibattito che si è sviluppato sul destino di Passo Rolle a seguito dell'iniziativa annunciata da Lorenzo Delladio, amministratore de La Sportiva, senza volere entrare nel merito delle stesse, sono il segnale che si sta iniziando a ragionare in tal senso.



direttore Roberto Pallanch

# MAGAZINE

10.2017 Anno XXXXV

Chiusura Editoriale 25/00/2017

Foto Copertina: Il lago di San Pellegrino - Foto Nicola Angeli

tempo di lettura autore dell'articolo

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

**Direzione, Redazione, Amministrazione:**

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

**Direttore Responsabile:** Roberto Pallanch

**Comitato di Redazione:** Davide Cardella, Andrea Rudari,

Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Fabia Sartori, Sonia Ioriatti

**Abbonamento annuo:** € 40,00

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

**Grafica e pubblicità:** OGP srl - Agenzia di Pubblicità

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

**Stampa:** Tipografia Esperia - LAVIS



🕒 7' e 50"

👤 Fabia Sartori

La frescura della montagna ha attirato molti ospiti in Trentino

# Le vacanze estive in Trentino conquistano sempre più turisti

Gli albergatori:  
 “Ogni destinazione mostra grande appeal per gli ospiti”

Il Trentino chiude la stagione estiva 2017 con successo: presenze ed arrivi di turisti italiani e stranieri sono in aumento rispetto ai mesi di luglio ed agosto del 2016. E gli albergatori non possono che dichiararsi soddisfatti. Anche se perfettamente consapevoli del fatto che il percorso da seguire per “lanciare” la stagione estiva in tutte le sue potenzialità è ancora lungo, e richiede impegno e costanza. Unica nota negativa è il mese di settembre: i capricci del meteo hanno mantenuto i flussi di turisti a livello inferiore rispetto allo stesso mese dello scorso anno.

Grande soddisfazione giunge dalla Val di Fassa con il presidente della sezione dell'Asat di Centro Fassa **Celestino Lasagna**. “Le ottime temperature che hanno caratterizzato i mesi di luglio ed agosto - dice - hanno invogliato i turisti a frequentare la montagna: presenze ed arrivi di ospiti italiani sono aumentate, così come quelle di turisti stranieri. Di conseguenza anche le strutture ricettive ne hanno beneficiato. Il mese di settembre, invece, è stato assai piovoso, e quindi ci ha regalato meno soddisfazione rispetto al 2016”. Lasagna sottolinea come le prenotazioni che arrivano in albergo continuano a seguire la modalità “ultima ora”. “Inoltre - chiarisce - si consolida anche la tendenza da parte della clientela italiana a trascorrere vacanze più brevi in termini di periodo. Ad onor del vero, anche i servizi a pagamento vengono utilizzati in modo sporadico”.

“Si è appena conclusa - precisa il presidente dell'Asat di Folgaria **William Gatti** - una stagione eccezionale dal punto di vista climatico, che ha portato molti ospiti sul nostro territorio. Folgaria ha accolto famiglie di italiani, anche se non sono mancati gli sportivi italiani e stranieri in virtù del crescente numero di proposte legate alla mountain bike”. Rimane il cruccio delle seconde case: “Se molti alberghi - dice Gatti - hanno investito per migliorare e portano con loro numeri interessanti, presenze ed arrivi potrebbero ancora crescere se si trovasse soluzione per sfruttare positivamente il gran numero di appartamenti sfitti e fatiscenti che si trovano nella nostra zona”.

Anche **Christian Armani** della sezione Asat di Campiglio conferma l'andamento più che positivo della stagione estiva, intesa come mesi di luglio e agosto. “I risultati ottenuti - afferma - sono certamente notevoli, con un miglioramento rispetto allo scorso anno. E credo che questo sia in parte imputabile al consolidamento del sistema di offerta turistico, che prevede numerose proposte legate alle card (DoloMeetCard e Guest Card). Questo tipo di servizio è particolarmente apprezzato dagli ospiti, che riescono a vivere appieno la loro vacanza grazie alla poliedricità dell'offerta in esse contenuta”. Armani dichiara, poi, che anche il grande caldo estivo è stato sicuramente uno dei motori che ha spinto i turisti a scegliere la montagna trentina.

Sull'Altopiano della Paganella si parla di record di presenze per la stagione appena conclusa. “Il meteo ha certamente aiutato - rivela il neopresidente della sezione

dell'Asat di Andalo **Alessandro Bertagnolli** - ma non dobbiamo scordare che moltissimi turisti hanno timore di uscire dai confini dell'Italia o dell'Europa e questo può chiaramente influire sui flussi dei vacanzieri”. Bertagnolli ricorda che sull'Altopiano della Paganella il turismo è principalmente legato alla presenza di famiglie. “I mercati esteri di Svizzera e Belgio - racconta - sono in crescita, il che compensa il piccolo calo sulla Germania. Anche se, in realtà, Andalo è particolarmente interessato dai flussi italiani”. “È fondamentale che - conclude - tutti proseguano con impegno nel lavoro di promozione della stagione estiva, che sarà in futuro fonte di ancor grandi soddisfazioni”.

La presidente dell'Asat di Riva del Garda **Elisa Ressegotti** condivide appieno le sensazioni dei suoi colleghi albergatori. “Fino a fine agosto - spiega - l'estate è andata benissimo. A settembre c'è stato un calo legato alle numerose perturbazioni: qualche ospite è partito prima oppure ha disdetto il weekend di vacanza. Ad ogni modo, complessivamente sembrano aumentate sia le presenze che gli arrivi”. Riguardo alla parte finale della stagione, la presidente Ressegotti ricorda che sul Garda sono stati pensati numerosi eventi (Emtb Adventure, Lake Garda Marathon, Festival Scacchistico) in maniera da aiutare il turismo a migliorare le sue performance anche nei periodi in cui esso vive un naturale momento di calo.

Infine, il presidente della sezione Asat di Baselga di Pinè **Giancarlo Andreatta** è soddisfatto della stagione positiva. “Lavoro e sacrificio da parte di tutti - afferma - stanno finalmente portando a risultati sempre migliori. Quest'anno, ad esempio, non dobbiamo solo riscontrare un aumento di presenze sull'Altopiano di Pinè, ma è bello poter constatare una crescita del mercato tedesco”. Andreatta tiene a sottolineare che le amministrazioni dei diversi comuni, l'Apt e gli albergatori sono riusciti a creare una rete di attrazioni ed eventi in grado di attrarre sempre più turisti. “Il nostro Altopiano - conclude - si sta concentrando principalmente verso un target di giovani e famiglie. Non sono mancati, poi, a settembre gli appassionati di funghi, presenti in buona quantità grazie alle abbondanti piogge”.



Foto Carlo Baroni

I laghi si confermano ancora un punto di forza della nostra ospitalità

# Le Apt del territorio confermano: il turismo estivo è in crescita

Da presidenti e direttori di alcune delle Apt presenti sul territorio trentino arrivano segnali confortanti: il turismo estivo è in ottima salute e cresce di anno in anno. Ma questo è possibile solo grazie all'impegno di tutti gli attori legati al settore.

Meteo favorevole ed un rinnovato interesse per la montagna da parte di italiani e stranieri sono i principali motori della "macchina" della vacanza trentina. "Non dimentichiamo - dice il presidente dell'Apt di Campiglio **Adriano Alimonta** - che sia all'interno sia all'esterno dei confini nazionali sono state condotte importanti politiche promozionali. Da sottolineare anche il notevole miglioramento delle politiche locali legate all'offerta estiva ed alla valorizzazione dell'ambiente". Dello stesso parere è anche il direttore dell'Apt di Fassa **Andrea Weiss**: "Siamo soddisfatti del positivo andamento della stagione estiva - dichiara - in parte legato al miglioramento del sistema di offerta turistica. Le Dolomiti stanno diventando una meta turistica ambita non solo in inverno, ma anche nei mesi caldi. E questo grazie ai piaceri della buona cucina, all'appeal dello stile di vita montano, al riconoscimento in qualità di location ideale per condurre una vacanza attiva (arrampicata, escursione, mountain bike)".



Foto: Marco Simonini

Il Trentino è meta turistica apprezzata anche dalle famiglie...

Non manca un po' di autocritica e di consapevolezza di dover fare meglio: "Per Campiglio - aggiunge Alimonta - la proposta relativa allo sci rimane la base su cui impostare l'attività turistica. Tuttavia, è necessario proseguire con motivazione verso il lancio della stagione estiva: siamo solo all'inizio di un percorso che richiede investimenti in strutture ed aumento della qualità dei servizi. Siamo soddisfatti, per l'estate 2017, degli aumenti in termini di ospiti italiani e stranieri".

"In questo momento - spiega Weiss - la sfida per la Val di Fassa non è fare più numeri, bensì alzare l'asticella nel percorso legato alla qualità: le Dolomiti dovranno diventare destinazione di wellness e bellezza, di qualità ambientale e vacanza attiva". Weiss sottolinea che il lavoro di internazionalizzazione svolto ha consentito di incrementare le presenze dei turisti dei Paesi stranieri, portandole a livello di quelle invernali, in particolare nei mesi di inizio e fine stagione. Agosto è ancora contrassegnato dalle vacanze

Ospiti in montagna  
per il meteo  
favorevole,  
ma anche grazie  
all'impegno  
degli operatori

🕒 6' e 10"

prezzo basso, in quanto le strutture che lavorano meglio sono quelle che hanno il prezzo medio di vendita della stanza più alto. Inoltre, i nostri ospiti apprezzano le spiagge attrezzate, le Bandiere Blu attribuite ai laghi, i centri termali, le diverse attività di intrattenimento e di programmazione con

possibilità di fare sport, escursioni, visite culturali ed enogastronomiche". Insomma, una vacanza simile a quella al mare, ma con il valore aggiunto della montagna. Tanto che anche in Valsugana si è notato un aumento della percentuale dei turisti stranieri nel settore recettivo alberghiero, passando dal 20% di qualche anno fa al 40% attuale. Il che significa che tedeschi e olandesi non trascorrono più esclusivamente le vacanze in campeggio.

Anche dalla Val di Sole arrivano ottime notizie in merito a presenze ed arrivi estivi. "Non possiamo che essere soddisfatti - sottolinea il presidente dell'Apt della Val di Sole **Luciano Rizzi** - poiché in entrambi i mesi estivi abbiamo chiuso con un segno più". Ma non solo. Rizzi sottolinea anche che la stagione estiva si è "allargata" verso i mesi di giugno e settembre. "In particolare - prosegue - quest'ulti-

mo mese è stato caratterizzato da numerose iniziative legate al mondo dei formaggi e degli animali al pascolo, che sono in grado di conquistare un importante numero di turisti". Rizzi ricorda che "l'industria invernale dello sci porta sempre ottimi risultati, ma che tutti gli attori del mondo del turismo sono molto impegnati per rendere la montagna ancor più interessante durante la stagione estiva con molti eventi ed iniziative".

Non manca un riscontro positivo dal lago di Garda. "Arrivi e presenze nei settori alberghiero ed extra alberghiero, oltre che nei campeggi, sono in deciso aumento rispetto agli anni scorsi", dichiara la direttrice di Garda Trentino Spa **Roberta Maraschin**. "A fare da traino - sostiene - è sempre il turismo straniero con la Germania in primis, seguita da Austria e Svizzera, Inghilterra ed Irlanda, Paesi dell'Est". Non mancano, tuttavia, gli italiani che scelgono il Garda come destinazione delle vacanze estive. Da rilevare le numerose presenze legate alla vacanza attiva, sponsorizzata dall'ambito gardesano trentino, che si può trascorrere tra sport lacustri e montani.



Foto: R. Kaulich

... e dagli amanti delle attività all'aria aperta

degli italiani, con particolare riferimento alle famiglie".

Anche per la Valsugana l'estate appena terminata è da segnalare come positiva in termini di presenze. La campagna di promozione che associa i laghi di Levico e Caldonazzo al "mare in montagna" ha dato i suoi ottimi frutti. "In tal senso - afferma il presidente dell'Apt Valsugana **Stefano Ravelli** - emerge in modo chiaro la presenza di un cliente "attento". È innanzitutto da sfatare il mito del

# La stagione di rifugi e B&B chiude con un segno più

Caldo e bel tempo portano un aumento del numero di clienti

🕒 3' e 10"

Rifugi e Bed and Breakfast di qualità concludono la stagione estiva con soddisfazione, grazie ad un incremento del numero di ospiti rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Unico punto negativo, almeno per i rifugi, il piovoso mese di settembre. Pioggia che ad alta quota si è trasformata in neve, con conseguenze davvero pesime per i rifugisti che, di fronte ad un ingente numero di prenotazioni, si sono invece ritrovati con pochissimi ospiti presenti nelle strutture.

Tornando ai mesi di luglio e agosto, centrali per quanto riguarda i rifugi (specialmente in riferimento a quelli di alta quota), il gestore del rifugio Des Alpes (Col Rodella, 2.387 metri) **Ezio Croce** parla di un 15% di presenze in più sia per i rifugi di bassa sia per quelli di alta montagna. "Il continuo bel tempo ed il grande caldo estivo - dice - ha portato più escursionisti sui sentieri montani. Tendenzialmente gli ospiti dei rifugi si fermano per pranzo, ma non sono mancati nemmeno i pernottamenti". "In particolare - prosegue Croce - nei periodi di luglio ed agosto abbiamo ospitato molti italiani, anche famiglie. Mentre negli altri mesi estivi non sono mancati i turisti stranieri". In tal senso il presidente dell'Associazione gestori rifugi del Trentino **Ezio Alimonta**, gestore del Rifugio



I rifugi sono punto di riferimento per molti ospiti

Alimonta (Vedretta degli Sfulmini, 2.580 metri) ricorda che gli stranieri si "avventurano" di buon grado anche verso i rifugi di alta quota (circa un 65% degli ospiti totali). Mentre gli italiani prediligono quelli di bassa montagna.

A detta di Alimonta il mese di settembre è stato davvero disastroso in termini di presenze. "La stagione sembrava essere andata benissimo - chiarisce - ma con il maltempo del mese di settembre siamo più o meno andati in pari con lo scorso anno. Basti pensare che nel primo week end del mese, a fronte di 80 prenotazioni, si sono presentati soli tre ospiti a causa di freddo e neve".

Per quanto riguarda, invece, l'associazione Bed and Breakfast di qualità in Trentino i risultati sono nettamente positivi. "In termini di ricettività nelle nostre strutture - afferma la presidente **Stefania Angeli** - abbiamo riscontrato certamente un aumento nelle richieste di pernottamento. E questo va in parte collegato alla caldissima estate appena trascorsa". Ma non solo. "I turisti che scelgono i B&B di qualità - conclude - apprezzano davvero molto il contatto diretto che hanno con i titolari delle nostre strutture. Oltre alla possibilità di assaggiare i sapori rurali della tradizione trentina, creati dai gestori su misura per loro".

# Ottima performance del turismo estivo italiano

“L'estate 2017 è stata caratterizzata da un'ottima performance”. Sono le parole del presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** a commento di un'indagine sulle vacanze estive degli italiani. “Sono stati oltre 34 milioni gli italiani tra maggiorenni e minorenni che si sono messi in movimento nei mesi estivi, pari al 56,6% dei connazionali, con un aumento del 3,2% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Il giro di affari si attesta sui 22 miliardi di euro, in crescita del 2,2% rispetto al 2016.

Agosto si conferma il mese per eccellenza dedicato alle vacanze ma si rileva anche un'apprezzabile crescita del mese di settembre, scelto dal 12,4% degli italiani (contro il 9,2% del 2016) per trascorrere la propria vacanza principale. Si tratta di un dato che lascia ben sperare e che merita di essere accompagnato con adeguate politiche di destagionalizzazione”. “Il complesso degli indicatori disponibili - aggiunge Bocca - conferma che l'Italia conserva la sua attrattività, sia per il turismo interno che per il turismo internazionale, ed è inoltre percepita come un paese sicuro”.

“Sono numeri importanti che fanno riflettere - conclude il presidente di Federalberghi - L'economia del turismo continua a creare

Da giugno a settembre stimati in vacanza 34,4 milioni di italiani

🕒 3' e 10"

posti di lavoro e a distribuire ricchezza nonostante tutto. È in queste circostanze che bisogna spingere sull'acceleratore e fare di tutto per non perdere l'abbrivio. Gli albergatori ribadiscono la necessità di misure capaci di sostenerne la crescita, incentivando la riqualificazione delle strutture, riducendo il peso della pressione fiscale, contrastando con decisione ogni forma di esercizio abusivo delle attività turistiche. E si augurano che le istituzioni e le forze politiche pongano finalmente il turismo al centro delle politiche di sviluppo del nostro Paese”.

## Ancora più forti!



Grandimpianti Noselli, da **oltre 40 anni** attivo nel settore gastronomico, scende in campo con un **nuovo partner forte** al suo fianco. Una tecnologia all'avanguardia e un servizio ottimizzato vi consentiranno di concentrarvi solo sugli aspetti essenziali della vostra attività.

**Contattateci!**



**GRANDIMPIANTI**

Noselli

# Tutti a scuola con l'ora di turismo

L'Asat: "Educare i nostri ragazzi per far crescere il turismo del futuro"

🕒 5' e 20"



Il primo giorno di scuola è sempre un momento di grandi aspettative



Foto Aldi

Gianni Battaiola

Introdurre nei piani di studio delle scuole dell'obbligo di ogni ordine e grado l'ora di turismo. La proposta arriva dall'Associazione albergatori del Trentino (Asat) attraverso il suo vicepresidente **Gianni Battaiola**. Il quale tiene a sottolineare quanto sia già proficua ed efficace la collaborazione tra settore turistico, istituzioni ed ambito scolastico. "Non dobbiamo - dichiara - fermarci a quanto fatto fino ad oggi. Per raggiungere grandi obiettivi è fondamentale lavorare in maniera sinergica e costante, coinvolgendo tutti gli attori legati al mondo del turismo".

Tornando alla proposta di introdurre il turismo come materia didattica nei programmi delle scuole trentine, il vicepresidente Battaiola ricorda quanto sia indispensabile investire sul capitale umano. "Il Trentino - dice - ha la grande fortuna di avere a disposizione una natura incontaminata, un territorio meraviglioso con strutture ed infrastrutture *ad hoc* che consentono ai turisti di viverlo. Siamo, quindi, naturalmente predisposti al turismo. Ed è importante che i nostri bambini e ragazzi apprendano fin dalla tenera età che il turismo è bello, che offre opportunità incredibili sia dal punto di vista economico sia dal punto di vista lavorativo". Insomma, stop a quei tratti di "chiusura" nei confronti delle novità o degli ospiti che in molti casi fanno sbuffare i trentini.

Ampio spazio, invece, a cordialità e cortesia, a sorrisi e capacità di accoglienza, a gentilezza e rinnovata predisposizione verso gli ospiti. "Non scordiamo - afferma Battaiola - che il turismo rende florida l'economia. E questo significa benessere per tutti i residenti in Trentino. Con il turismo si aprono anche opportunità di internazionalizzazione e di scambi culturali. Senza dimenticare che è utile che i nostri ragazzi imparino a conoscere e convivere con persone, lingue e culture diverse. In questa maniera il turista non sarà più visto, come spesso accade, come un extraterrestre ma sarà considerato un amico da conoscere e con cui convivere". La proposta del vicepresidente dell'Asat poggia su solide basi.

“È innegabile che, negli ultimi anni, il sistema turistico trentino - dichiara - abbia dato grandi soddisfazioni in termini di presenze e arrivi, oltre che dal punto di vista economico”. “Il turismo in Trentino - prosegue - sta diventando un settore sempre più strategico, così come ripetuto più volte dal presidente della Provincia Ugo Rossi e dall'assessore competente Michele Dallapiccola. Senza scordare che i Piani di sviluppo ed i Piani di economia e finanza sono fortemente legati ed orientati allo sviluppo del turismo territoriale. Inoltre, la Provincia investe annualmente parecchi soldi e risorse in promozione, investimenti alberghieri ed impianti infrastrutturali”. E queste sono solo alcune delle motivazioni, a detta di Battaiola, per cui sarebbe importante educare i giovani alla cultura del turismo e del turista.

Battaiola ricorda poi, in tal contesto, che “purtroppo ancora oggi esiste una sorta di anti-turismo in chi vive sul territorio trentino: molti dimostrano fastidio e scarsa tolleranza verso l'intenso traffico stradale, o nei confronti del

buon numero di turisti che si possono incontrare sui sentieri di montagna, o ancora riguardo ai flussi intensi di clienti al supermercato o al distributore di benzina”.

“Se si vuole fare qualità nel turismo – sancisce – è d'obbligo investire sul capitale umano. E questo potrà anche portare ad un importante cambio di mentalità, ad un apprezzamento del turismo in tutte le sue sfaccettature, che permetterà tra l'altro di risolvere i problemi che molti albergatori hanno a reperire personale qualificato, conoscitore del territorio, delle tradizioni e del sistema trentino”.

Battaiola tiene molto a ricordare che, negli ultimi anni, sono stati fatti molti passi avanti grazie alla sinergia tra tutti gli attori del settore turismo. “Ad esempio - spiega – sono ormai diffuse le collaborazioni tra aziende turistiche e scuole alberghiere. Il che significa che un gran numero di studenti affronta stage e fa esperienza in albergo. Ma anche che molti professionisti albergatori entrano nelle scuole per “raccontare” la propria attività lavorativa e trasmettere qualche fondamento di accoglienza ai giovani”. Non solo. L'Accademia della montagna si occupa di formare sul turismo molti insegnanti delle scuole trentine. Infine, il Dipartimento provinciale per l'istruzione collabora con le associazioni di categoria in maniera da creare profili professionali ad hoc da formare nelle scuole, che vadano a collimare con le esigenze reali delle aziende”.

## SETTORE ALBERGHIERO: FACILITARE L'INCONTRO TRA DOMANDA ED OFFERTA DI LAVORO Confronto in Provincia per discuterne con le associazioni di categoria

Nei giorni scorsi la Provincia ha avviato un confronto con l'Asat ed l'Unat per individuare forme e strumenti per facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro nel settore alberghiero. Al tavolo erano presenti la dirigente del Dipartimento della Conoscenza **Livia Ferrario** ed i dirigenti delle scuole alberghiere trentine; l'Asat era presente con **Francesca Braus** (presidente dei Gat), con il vicedirettore **Davide Cardella** e **Andrea Rudari**.

Un confronto concreto e puntuale, per evidenziare buone pratiche e aspetti positivi, un incontro nel corso del quale i rappresentanti della Provincia hanno ammesso anche qualche criticità e forse - dicono - la necessità di intervenire sui contenuti della formazione professionale stessa per renderla più attuale e corrispondente alle esigenze del mercato.

Asat ha innanzitutto chiesto di avere i dati relativi ai tirocini curricolari e alle altre forme di alternanza scuola-lavoro nel nostro settore e di individuare delle buone pratiche da condividere e comunicare alla categoria. Il vicedirettore ha poi evidenziato una duplice criticità.

La prima è di ordine culturale e riguarda tutte le parti coinvolte: le famiglie ed i ragazzi, che devono scegliere questo lavoro con più motivazione e non come scelta di ripiego momentanea; le scuole, i cui docenti devono essere maggiormente orientati al mondo del

lavoro e, infine, le aziende stesse, che devono essere preparate e strutturate per la gestione di questo tipo di risorse. La seconda è di ordine pratico ed è legata alla difficoltà di coinvolgere un numero più ampio di aziende o di avere una maggiore preparazione dei ragazzi all'esperienza in azienda, non solo in riferimento alle competenze professionali ma anche, anzi soprattutto, a quelle relazionali e comportamentali.

L'Asat ha elaborato anche soluzioni ed idee puntuali che sono state proposte al Dipartimento e la cui disamina rimandiamo al prossimo numero del giornale.



Favorire l'entrata nel lavoro è l'intento comune

*Possibilità per lo sviluppo turistico e la mobilità nella zona alpina è il tema del primo Euregio Turism Summit che si svolgerà a Bolzano lunedì 16 ottobre prossimo in occasione della fiera HOTEL2017.*

Non può esistere turismo senza spostamento: un viaggiatore è per definizione una persona che si muove e, quindi, la mobilità è una condizione imprescindibile affinché il turismo esista. Per questo anche Hotel ha intercettato questa tematica e vuole metterla al centro dell'attenzione dei partecipanti.

# Turismo e mobilità: un binomio inscindibile

A HOTEL2017 di Bolzano un convegno con i presidenti dell'Euregio

🕒 3' e 15"

I presenti potranno poi assistere agli interventi di **Hermann Pengg**, Head of Audi AG's Renewable Fuel Department, Germania, che ci parlerà di "Mobilità 2050" e di **Sabine Wagner**, Mobility Concepts and Infrastructure, Fraunhofer IAO, Germania, che approfondirà le prospettive per una mobilità sostenibile.

La moderazione è a cura di **Harald Pechlaner**, direttore dell'istituto per lo sviluppo regionale Eurac di Bolzano e professore all'Università Cattolica di Eichstätt-Ingolstadt in Germania.

Nell'incontro si parlerà di che cosa dovrà essere fatto per rendere una determinata destinazione turistica attraente anche in futuro: quali sono i punti che richiedono una collaborazione tra partner e concorrenti, in maniera da rendere il soggiorno degli ospiti un'esperienza unica? Quali sono i campi nei quali le destinazioni turistiche dovranno collaborare con i diversi marchi e valori del luogo?

Queste e molte altre tematiche verranno discusse in fiera a partire dalle ore 9.00 presso il Meeting Event Center dai presidenti della Euregio Tirolo - Alto Adige - Trentino: **Arno Kompatscher**, della Provincia di Bolzano, **Ugo Rossi**, della Provincia di Trento e **Günther Platter**, governatore del Tirolo in Austria.



Tanti progetti per una mobilità a misura di territorio

## LE NUOVE TECNOLOGIE NEGLI ALBERGHI Un'indagine per conoscere lo stato dell'arte

Il ruolo delle nuove tecnologie nel turismo assume ormai un'importanza via via crescente: un sito aggiornato, le prenotazioni online, i canali social, una buona web reputation sono fattori necessari e indispensabili per garantire alla propria impresa una tenuta sul mercato. Oggi manca una fotografia chiara sull'impiego delle nuove tecnologie dell'informazione nel complesso delle nostre strutture ricettive. Un'indagine online proposta dall'Accademia d'Impresa agli esercizi alberghieri prova a colmare questa lacuna.

L'ASAT condivide le finalità di questa indagine (che sarà attivata nei primi giorni di ottobre e si concluderà nel mese di novembre), particolarmente interessata ai risultati raccolti e alle azioni che potranno essere avviate grazie alla conoscenza acquisita con questa ricerca. Solo un'adesione sufficientemente elevata potrà rendere credibili i dati raccolti. Per questo chiediamo a tutti i nostri Associati un impegno a collaborare, rispondendo al questionario che in questi giorni sarà recapitato online a tutti gli esercizi alberghieri.



Audi Q2

# #untaggable

#citycar ma anche #SUV, #crossover ma anche #coupé

In un mondo in cui tutto rientra negli schemi, allarga i tuoi orizzonti con Audi Q2. Un'auto iperconnessa, reattiva e personalizzabile, ma anche uno spirito libero che, grazie alla trazione integrale quattro, può affrontare qualsiasi terreno e condizione. Audi Q2 è pronta a trasportarti in un altro mondo. Il tuo. Configurala su [audi.it](http://audi.it) e scoprila nel nostro Showroom.

Gamma Q2. Valori massimi: consumo di carburante (l/100 km): ciclo urbano 6,7 ciclo extraurbano 4,8 - ciclo combinato 5,5; emissioni CO<sub>2</sub> (g/km): ciclo combinato 128.

**Audi All'avanguardia della tecnica**

**Dorigoni**

Via di San Vincenzo, 42 - Trento - Tel. 0461 381 200  
[www.dorigoni.com](http://www.dorigoni.com) - [vendita.audi@dorigoni.com](mailto:vendita.audi@dorigoni.com)

Via Parteli, 8 - Rovereto - Tel. 0464 038 899  
[www.dorigoni.com](http://www.dorigoni.com) - [vendita.rovereto@dorigoni.com](mailto:vendita.rovereto@dorigoni.com)

# Il Trentino è sempre più *Vacanze Pet Friendly*

🕒 4' e 30"

Ottimi risultati per la prima stagione del progetto *Vacanze Pet Friendly*, promosso da Trentino Marketing nell'ottica di offrire ai possessori di animali da compagnia numerosi servizi e proposte *ad hoc* per i propri amici a quattro zampe anche in vacanza. "Soprattutto i turisti italiani - dice **Valentina Cappio** di Trentino Marketing - hanno accolto con entusiasmo la possibilità di soggiornare presso strutture attrezzate per i propri animali da compagnia. Ma anche gli stranieri, una volta venuti a conoscenza delle potenzialità del territorio trentino riguardo alla cura dei loro piccoli amici, si sono rivelati davvero interessati a questo particolare tipo di offerta".

È indubbio che gli animali da compagnia siano protagonisti di un mercato in costante evoluzione: sempre maggiore è l'attenzione per il benessere di cane e gatto. Anche la produzione di contenuti online dedicati a Fido e Micia sono in forte aumento. Detto questo, secondo la *Royal Canin*, oltre 4 milioni di italiani scelgono di partire in vacanza con il proprio cane. Inoltre, l'Italia risulterebbe essere la meta preferita per il viaggio con il proprio amico a quattro zampe e il 76% degli italiani lo porterebbe con sé in vacanza.

Ecco, quindi, che l'assessorato provinciale al turismo insieme Trentino Marketing ha ritenuto opportuno lanciare il progetto *Vacanze Pet Friendly*. "Spesso - ha specificato Cappio - il possessore di un animale sceglie la destinazione della vacanza

In tante località, servizi dedicati per stare in compagnia dei propri amici.

za in base alla possibilità di portare con sé il proprio amico a quattro zampe. E questo è stato di fondamentale importanza per far decollare il progetto *Vacanze Pet Friendly*.

Il progetto ha consentito di mappare e mettere in rete l'attuale offerta turistica dedicata ai piccoli animali domestici, individuando le strutture *pet friendly* e creando nuovi servizi e proposte a cura di Apt, Consorzi ed operatori. In Trentino sono ben 137 gli alloggi (hotel, B&B, agriturismi e appartamenti) in cui gli ospiti con animali a seguito sono i benvenuti. Non mancano gli spazi comuni esterni dove correre e giocare. E per chi lo desidera è possibile registrare gratuitamente il proprio cane, gatto o furetto all'Anagrafe canina locale per il periodo della vacanza.

"Tutti questi servizi sono stati davvero graditi e sfruttati dagli ospiti che si sono recati in vacanza con i propri amici a quattro zampe", sottolinea Cappio. E l'estate *Pet Friendly* trentina non si è limitata solo a strutture ricettive attrezzate: sono molto diffuse, ad esempio, le *baux beach* accessibili ai piccoli animali domestici, escursioni ed itinerari da praticare con il proprio amico a quattro zampe, i servizi *e-bike* con il noleggio del carrellino per cani e i servizi di *dog sitting* con pensione diurna e proposte educative per Fido e Micia.

Anche sul portale [www.visittrentino.it](http://www.visittrentino.it) è presente una sezione interamente dedicata agli amici da compagnia.



Foto Cueli

Anche Fido si rilassa con le vacanze in Trentino

**L'energia è indispensabile per vivere!  
E' necessario però consumare meglio ed essere più astuti**

**Ridurre gli sprechi  
è il primo passo da fare  
trovare a chi affidarsi  
per una consulenza  
ed un contratto valido  
e sicuro  
aiuta a fare  
il resto**

**Il Cape dal 2003 sostiene ed aiuta gli operatori  
del settore turistico**

# È nato Gooutdoor

## Una guida per vivere il Trentino all'aria aperta

🕒 3' e 15"

**Gooutdoor.it** è il portale, ideato da due giovani trentini, che promuove l'offerta di esperienze da vivere all'aria aperta in Trentino. Molte sono le proposte: tour in Mountain bike, rafting, trekking a cavallo, canyoning, parapendio, ferrate sulle Dolomiti. Anche le attività invernali non mancano, scegliendo tra tour con ciaspole, escursioni in *fat bike* o con sci d'alpinismo, arrampicate su ghiaccio. Le esperienze, organizzate da professionisti, sono adatte a tutti e suddivise in diversi livelli di difficoltà.

Sul sito web si trovano tutte le informazioni essenziali per permettere al cliente di prenotare un'attività outdoor e trascorrere giorni indimenticabili in Trentino insieme a professionisti selezionati. Accedendo al portale l'ospite può visionare liberamente tutte le attività e i profili delle guide, trovare l'esperienza outdoor su misura per sé e prenotarla comodamente *online* con il supporto delle indicazioni e dei consigli di chi ha già provato quella specifica esperienza. Il portale mette anche a disposizione incentivi per favorire la prenotazione online quali la possibilità di ricevere 10% di sconto sull'esperienza utilizzando la *Trentino Guest Card* oppure 10% di sconto per l'acquisto di abbigliamento *Montura*.

Gli albergatori hanno altresì la possibilità di utilizzare gratuitamente Gooutdoor come servizio aggiuntivo a disposizione della clientela che alloggia nella struttura.

Essi infatti, potranno iscriversi alla *newsletter* riservata nella sezione "Hotel & Co" e ricevere così il programma settimanale delle attività outdoor previste nella propria zona, da esporre sul bancone o in una bacheca dedicata. Si propone poi l'inserzione di un banner nella mail di conferma inviata dalla struttura ricettiva a seguito della prenotazione di un pernottamento, suggerendo al cliente la possibilità di poter prenotare "una vacanza attiva" cliccando sul banner, per essere indirizzato al portale di Gooutdoor. È anche possibile implementare Gooutdoor sul sito della struttura ricettiva, cosicché il cliente possa visualizzare le attività presenti nella valata direttamente dal sito della struttura ricettiva. Un ulteriore vantaggio è la possibilità per i gestori delle strutture di scegliere se offrire al cliente il servizio senza nessun ricavo oppure, per chi lo desidera, di ottenere un guadagno da questo servizio che Gooutdoor offre: gli albergatori, versando una minima percentuale in più, potranno trarre dei vantaggi economici nel momento stesso in cui offrono questo servizio al cliente. Ci sarà quindi un guadagno da entrambe le parti.

Per usufruire del servizio, accedere a [www.gooutdoor.it](http://www.gooutdoor.it) iscrivendosi alla newsletter dedicata alle strutture ricettive presente nella sezione "Hotel & Co" oppure scrivere a [info@gooutdoor.it](mailto:info@gooutdoor.it).

### L'ASAT SI CONGRATULA CON MISS ITALIA 2017, ALICE RACHELE ARLANCH

La trentina Alice Rachele Arlanch è Miss Italia 2017. Figlia di un'operatrice turistica, che gestisce il B&B Arlanch 8 in Vallarsa, la giovane studentessa di Anghebeni non ha perso tempo nel ringraziare, attraverso un Tweet, anche l'Asat. A sua volta la nostra Associazione ha accolto con grande soddisfazione la notizia dell'elezione di Alice Rachele, e desidera esprimere un plauso alla vincitrice ed augurarle ulteriori brillanti successi nella sua vita. Certamente l'elezione a Miss Italia di Alice Arlanch può apportare un altro piccolo tassello al turismo trentino.

La ventunenne più bella d'Italia, quindi, risiede a Vallarsa, è alta 1.78 centimetri, ha occhi verdi e capelli castani, si è diplomata al liceo classico e studia giurisprudenza all'Università di Trento con indirizzo diritto internazionale e transeuropeo. Alice Rachele, poi, ha dichiarato che il suo sogno rimane di diventare un avvocato impegnato a garantire l'uguaglianza sociale e la tutela dei diritti delle minoranze.



CAT TURISMO propone una serie di corsi professionali con l'obiettivo di fornire, sia ai titolari delle aziende che ai loro collaboratori, gli strumenti operativi necessari per rispondere in maniera concreta all'evoluzione del mercato ed ai nuovi trend del settore. La formazione continua e l'aggiornamento professionale delle risorse umane consentono infatti di migliorare in modo importante il livello di motivazione del personale, il clima aziendale, l'efficienza e la produttività dell'azienda determinando così un benessere generale, necessario per mantenere un'elevata fidelizzazione della propria clientela e per attrarne di nuova.

Tutti gli incontri si terranno a Trento presso l'Associazione Albergatori - **Via Degasperi, 77.**

Per informazioni sui costi e sulle modalità dei corsi: [cat-turismo@asat.it](mailto:cat-turismo@asat.it) - **0461 92 36 66** int. 5

#### LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DELL'ALBERGATORE

CORSO	DATA	ORARIO
La gestione efficace dei reclami	15/11/2017	14.00-18.00
La gestione della tariffa in hotel - elementi base	29/11/2017	14.00-18.00

#### PRINCIPI DI DIGITAL MARKETING PER L'OSPITALITÀ

Modulo 1: facebook	06/10/2017	09.00-13.00/ 14.00-18.00
Modulo 2: youtube e vimeo	13/10/2017	09.00-13.00
Modulo 3: video e foto	18/10/2017	09.00-13.00
Modulo 4: google my business, Google analytics e google adwords	26/10/2017	09.00-13.00

#### AUMENTARE LE VENDITE CON I NUOVI TREND

Il menù del ristorante per trovare nuovi clienti	03/11/2017	09.00-13.00/ 14.00-18.00
La gestione sostenibile dell'albergo: da obbligo morale a fonte di ricavi	09/11/2017	10.00-13.00/ 14.00-17.00

#### WEB MARKETING

Il sito web perfetto per una struttura ricettiva / local search: ottimizzare la visibilità per le ricerche locali	06/11/2017	09.00-13.00/ 14.00-18.00
La distribuzione turistica online	14/11/2017	09.00-13.00/ 14.00-18.00
Disintermediazione: come aumentare i ricavi dell'hotel	21/11/2017	09.00-13.00/ 14.00-18.00

#### CORSO DI GRAFICA FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA

La comunicazione e la marca	27/11/2017	09.00-13.00/ 14.00-18.00
La comunicazione nel mondo del web	30/11/2017	09.00-13.00

#### SICUREZZA INFORMATICA

Sicurezza informatica proteggere il pc dai pericoli della rete	24/11/2017	09.00-13.00
--	------------	-------------

#### GESTIONE PROATTIVA DEGLI OBBLIGHI DI LEGGE

La privacy in albergo	01/12/2017	09.00-13.00/ 14.00-18.00
-----------------------	------------	--------------------------

# Trentino Charme e Rotari, due eccellenze si incontrano

Un nuovo accordo porterà lo spumante trentino nelle strutture accreditate del club

Territorialità, prestigio e qualità sono caratteristiche comuni al gruppo *Trentino Charme* ed alle *Cantine Rotari Mezzocorona*. Nel corso dell'estate appena trascorsa le due realtà imprenditoriali hanno dato inizio ad una nuova collaborazione, affiancando i propri marchi e garantendosi reciproca visibilità con le rispettive clientele.

Questa nuova *partnership* poggia sul concetto di eccellenza territoriale ed intende affiancare un gruppo di alberghi, che rappresentano una selezione delle migliori strutture ricettive trentine, ai prodotti di punta di un marchio importante e fortemente territoriale.

L'idea di fondo è stata, quindi, guidata dal desiderio di promuovere congiuntamente sul mercato due prodotti differenti: accoglienza turistica ed enogastronomia. E questo in funzione di un unico denominatore: l'eccellenza trentina. Trentino Charme è, infatti, un consorzio formato da un selezionato gruppo di piccole strutture ricettive, particolari e ricercate per architettura e per i servizi offerti, che si rivolgono ad una clientela di medio-alto livello alla ricerca di una vacanza che offra un'esperienza individuale autentica ed unica.

Il consorzio, intenzionato ad inserire all'interno di tale proposta un nuovo elemento in grado di aggiungere eccezionalità all'esperienza dell'ospite, ha individuato nelle Cantine Rotari un partner vincente e rappresentativo, rafforzando la "territorialità" della propria offerta. La *partnership* è stata avviata in funzione di una prima azione pratica che ha visto l'introduzione in ciascuna struttura Trentino Charme di uno dei

🕒 3' e 10'

👤 Francesco Biffi



prodotti di punta delle Cantine Rotari, il *Millesimato Alpergis*. Il quale viene offerto per un brindisi di benvenuto all'interno delle camere delle strutture del consorzio.

Inoltre, l'intera offerta Rotari è stata messa a disposizione della clientela Trentino Charme, che nel corso del proprio soggiorno ne può godere e disporre in diverse forme.

In parallelo, il progetto di *partnership* tra Trentino Charme e Cantine Rotari prevede una mirata attività di comunicazione volta a dare visibilità alla sinergia. In questa prima fase è stata avviata una campagna di promozione attraverso i canali *social* del Club Trentino Charme e del gruppo Rotari. L'obiettivo è quello di ampliare la visibilità dei due marchi, portando le clientele a conoscenza dell'offerta del rispettivo partner.

Per approfondimenti contattare la segreteria del Club Trentino Charme presso l'Asat ([info@trentinocharme.it](mailto:info@trentinocharme.it) - 0461/923666).



foto Ep Dolomites

Una nuova iniziativa per avvicinare il turismo ai prodotti del territorio

# PREPAGATE

## L'APP PER LA TUA PREPAGATA



**1.**  
SCARICA  
E ATTIVA L'APP



**2.**  
ASSOCIA UNA  
O PIÙ CARTE



**3.**  
ESEGUI LE PRINCIPALI  
OPERAZIONI DIRETTAMENTE  
DAL TUO SMARTPHONE



Scarica l'**APP PREPAGATE** e gestisci la tua carta ricaricabile direttamente dallo smartphone in tutta sicurezza. Puoi visualizzare il saldo e i movimenti, ricaricare la carta e il credito telefonico, trovare tutti gli ATM per i prelievi gratuiti e molto altro.



**Casse Rurali  
Trentine**

Venti di novità da oltreoceano, precisamente dalla Florida (USA), dove lo scorso giugno si è tenuto l'annuale appuntamento fieristico e convegnistico di *LE Miami*, presso il *Miami Beach Convention Centre*.

All'interno del neonato Ministero delle Idee, innegabilmente la sezione più pregnante di contenuti dell'evento, in cui si lanciano nuovi trend, si parte dall'assunto che dal lusso proviene la creatività, e non viceversa.

Sviluppando il pensiero laterale, gli innovatori vengono definiti come ribelli che riescono ad individuare il limite da spostare un po' più in là. Mentre i visionari sono coloro che hanno delineato i temi che ispireranno le scelte del viaggiatore contemporaneo.

Ecco i principali:

1. coltivare comunità, perché nell'era dell'iperconnessione i *travel brand* devono puntare alla creazione di contatti anche offline e non solo online;
2. tradurre la *brand experience* in identità e non ancorarla a qualcosa di meramente aleatorio, così da coinvolgere il consumatore nella sua fisicità;
3. diventare delle celebrità di nicchia: la nuova strategia degli *influencer*, nell'epoca in cui nessuno è più uno sconosciuto e tutti sono almeno un po' famosi, è quella infatti di passare dal *mass-marketing* al *micro-targeting*;
4. trasformare i tempi più duri (non quindi la crisi, che è strutturale anziché congiunturale come si pensava fino a poco tempo fa) in occasioni di riscatto.



Un momento di dibattito nel corso della manifestazione statunitense

# Sfruttare il canale virtuale per ottenere vantaggi reali

🕒 3' e 20"

👤 Francesca Maffei

Dall'appuntamento *LE Miami* i suggerimenti per creare un'efficace offerta in rete



All'interno di tali macro-aree, in chiave alberghiera esistono quattro nuovi orizzonti da tenere presenti, secondo gli esperti intervenuti al *summit*.

1. lavorare nella quarta dimensione permetterà di utilizzare la realtà virtuale in modo da ottenere un vantaggio reale.
2. sfruttare il fattore empatia, che, nell'industria dell'ospitalità, verrà rivoluzionato dall'intelligenza artificiale (AI - Artificial Intelligence).
3. attenersi alla parola d'ordine *omnichannel*, ovvero un modello di business che consente di mappare il viaggio del consumatore digitale attraverso una comunicazione multi-canale.

4. ricordare che definizione del wellness passerà (anche) da ciò che di tecnologico s'indossa: prevedere come evolverà il settore significa comprenderne la finalità d'uso.

A livello manageriale, creare nuovi scenari presuppone di investire con brand affermati in destinazioni inedite, in aree in via di sviluppo o sottosviluppate, che siano in grado di sopperire alla fruizione odierna e futura di un turismo innovativo.

In termini più concreti, l'attivismo sociale aiuta le vendite: nel mondo delle post-verità gli hotel devono guadagnarsi la fiducia dei clienti senza apparire cinici. Sovvertire gli stereotipi può anche voler dire innescare conversazioni sul tema del cibo, ad esempio, potente elemento unificatore di società frammentate.

Riassumendo in una battuta, la risposta emotiva all'età digitale uscita da LE Miami 2017 è lo *slow-down*. Movimento che, paradossalmente, non dà cenni di rallentamento.

*Publicato su SHARING TOURISM - luglio 2017*



## Non costa niente... È Gratis.









Lascia giocare gratis i bambini con gli innovativi giochi touchscreen, e non solo, della linea Kiki. Prodotti che non possono mancare in strutture sempre alla ricerca di nuove forme di intrattenimento per aumentare fidelity e customer satisfaction. I bambini (dal 3 ai 12 anni) si divertono e imparano allo stesso tempo, lasciando più libertà e tranquillità ai genitori. Il Kiki Wall grazie alle dimensioni ridotte è ideale anche per gli spazi contenuti: il Kiki Soccer è un classico mini calcio balilla professionale: l'Educational Panel con i suoi giochi meccanici è l'ideale per i più piccoli. Tutti i prodotti della line Kiki hanno 2 anni di garanzia e assistenza con tecnici specializzati in zona. Non costa niente è gratis, prova le potenzialità del Kiki Wall per 2 settimane senza impegno nella tua struttura. Al momento della ricezione dovrai semplicemente inserire la spina nella corrente. Contattaci per preventivi e soluzioni personalizzate.

**Contattaci**

 Replay Replay • 
  re-play s.r.l. • 
  re-play  
[www.re-play.biz](http://www.re-play.biz) - [info@re-play.biz](mailto:info@re-play.biz)

Doveva partire a luglio, con una successiva proroga al 16 agosto, l'obbligo per gli intermediari degli affitti brevi e turistici (ovvero per Airbnb e simili) di trattenere le imposte dovute dai proprietari delle case affittate. Ma il debutto della nuova norma anti-evasione si è tradotto in un nuovo scontro tra operatori del settore e Governo: "Ci troviamo nell'impossibilità tecnica di adeguarci", ha scritto *Airbnb* in una nota condivisa da altri operatori del settore. "Lo Stato - prosegue la nota - si è riservato due anni per ideare e intro-



Non si placano le polemiche con gli operatori della *Shadow Economy*

# Tassazione sulle locazioni brevi, i portali si oppongono

Federalberghi: "Sono urgenti accertamenti per stanare e sanzionare gli evasori"

🕒 3' e 35"

👤 Andrea Rudari

durre la cedolare secca e ora pretende che ci adeguiamo in un fine settimana". Vengono contestati modi e tempi della misura anti-evasione: il codice tributo ed il regolamento sono arrivati tardi e l'intervento è stato giudicato frettoloso. Anche l'Agenzia delle Entrate ha ammesso che i tempi sono realmente stretti, al punto di essere disposta a chiudere un occhio sui ritardi delle prime settimane e sulle relative sanzioni (che ammontano al 20% dell'omessa trattenuta). Airbnb e gli altri soggetti firmatari contestano comunque l'intera legge poiché "il Governo si era impegnato a delegare l'Agenzia delle Entrate nel dare attuazione alle norme tramite accordi con le piattaforme, cosa che fin qui non è avvenuta".

"Il rifiuto di applicare le nuove leggi in materia di tassazione sulle locazioni brevi è inqualificabile ed inammissibile".

È questo il commento di **Federalberghi** in relazione alle dichiarazioni dei rappresentanti di Airbnb e delle altre piattaforme.

"Un conto è chiedere qualche giorno in più per mettersi in regola - prosegue la Federazione - ma fa sorridere il fatto che i colossi del web non riescano a calcolare il 21% di quanto incassato. In fin dei conti, si tratta della stessa formula matematica che utilizzano per calcolare le commissioni di loro spettanza. Se invece questa è una dichiarazione di guerra allo Stato, ci aspettiamo che il Governo risponda nell'unico modo possibile. Ovvero con un accertamento urgente per stanare gli evasori e sanzionarli in modo esemplare".

La federazione auspica che "l'Italia segua il buon esempio delle isole Baleari, che applicheranno sanzioni fino a 400.000 euro per le piattaforme digitali che non provvederanno ad eliminare appartamenti irregolari e abusivi".

Federalberghi, infine, rammenta il suggerimento formulato durante la discussione della manovrina: "Occorre irrobustire la disposizione, prevedendo disincentivi per gli *host* che si rivolgono a portali poco trasparenti. Ad esempio, si potrebbe esentare dall'obbligo di registrazione unicamente i contratti stipulati per il tramite degli intermediari che trasmettono i dati all'Agenzia delle Entrate".

# MINIBUS FORD

## UNA SICUREZZA A 5 STELLE



**Transit Minibus**  
14/15 Posti



**Tourneo Custom / Combi**  
8/9 Posti



**Transit Minibus**  
17/18 Posti

Con i minibus Ford  
il tuo cliente avrà sempre  
un posto in prima fila.

Tourneo Custom (disponibile in variante 8 o 9 posti) è il veicolo trasporto persone funzionale per eccellenza. Porte laterali scorrevoli ad ampia apertura, le più larghe della categoria e un grande portellone con cristallo offrono un facile accesso agli interni eleganti e accoglienti.

Più grande, più spazioso e più versatile che mai, il Transit Minibus offre una scelta di lunghezze, carrozzeria e configurazioni sedili per trasportare fino a diciassette passeggeri più il conducente.

Rinomato per la sua affidabilità ed efficienza, il motore Duratorq TDCi 2.2L di Transit è fornito con una scelta di due potenze e coppie per soddisfare tutte le esigenze, inoltre gli eccezionali intervalli di manutenzione ogni due anni/50000 km di Transit Minibus si traducono in tempi di attività medi inferiori e in un'importante riduzione dei costi di gestione.

### QUANTO VALE LA TUA SICUREZZA?



TABELLA COMPARATIVA\*  
[www.euroncap.com](http://www.euroncap.com)

	Tourneo Connect	★★★★★
	Tourneo Custom	★★★★★
	Berlingo	★★★★☆
	Caddy	★★★★☆
	Kangoo	★★★★☆
	Transporter	★★★★☆
	Doblo	★★★★☆
	Expert	★★★★☆
	Jumpy	★★★★☆
	Lodgy	★★★★☆
	Scudo	★★★★☆
	Trafic	★★★★☆

\*dati relativi alla sicurezza ad air

**MARGONI**

[WWW.MARGONIAUTO.COM](http://WWW.MARGONIAUTO.COM)

VENDITA ASSISTENZA CARROZZERIA

**TRENTO**

Via Bolzano, 61  
T. 0461 957311

**ARCO**

Via S.ta Caterina, 53  
T. 0464 520069

Nuova  
Apertura

**VOLANO**

Via Panizza, 51  
Tel. 0464 432277



# Giovani albergatori in assemblea: realtà a confronto per crescere insieme

Sono molte le iniziative territoriali in tutta Italia, buone proposte anche da e per il Trentino

Ogni autunno, in occasione dell'assemblea Cnga di Rimini, ciascun Crga (Comitato regionale giovani albergatori) o Ctga (Comitato territoriale giovani albergatori) è invitato a presentare la propria relazione annuale. L'obiettivo, oltre a quello di creare una sana competizione tra i vari gruppi di giovani albergatori dello Stivale, è quello di fornire spunti e idee potenzialmente proponibili anche altrove, sia a livello nazionale sia a livello locale.

In passato i Gat (Giovani albergatori del Trentino) sono stati forieri d'innovazione e presi a modello dai ragazzi di Federalberghi in tutt'Italia. Stavolta si sono, invece, voluti raccogliere alcuni suggerimenti provenienti da iniziative interessanti portate a termine nell'ultimo anno nelle varie Regioni, e all'occorrenza replicabili su scala provinciale o di sezione. Naturalmente sono state selezionate solo quelle azioni inedite per la realtà trentina, poiché gran parte dei progetti erano già stati sviluppati nella nostra Provincia e successivamente esportati.



🕒 4' e 25"

👤 Francesca Maffei

È d'obbligo iniziare a parlare dei Giovani albergatori romani: dalla capitale si segnalano due programmi singolari. Da un lato il cosiddetto "Under25", con il dichiarato obiettivo di avvicinare i giovanissimi alle attività del comitato, e dall'altro il programma *ex alumni* "GAR4ever", per non perdere l'esperienza preziosa di chi ha lasciato l'associazione junior per limiti di età ma può ancora dare un valido contributo.

Dal Sud, e in particolare dai Giovani albergatori della Sicilia, arriva una forte spinta nella lotta all'abusivismo con la partecipazione al controllo del territorio e degli intermediari della filiera turistica ed una campagna di denuncia e di informazione, come ausilio degli organi competenti sulla ricerca di strutture non conformi alla normativa. Oltre a questo, i siciliani hanno incontrato le autorità preposte al monitoraggio e svolto un'opera di sensibilizzazione sull'eventualità di associare altre forme di ricettività, per stanare più facilmente le operazioni illecite.



Sempre molto numerosi i momenti di incontro dei Giovani Abergatori

I Giovani albergatori di Sorrento rappresentano un ulteriore esempio di sezione territoriale in cui la località è più forte della Regione che la contiene. Sono molte le analogie tra loro e il nostro gruppo, per cui l'unico impulso da evidenziare è il progetto campano di promozione del territorio che prevede: la pianificazione di fiere dedicate, la co-gestione dell'evento *Sorrentocoast* durante il *Wtm di Londra*, la personalizzazione della rivista *Sorrentum* e la pubblicazione del *Sorrento magazine*.

Di fronte al golfo di Napoli c'è poi la realtà di Ischia, che vive un exploit partito in giugno 2016 grazie al Meeting Estivo Cnga, organizzato in loco, e all'intraprendenza della sua presidente, **Paola Monti**. Da sottolineare la creazione del brand **#ILOVEISCHIA** e l'invito all'utilizzo di un unico marchio per la promozione dell'isola da parte di enti e operatori. Da non scordare inoltre l'aspetto sociale, che mai dovrebbe mancare nell'associazionismo: il comitato Giovani albergatori di Ischia collabora infatti con l'Unione italiana per la lotta alla distrofia muscolare (Uildm) nell'organizzazione della giornata Telethon, oltre ad aver istituito uno sportello d'interpretariato all'interno della Asl locale per agevolare turisti e stranieri residenti sull'isola.

Vi sono poi casi di singole città che, se ancora non si distinguono per il lavoro svolto,

si sostituiscono ai loro territori di appartenenza (nello specifico la Liguria) quando questi non sono in grado di garantire numeri e proposte. Si tratta dei gruppi Giovani di Savona, La Spezia, Imperia e Genova, in un tipico approccio *bottom-up*.

Salendo al centro Italia, niente di nuovo da evidenziare sotto il sole della Toscana, almeno non in ottica Gat. Mentre c'è un po' di Trentino in Abruzzo: tra i progetti principali si può annoverare un corso di formazione tenuto dalla responsabile marketing dell'Asat **Monica Basile**, dal tema "Tecniche di servizio: le basi dell'ospitalità". Oltre a ciò, da rilevare il varo di un nuovo sito internet indipendente dal portale di Concommerce, dove i giovani albergatori possono farsi conoscere ed interagire grazie a schede informative riguardanti sia loro stessi sia le loro imprese ricettive. La carrellata termina al nord Italia con la *best practice* dell'Alto Adige. Nel calendario degli *Hoteliere und Gastwirtejugend* (Hgj) si trovano tante e diversificate attività. Da sottolineare, viceversa, che la strada intrapresa dai Giovani albergatori trentini con il Piano d'ambito economico viene percorsa dal 2014 anche in terra altoatesina, grazie all'istituzione della *Junge Generation Suedtirol*, realtà che raggruppa cinque associazioni imprenditoriali giovanili sudtirolesi.



Innovativo, intelligente conveniente!

## Dual Clean, dosaggio perfetto a portata di mano!

- ✓ **Risparmio in denaro:** fino al 50%
- ✓ **Diluizione integrata molto precisa:** senza sprechi e senza errori
- ✓ **Igiene:** il flacone sigillato impedisce le contaminazioni
- ✓ **Super-concentrato:** risparmio di spazio di stoccaggio
- ✓ **Comodo e pratico:** il flacone si inserisce senza avvitare

UTILIZZO



**Normale acqua da rubinetto**  
Ricaricabile ovunque con acqua del rubinetto



**Flacone sigillato**  
Il prodotto non fuoriesce anche se rovesciato senza tappo



**Facile utilizzo**  
Sistema brevettato d'inserimento senza avvitamento, ma con un semplice gesto



**Diluizione automatica precisa**  
e integrata per evitare sprechi di prodotto

**1 Dual Clean super-concentrato 330 ml vale fino a 7 flaconi 750 ml pronto uso**

1




HYGAN GmbH - 54  
A. Nöcker Str. 1 - Via S. Giacomo 3 - I - 39061 Larnetol (Südtirol)  
Tel. +39 0471 954 100 - Fax +39 0471 953 882  
www.hygan.it - info@hygan.it

# Revenue optimization... never enough!



🕒 3' e 15"

👤 Francesca Maffei



A photo of the last Hsmai's conference

Anxious times, at least from an economical perspective, should be over. Or better, anxiety has become something to live with, part of the so-called cycle dynamics which affect, among others, also the job of revenue-management experts.

During the last Hsmai's (Hospitality Sales and Marketing Association International) Revenue Optimization Conference, held in Toronto, Canada, last 28th June 2017, the most important message being transferred was the following: the way hotel industry approaches revenue operations should not depend on bad times. Because when rate integrity is lacking, the value proposition of a hotel is hard to maintain. If significant drops in prices are experienced, probably there is no focus on what is being sold, meaning amenities and services that do have a cost.

The Conference has pointed out as one of the trickiest dangers for the Western hospitality business the one of falling into a recession, partly due to powerful market forces in emerging tourist areas. Moreover, one of the main issues debated during the event has been the importance of keeping the human element in revenue procedures. Of course, avoiding the ill-famed 'analysis paralysis', which occurs when there is no process ruling the work, and managers-on-duty simply get sucked by data and figures. On the other side, software should not be overemphasized. The management has to control robots and not, vice versa, being controlled by them. Automation must leverage creativity and sensitivity, thus improving everybody's work.

Another trend highlighted by the Hsmai is the fact that who works in hotel revenue management is no longer staying only behind the scenes, and such a position is not simply a function. Its role is growing more and more in importance and visibility, sometimes even overtaking the general management, especially in foreseeing sales and marketing departments, or deputy managers, and in being in line with the business goals.

Actually, the overall strategy is created around revenue management, all the rest comes after it. Revenue leaders have a responsibility also because they take price decisions which affect every area of the hotel, from food & beverage management to the spa world, albeit separate sources of income.

A challenge of nowadays, especially in family-run business and with senior hotel owners, is explaining how crucial this activity is for the company success. Sometimes it is hard even with experienced chief commercial officers who refuse to pass the baton. This because in this case are usually the youngest who become mentors of the elderly, and this sounds unnatural, in particular because it concerns the only task that really brings money in.



# Il cantiere continuo della formazione digitale per le imprese turistiche



## Come aderire

Iscriviti nell'apposita sezione del sito  
[www.accademiadimpresa.it](http://www.accademiadimpresa.it)

Per saperne di più contattaci a:  
[digitaltourism@accademiadimpresa.it](mailto:digitaltourism@accademiadimpresa.it)  
 telefono: 0461/382328



CAMERA  
 DI COMMERCIO  
 INDUSTRIA  
 ARTIGIANATO  
 E AGRICOLTURA  
 DI TRENTO  
 Presidi all'Impresa



PROVINCIA AUTONOMA  
 DI TRENTO



seguici su    

# LA FORMAZIONE DI CAT TURISMO

## Il calendario di novembre dei corsi obbligatori



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

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

#### CORSO BASE PER PERSONALE DI CUCINA (8 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
07/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FIEMME
28/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	LEVICO TERME
30/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
07/11/2017	09.00-13.00	VAL DI FIEMME
28/11/2017	09.00-13.00	LEVICO TERME
30/11/2017	09.00-13.00	VAL DI FASSA

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

#### CORSO AGGIORNAMENTO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
07/11/2017	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
28/11/2017	14.00-18.00	LEVICO TERME
30/11/2017	14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

### RESPONSABILE SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE - R.S.P.P.

Corso obbligatorio per tutti i tipi di aziende, anche con un solo dipendente, per garantire la massima sicurezza del personale interno. Colui che frequenta il corso può essere un responsabile interno, ossia obbligatoriamente il datore di lavoro o un delegato con potere di spesa. Ricordiamo che nel caso in cui il corso base è stato effettuato prima del 01/01/1997 è necessario frequentarlo nuovamente poiché è stato modificato il Decreto di riferimento.

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
15/11/2017 16/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	LEVICO TERME
22/11/2017 23/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FASSA
27/11/2017 28/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

Quota partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 125,00 + IVA



#### SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO CORSO AGGIORNAMENTO PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (6 ore)

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale. L' R.S.P.P. che ha svolto il corso base dall'anno 1997 fino all'anno 2006 è consigliabile che effettui il corso di aggiornamento il prima possibile.

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
15/11/2017	09.00-13.00 14.00-16.00	LEVICO TERME
22/11/2017	09.00-13.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
27/11/2017	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

Quota partecipazione: € 85,00 + IVA - Quota associati: € 70,00 + IVA

## ANTINCENDIO

**DESTINATARI:** Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

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

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

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

- rischio d'incendio basso – GRUPPO A - 4 ore;
- rischio d'incendio medio – GRUPPO B - 8 ore;

### 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	SEDE
06/11/2017	09.00-13.00	LEVICO TERME
09/11/2017	09.00-13.00	MONCLASSICO
13/11/2017	09.00-13.00	FIERA DI PRIMIERO
16/11/2017	09.00-13.00	VAL DI Fiemme
20/11/2017	09.00-13.00	TRENTO

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

- rischio d'incendio elevato – GRUPPO C - 16 ore;  
Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro qualora lo stesso non abbia più di 5 dipendenti o dai lavoratori incaricati.

### CORSO ANTINCENDIO - CORSO BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO 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	SEDE
06/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	LEVICO TERME
09/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	MONCLASSICO
13/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
16/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	VAL DI Fiemme
20/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

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	SEDE
20/11/2017 21/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

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

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

### AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
06/11/2017	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
23/11/2017	14.00-18.00	LEVICO TERME
27/11/2017	14.00-18.00	VAL DI Fiemme

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

### CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
06/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
07/11/2017	09.00-13.00	
23/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	LEVICO TERME
24/11/2017	09.00-13.00	
27/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	VAL DI Fiemme
28/11/2017	09.00-13.00	

Quota di partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 130,00 + 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:
  - a) formazione specifica secondo la nuova mansione (4,8 o 12 ore);
- Lavoratori che non hanno mai ricevuto la formazione di cui sopra:

- a) formazione base
- b) 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.

## 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 con-

seguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda (rif. codici ATECO)

**DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE.**

Basso: formazione base 4 ore + specifica 4 ore: commercio - bar, ristoranti, alberghi - servizi - terziario.

Aggiornamento quinquennale.

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
13/11/2017	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO
21/11/2017 22/11/2017	14.00-16.00	VAL DI FIEMME
30/11/2017 01/12/2017	14.00-18.00	LEVICO TERME

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
13/11/2017	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO
21/11/2017 22/11/2017	14.00-18.00 14.00-16.00	VAL DI FIEMME
30/11/2017 01/12/2017	14.00-18.00 14.00-16.00	LEVICO TERME

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

## PREPOSTI

“Il Preposto secondo quanto riportato nell’ art. 2 co. 1 lett. e) è persona che, in ragione delle competenze professionali e nei limiti di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell’incarico conferitogli, sovrintende alla attività lavorativa e garantisce l’attuazione delle direttive ricevute, controllandone la corretta esecuzione da parte dei lavoratori ed esercitando un funzionale potere di iniziativa”. La formazione del preposto deve comprendere quella dei lavoratori (generale e specifica), e deve essere integrata da una formazione particolare, in relazione ai compiti da lui esercitati in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

### CORSO DI AGGIORNAMENTO PER PREPOSTI (6 ore)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
10/11/2017	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 90,00+ IVA

## DIRIGENTI

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

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

Aggiornamento quinquennale.

### CORSO PER DIRIGENTI (16 ore)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
08/11/2017 09/11/2017	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 240,00 + IVA - Quota associati: € 200,00+ IVA

### CORSO DI AGGIORNAMENTO PER DIRIGENTI (6 ore)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
14/11/2017	09.00-13.00/14.00-16.00	TRENTO

Quota di partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 90,00+ IVA

# Nuove proposte EBTT autunno 2017

## RIVA DEL GARDA

- Colazione gourmet, dolci da credenza e vionesserie dolci e salate (ore 20)
- L'arte dell'intaglio verdura e frutta (ore 20)
- Zuppe nelle amuse - bouche (ore 20)
- Il Bar come un teatro (ore 32)

## ROVERETO

- Cioccolato : il cibo degli Dei (ore 30)
- Servizio sala e abbinamento vini/alimenti (ore 16)
- Conoscenza erbe locali (ore 24)
- Sviluppare il proprio potenziale (ore 16)
- Panificazione, lievito madre, farine (ore 50)
- Riso e cereali (ore 24)

## TRENTO

- Bar, Caffetteria (ore 12)
- Le conserve: dolci, al naturale, agrodolci, sotto alcol, sottoli e sottoaceto (ore 16)
- Torte moderne (ore 15)
- Comunicazione verbale e non verbale (ore 16)
- Informatica pacchetto Office (ore 40)
- Cottura delle carni bianche, rosse e selvaggina (ore 24)
- Taglio delle carni (ore 24)

## ARCO

- Pesce locale (ore 24)
- Stuzzichini, Aperitivi, Pasticceria salata (ore 30)
- Cucina senza glutine (ore 24)
- Abbinamento vini, alimenti (ore 16)
- Itinerari gastronomici del Trentino (ore 20)



Iscriviti ai corsi Ebt  
la partecipazione è gratuita

## FAD Formazione online

- Inglese ● Francese
- Tedesco ● Spagnolo

## ANDALO

- Cottura delle carni (ore 12)
- Informatica pacchetto Office (ore 40)
- I formaggi trentini (ore 24)

## OSSANA

- Taglio e cottura delle carni (ore 30)
- Il Riso, risotti e oltre (ore 18)
- Cucina per intolleranze (ore 18)

## VIGO DI FASSA

- Dalla terra alla tavola vino/alimenti (ore 40)
- Focacce e pizze: mondo della pizza (ore 40)
- Le zuppe (ore 24)
- I pre dessert, dessert da ristorazione (ore 35)

## RUMO

- L'orto in tavola (ore 40)
- Barman e cocktail (ore 8)
- Il mondo della birra (ore 16)
- Professione pasticciere (1° parte) (ore 50)

## LEVICO TERME

- Il Cioccolato (ore 10)
- Finger food e macarons dolci e salati (ore 15)

## TIONE

- Conserve frutta e verdure (ore 24)
- Micro pasticceria: cioccolato (ore 24)
- Vasocottura dolce/salato (ore 18)

## TRANSACQUA

- Il bere miscelato (ore 32)
- Cucina tipica rivisitata (ore 32)

## TESERO

- Grappe liquori e distillati trentini (ore 32)
- La cucina del territorio (ore 32)

# Le migliori dieci startup in mostra a HOTEL 2017

## Startup Village e le dieci idee innovative

Planery, Manet, Travelcircus, Wesual, Ledovation®, Seatris, eCharge, Work, Ready2order, Wikifriend, Flexipass sono le dieci startup innovative scelte da HOTEL Bolzano per questa edizione, che presenteranno le dieci idee che offriranno agli ospiti di HOTEL un'esperienza inedita. Oltre all'esposizione delle dieci startup, lo *Startup Village* offre una fitta agenda di *pitch e input session*. Nelle giornate di martedì 17 e mercoledì 18 ottobre sarà proclamata da una giuria di esperti e di possibili investitori la startup vincitrice della giornata.

Inoltre, per facilitare l'incontro tra startup e aziende consolidate o *investor* saranno organizzati incontri di *match making* per agevolare le occasioni di business e lo sviluppo di nuove idee.

## Uomo verso macchina: scontro o simbiosi?

I temi della *guest intelligence* per gli hotel ed i molteplici tanti sviluppi tecnologici in atto nel settore dell'ospitalità, sia in termini di tecnologia robotica sia nel modo in cui la performance di soddisfazione del cliente viene misurata, saranno gli argomenti trattati non solo all'interno dello *Startup Village*, ma anche in occasione del *forum* "Uomo verso macchina, scontro o simbiosi?" in programma lunedì 16 ottobre 2017 alle ore 14.00 al Mec - Meeting & Event Center Südtirol Alto Adige presso Fiera Bolzano.

Il *key note speaker* dell'edizione 2017 del forum di HOTEL è **Tim Cole**, esperto di Internet of Things, eBusiness, social web e di sicurezza It. Nel libro *Trasformazione Digitale*, Cole avverte l'economia tedesca di non dormire sugli allori ed indica i punti da trattare urgentemente per il futuro digitale del Paese. Ed è proprio da questo suo ultimo libro che Cole prenderà spunto per parlare di "Trasformazione digitale: vincitori e vinti".

Il secondo relatore è l'esperto in marketing e vendite, **Christoph Hoffmann**, amministratore delegato e socio della 25hours Hotel Company, che al momento include otto hotel e cinque destinazioni nel territorio di lingua tedesca.

Ed *Autochtona* arriva alla XIV edizione

🕒 2' e 30"

## I wine events di Hotel

Va in scena a Bolzano la quattordicesima edizione di **Autochtona**, l'appuntamento che permette di scoprire i vitigni italiani più rari. Oltre 100 produttori presenteranno più di 300 etichette esclusivamente da vitigni autoctoni. E saranno tante le varietà meno conosciute che il pubblico potrà degustare: Pallagrello, Freisa d'Asti, Malvasia Puntinata, Uve del Tundè, Ucelùt, Panzale e tanti altri.

Non manca **Vinea Tiroloensis** (mercoledì 18 ottobre) la manifestazione di degustazione più importante dell'associazione Vignaioli Alto Adige con grande attenzione sarà riservata alle singole individualità e alla varietà dei vini di alto valore con oltre 75 produttori dell'Alto Adige.

Giovedì 19 ottobre si svolgerà, poi, l'evento denominato **Tasting Lagrein**, la degustazione comparativa di oltre 70 etichette di Lagrein, che si presenta come il vitigno autoctono dell'Alto Adige più apprezzato ed importante a livello internazionale.



Il buon vino ancora protagonista a HOTEL 2017

# HOTEL 2017

FIERA INTERNAZIONALE PER HOTELLERIE  
E RISTORAZIONE

16 - 19 OTTOBRE 2017 / BOLZANO

Lun-Mer: 9.30-18.00 / Gio: 9.30-17.00



CON  
**AUTOCHTONA**  
14° FORUM NAZIONALE  
DEI VINI AUTOCTONI  
16-17 OTTOBRE

FIERABOLZANO  MESSEBOZEN

[www.hotel.fierabolzano.it](http://www.hotel.fierabolzano.it)

ALTO ADIGE  


 SPARKASSE  
CASSA DI RISPARMIO

 FORST

alperia

brenner  com

di Mauro Varotto

# Montagne del Novecento

## Il volto della modernità nelle Alpi e Prealpi venete

La domanda di fondo che questo testo si pone è quale sia l'idea di montagna ed il suo modello di sviluppo. La risposta viene data attraverso una serie di contributi sulla montagna alpina, dalle aree marginalizzate e abbandonate. Sono, queste, le montagne perdenti con declino dei settori rurale e artigianale, bassi redditi, popolazione in calo e che invecchia. Quelle che il Rapporto Montagne Italia 2016 definisce le "montagne senza uomo". Nelle condizioni opposte si trovano, invece, le montagne investite da processi turistici che si accompagnano ad infrastrutturazione urbana, concentrazione demografica, e specializzazione economica, come la Valle di Fassa e più in generale le montagne del Trentino e dell'Alto Adige.

Il turismo del dopoguerra ha accentuato i contrasti tra urbanizzazione e abbandono, affollamento e marginalità. Nel primo tipo di montagna si è assistito ad un progressivo abbandono della media montagna con conseguente avanzata incontrollata del bosco. È l'abbandono dell'edificato e dell'ambiente, inteso da Varotto come il fascio di relazioni che

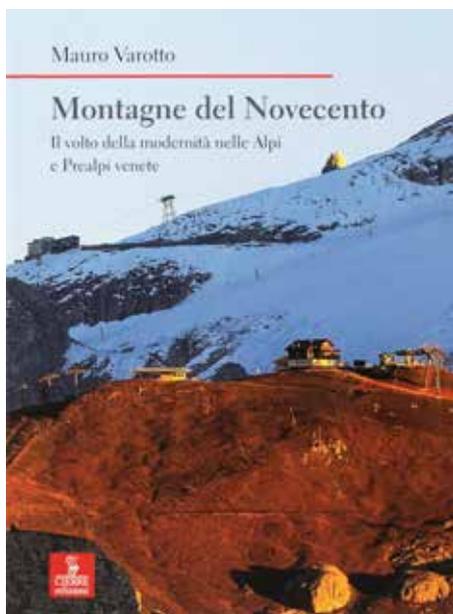
collega l'edificato con l'esterno: terrazzamenti, sentieri e mulattiere, pozze di abbeveraggio, teleferiche. Molto opportunamente l'autore sottolinea che il ritorno alla naturalità non porta ad un incremento del valore naturalistico a causa della "compromissione di delicati equilibri geologici, idrologici, botanici e anche esistenziali", con perdita di biodiversità, varietà paesaggistica, fastidioso disordine faunistico. Prendiamo ad esempio i paesaggi terrazzati, fortemente compromessi. Si tratta di paesaggi "costruiti e artificializzati", eppure ancora fortemente connotati di naturalità, una seconda natura addomesticata alla natura selvaggia (wilderness) ed alla natura come giardino, luogo dello svago e del tempo libero.

Varotto immagina per questa montagna perdente una terza via, per citare Enrico Camanni, affidata ai "montanari per scelta" di cui scriveva Luigi Zanzi, provenienti dall'esterno, ricchi di competenze e innovazioni, capaci di relazioni non antagoniste con il mondo urbano, in grado di fare della montagna un luogo dove poter "stare bene".

La montagna turisticizzata, il secondo tipo, (e la Valle di Fassa è presa ad esempio) è invece pensata a misura di turista, in cui i turisti stanno con i turisti in spazi pensati per i turisti: la montagna è vissuta come luogo di consumo e divertimento, piuttosto che regno del silenzio, della lentezza, del contatto con la natura.

Queste riflessioni trovano due esemplificazioni nel Parco delle Dolomiti bellunesi e nelle Dolomiti Patrimonio Unesco. Parco "per l'uomo" o "senza l'uomo" si chiede Varotto? Il Parco è nato nel 1990 unificando otto riserve naturali sostanzialmente spopolate: aree tutelate in virtù dell'abbandono delle attività antropiche, sancendo la netta demarcazione tra "spazi della natura" e "spazi dell'uomo" e svuotando qualsiasi ipotesi di tutela attiva. Anche per le Dolomiti Unesco si tratta di un perimetro che accentua la demarcazione tra spazi della natura e spazi antropizzati, intesi come impattanti e fattori di disturbo.

Ma come scrive papa Francesco nella sua enciclica *Laudato si'*: "Non c'è ecologia senza un'adeguata antropologia".





**Studio Giovanelli S.r.l.**



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

Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa.

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

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

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

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

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

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

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

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

Per informazioni: 0461 390136 o [consulenza@studiogiovanelli.com](mailto:consulenza@studiogiovanelli.com)

**Studio Giovanelli S.r.l.**

Via Gardini 33 | 38121 Trento | I  
tel. 0461 390136  
[info@studiogiovanelli.com](mailto:info@studiogiovanelli.com)  
[consulenza@studiogiovanelli.com](mailto:consulenza@studiogiovanelli.com)

# Il Trentino vissuto con la *Guest Card*



Gli ospiti sempre più numerosi apprezzano la Card del Trentino

“Trentino Guest card” è uno strumento di marketing territoriale ancora parzialmente conosciuto tra gli addetti ai lavori: si tratta di un progetto in continua evoluzione e sono diverse le ricadute che sta generando. Un punto di vista importante è quello dell’ospite ed in questi giorni Trentino Marketing sta ricevendo le testimonianze di un consistente panel di persone che ha appena concluso la vacanza in una delle diverse località del Trentino con Guest card, utilizzando l’App o registrandosi nel sistema.

Le dichiarazioni spontanee sulle particolarità e sulle esperienze più belle del Trentino sono molto interessanti da leggere. Ci restituiscono chiaramente la percezione dei valori caratteristici più amati: al primo posto esce in modo marcato il concetto di pulizia, ordine e organizzazione.

Altro aspetto largamente richiamato riguarda il valore del paesaggio, della natura e dell’ambiente. A seguire diffusi apprezzamenti riguardano l’accoglienza, la cordialità, il cibo e soprattutto le ricche proposte ed i molti servizi. La parola citata con maggior frequenza nelle dichiarazioni spontanee è “card”: i riferimenti vanno proprio alla Guest Card, ormai protagonista in quasi tutto il territorio, vissuta come certezza che i valori attesi e promessi (organizzazione, servizi, ospitalità) in Trentino non sono solo dichiarati ma concretamente disponibili e praticati.

Organizzato, ospitale, bello e pieno di esperienze

L’esperienza di vacanza così vissuta da questi ospiti motiva il loro atteggiamento di entusiasmo che li trasforma in credibili promotori del Trentino. Alla domanda “con che probabilità consiglierai a parenti e amici una vacanza in Trentino?” (NPS Net Promoter Score) in una scala da 1 a 10, il 90% ha risposto con valori massimi (9 e 10), cioè “estremamente probabile”. Una quota ancora troppo elevata di ospiti segnala tuttavia il fatto di non essere stati informati dei servizi della card prima dell’arrivo: infatti oltre il 50% non ne conosceva l’esistenza e non si attendeva di ricevere la Guest card.



Tanti servizi compresi nella carta dell’ospite

## La vacanza con Guest Card genera entusiasmo verso il Trentino

🕒 5' e 10"

Ma aver fatto bene questa prima esperienza cambierà l'atteggiamento verso la prossima vacanza per questi ospiti? È stato chiesto loro proprio questo, e le risposte sono molto chiare: per il 62% sarà in futuro "determinante" ricevere ancora la Guest Card e probabilmente sceglierà tra strutture e territori che la offriranno – per il 35% la presenza della Guest Card sarà "abbastanza determinante" e potrebbe incidere sulla scelta della struttura e località – per il 3% la presenza della Guest Card non sarà per nulla determinante e sceglierà probabilmente la vacanza in base ad altri fattori. Meno marcato, ma sempre molto importante, è stato l'atteggiamento di scelta di questa vacanza appena trascorsa da parte del panel che era a conoscenza della proposta prima dell'arrivo: in questo caso il 75% dichiara che la proposta Card è stata "abbastanza determinante" o "determinante".

In generale si tratta di dichiarazioni fornite da un panel privilegiato: oltre 700 testimoni che hanno avuto la fortuna e la capacità di entrare in pieno contatto con la proposta, vivendola nel modo più completo, grazie all'adeguata presentazione dell'hotel, usando il materiale cartaceo e soprattutto entrando nell'uso digitale dalla Trentino Guest Card con l'APP IOS o Android, accedendo pienamente a tutti i servizi. Pertanto non è corretto interpretare gli atteggiamenti riportati come rappresentativi della totalità degli ospiti ma solo eventualmente della parte di ospiti che sono entrati nell'esperienza piena.

Elevare la quota di ospiti in grado di entrare nell'esperienza piena di questo strumento e del Trentino è quindi l'obiettivo che si continua a perseguire e che dipenderà da tutti i protagonisti del sistema: dagli operatori già coinvolti fino alle tre Organizzazioni turistiche ancora esterne al progetto.

L'auspicio è che per il 2018 tutti i territori e gli operatori del Trentino possano partecipare e beneficiare di questo elemento di distintività sul mercato, disponendo di un vantaggio competitivo per la vendita, la soddisfazione e la fidelizzazione degli ospiti.

### Trentino Guest Card

**Introduzione:** 2013- dal 2016 attiva tutto l'anno.

**Cosa è:** Card per accedere alle esperienze del Trentino

**Chi la riceve:** gli ospiti delle strutture partner dei territori aderenti (l'operatore la emette personalizzata on line in versione digitale o stampata)

**Come si riceve:** compresa nell'acquisto della vacanza; altrimenti acquistabile a 40€ per 7 gg presso uffici info e on-line

**Servizi generali inclusi:** tutti i trasporti pubblici provinciali, ingressi a castelli, musei, parchi, scontistica altri servizi e acquisti presso produttori locali.

**Servizi speciali:** Aggiunti da APT per versioni GC locali (es. impianti risalita, animazione...)

**Validità:** tutti i giorni di permanenza, per tutti i componenti della famiglia o gruppo

**Organizzazioni turistiche aderenti:** 18 (tutte tranne Val di Fassa, San Martino Primiero, Paganella in stagione)



#### I numeri Guest Card 2017 (fino ad agosto)

- 470.000 (+8%) Ospiti con card
- 500.000 (+8%) Servizi fruiti (a parte trasporti)
- 200.000 (+25%) Corse con mezzi pubblici

#### Nuove funzioni 2017:

- Prenotazione accesso servizi (es. salta la coda MUSE)
- Pass Mobilità primo giorno
- App IOS e Android
- Vendita on - line

# Abolita la licenza Utf per gli esercizi alberghieri



Basta licenze per somministrare alcolici

🕒 3' e 10'

Dall'agosto scorso lo Stato ha abolito la licenza fiscale Utf relativa alla somministrazione di prodotti alcolici per i pubblici esercizi. Si tratta del documento che coloro che producono, trasformano e vendono prodotti alcolici hanno l'obbligo di richiedere alla Agenzia delle Entrate. Tra le attività obbligate a questa denuncia c'erano fino ad oggi anche i locali di somministrazione di bevande, compresi bar e ristoranti degli esercizi ricettivi (alberghi, rifugi, campeggi) nonché tutti i pubblici esercizi in genere. Ora la legge per la concorrenza ha escluso esplicitamente da tale obbligo i pubblici esercizi, gli esercizi di intrattenimento al pubblico, gli esercizi ricettivi e i rifugi alpini.

Già dal 1999 non vi era più l'obbligo di pagare il diritto annuale riferito alla licenza Utf, ma era in ogni caso obbligatorio possederla all'avvio dell'attività o in caso di eventuale subentro e conservarla, avendo essa validità permanente, in caso di controlli.

Con questa modifica, invece, viene eliminato l'obbligo di richiedere la licenza per avviare l'attività di somministrazione di bevande alcoliche, continuando l'opera di semplificazione amministrativa avviata già da qualche anno.

# Il nuovo bonus pubblicità

🕒 3' e 10'

Tra le novità introdotte dallo Stato con la Manovra correttiva di luglio, segnaliamo l'agevolazione concessa alle imprese, a decorrere dall'anno 2018, che riguarda le spese di pubblicità su giornali, televisione e radio.

L'intento è quello di incentivare l'impiego di strumenti pubblicitari al fine di accrescere e sviluppare la propria attività nonché "sostenere" il comparto dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale.

Si prevede uno specifico credito d'imposta (da utilizzare in compensazione fiscale) proporzionato alla spesa incrementale delle "campagne pubblicitarie" effettuate tramite: stampa periodica/quotidiana, emittenti televisive, emittenti radiofoniche locali (analogiche o digitali).

Per aver diritto al credito d'imposta è necessaria la sussistenza di un "investimento incrementale", ossia del fatto che l'investimento effettuato sia superiore almeno dell'1% di quello sui medesimi mezzi di informazione dell'anno precedente. Il credito d'imposta è pari al 75%-90% del valore incrementale degli investimenti effettuati.

Il beneficio in esame sarà attribuito nel 2018 con riferimento agli investimenti pubblicitari effettuati dal 24 giugno 2017. L'operatività del beneficio in esame richiede ora l'emanazione di un apposito decreto contenente le relative disposizioni di attuazione.



## CHRISTMAS SPECIAL OPENING

11 & 12 NOVEMBRE BOLZANO & BRUNICO  
DALLE ORE 09:00 ALLE ORE 18:00 CONTINUATO

24 & 25 NOVEMBRE BOZEN & BRUNECK  
DALLE ORE 09:00 ALLE ORE 18:00 CONTINUATO

## SABATO LUNGO

4 NOVEMBRE BOLZANO & BRUNICO  
DALLE ORE 09:00 ALLE ORE 18:00 CONTINUATO

18 NOVEMBRE BOLZANO & BRUNICO  
DALLE ORE 09:00 ALLE ORE 18:00 CONTINUATO

2 DICEMBRE BOLZANO & BRUNICO  
DALLE ORE 09:00 ALLE ORE 18:00 CONTINUATO



## SPECIAL LIGHTS



**pianta**  
**design**  
Ambiente

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

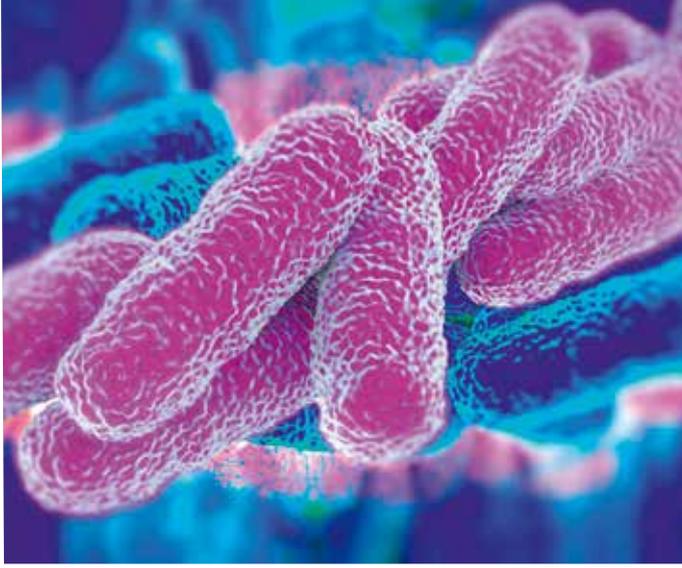
Tel. +39 0471 93 48 10  
Fax +39 0471 93 48 32

Orario d'apertura:  
Lunedì - Venerdì  
08.30 - 12.30 & 14.00 - 18.00

info@piantadesign.com  
www.piantadesign.com

**Veniteci a trovare sul  
nostro nuovo sito internet**

**www.piantadesign.com**



Il virus della legionella: come evitare il diffondersi della malattia

Nell'ambito della legionellosi vengono distinte due manifestazioni cliniche: la febbre di Pontiac con sintomi simili ad una comune influenza con febbre alta, cefalea, tosse e brividi di freddo e la malattia dei Legionari, una manifestazione più grave, simile ad una polmonite, che può portare al decesso se diagnosticata tardi e/o su soggetti molto deboli.

È possibile ammalarsi di legionellosi respirando acqua contaminata diffusa in

# Legionellosi, la prevenzione nelle strutture ricettive

Fondamentale anche il controllo di alcuni fattori ambientali come la temperatura dell'acqua

3' e 35"

Stefano Hueller

In Italia, dal 2015, l'Istituto Superiore della Sanità ha predisposto delle Linee guida per la prevenzione ed il controllo della legionellosi. Per le strutture turistiche ricettive e termali viene ribadita l'importanza della valutazione del rischio quale misura fondamentale per la prevenzione della malattia: viene richiesto, infatti, di elaborare un documento ai fini dell'autocontrollo specifico per ogni struttura in cui venga fatta un'analisi delle condizioni di normale funzionamento dell'impianto idro-sanitario al fine di individuare i punti critici (da ripetere almeno ogni due anni) e creare le misure correttive per ridurre al minimo il rischio evidenziato.

In particolare, vengono indicati i metodi di prevenzione e controllo della contaminazione del sistema idrico, distinti in misure a breve termine (decalcificazione e disinfezione degli elementi meno usurati, sostituzione di giunti, filtri ai rubinetti e tubi usurati alle docce) e a lungo termine (trattamenti chimici, filtrazione, trattamenti a raggi ultravioletti e trattamenti termici).

Il nome della malattia della legionella è legato a quanto accaduto durante un raduno di reduci del Vietnam tenutosi nel 1976 in un albergo di Philadelphia (Usa). Su circa 2.000 partecipanti, 221 furono colpiti da polmonite acuta e 34 ne morirono. I decessi erano dovuti a batteri allora sconosciuti, sviluppatasi nell'impianto di condizionamento: i batteri della legionella. Indagini retrospettive ed epidemiologiche hanno poi attribuito allo stesso ceppo batterico numerosi casi ed epidemie di polmonite acuta di cui non era stata identificata la causa.

aerosol, ovvero in goccioline finissime. La malattia non si contrae bevendo acqua contaminata. Inoltre, non è mai stata dimostrata la trasmissione interumana della malattia.

Il rischio di acquisire un'infezione da legionella è correlato a fattori ambientali ed a fattori legati all'ospite. Per quanto riguarda i primi ci si riferisce a:

- Temperatura dell'acqua compresa nell'intervallo tra 20°C e 45°C;
- Condizioni di stagnazione dell'acqua;
- Presenza di incrostazioni e di sedimenti, patine di contaminanti biologici (biofilm);
- Presenza di comunità microbiche complesse (nutrienti e protezione dall'ambiente esterno).

Tra i fattori legati ai soggetti maggiormente a rischio di contaminazione troviamo: l'immunodeficienza, il fumo, l'età ed il sesso del paziente (il maschio è maggiormente esposto).

SPAZIO PER  
LA PUBBLICITÀ  
19x8 cm

**GENNAIO 2018**

1	LUN	1	DIC
2	MAR	2	V
3	MER	3	S
4	GIO	4	D
5	VEN	5	M

**TUTTI PRONTI PER IL 2018?**

SPAZIO PER LA PUBBLICITÀ  
29x9 cm

**GENNAIO 2018**

DIC	1	LUN	17	MER
2	MAR	18	GIO	
3	MER	19	VEN	
4	GIO	20	SAB	
5	VEN	21	DOM	
6	SAB	22	LUN	
7	DOM	23	MAR	
8	LUN	24	MER	
9	MAR	25	GIO	
10	MER	26	VEN	

anche in  
versione bilingue  
tedesco-italiano

**CALENDARIO FOTOGRAFICO**  
foto di Alessia Bortolameotti

SPAZIO PER LA PUBBLICITÀ  
29x9 cm

**NOVITÀ**



SPAZIO PER LA PUBBLICITÀ  
22x3 cm

info e prenotazioni calendari



**ESPERIA**  
printevolution

+39 0461 245540  
info@esperia.tn.it

# Dubbi Ottobre 2017

42

- Una persona ha alloggiato nel mio albergo per due settimane. Si è quindi assentata qualche giorno per poi tornare nuovamente e riprendere il soggiorno. E così per tutta l'estate. Ai fini dell'applicazione dell'imposta di soggiorno viene considerato un periodo continuo?**

L'imposta provinciale di soggiorno è a carico di coloro che danno alloggio nelle strutture ricettive e si paga fino al massimo di dieci pernottamenti consecutivi. I clienti che soggiornano più volte nel corso dell'anno per periodi inferiori a dieci giorni sono dunque obbligati a pagare l'imposta di soggiorno per ogni periodo considerato; l'esclusione dall'imposta vige solo per i pernottamenti continuativi e per la parte che supera i dieci giorni. Tuttavia, la Provincia ha deliberato che le notti di pernottamento si considerano comunque consecutive anche quando il periodo complessivo di soggiorno sia interrotto, anche in modo ripetuto nel corso di stagione, per non più di quattro notti comprensive del fine settimana. In tal caso, allora, l'imposta di soggiorno andrebbe pagata per i primi dieci giorni effettivi e poi basta. Nel caso posto, la questione potrebbe stare in piedi proprio alla condizione che l'ospite, pur facendo più periodi di presenza in albergo, si assenti nei fine settimana non oltre i quattro giorni.

- È possibile cucinare e servire i funghi raccolti e portati in albergo da un cliente?**

Ogni esercizio ha l'obbligo di somministrare prodotti la cui provenienza e conservazione sia certificata da manuale di autocontrollo Haccp nel caso di propria produzione, o di certificazione Haccp nel caso provengano da terzi. Inoltre, il prodotto deve avere garanzie sulle modalità di conservazione. In particolare, per quanto riguarda l'utilizzo di funghi raccolti da privati o dal ristoratore stesso, l'indicazione dell'Apss è che tali funghi siano certificati da un micologo iscritto nell'elenco nazionale previa ispezione e accertamento della commestibilità; la certificazione va tenuta a disposizione degli organi di controllo. Resta comunque in capo al ristoratore la responsabilità diretta sui prodotti che acquista o raccoglie e poi somministra.

- Per installare nel giardino dell'hotel alcuni giochi per bambini (altalena, scivolo e simili) che norme devo osservare?**

In Italia oggi non esiste una legge specifica su questo tema. Tuttavia, per i produttori di giochi esiste l'obbligo di immettere sul mercato solo prodotti sicuri, cioè prodotti che non presentino rischi per la salute degli utilizzatori o quantomeno riducano al minimo la possibilità di incorrere in un qualsivoglia rischio o pericolo. Dunque, oggi si considera sicuro un prodotto realizzato nel rispetto delle norme tecniche di sicurezza relative alla progettazione ed alla fabbricazione. Nel settore parchi gioco le norme di riferimento che costituiscono garanzia di sicurezza sono: EN 1176 (attrezzature per aree da gioco), EN 1177 (rivestimenti di superfici di aree da gioco); UNI 11123:2004 (progettazione dei parchi e aree da gioco all'aperto).



Giochi sicuri se rispettano le norme tecniche



ENJOY FRESHNESS

QUANDO LA FRESCHEZZA INCONTRA DESIGN E TECNOLOGIA.



KORO PRIME



KORINTO PRIME



KARISMA

**HOTEL 2017**  SETTORE CD  
STAND D22/52

[nectahoreca.it](http://nectahoreca.it)

 **NECTA**

# Questa non è una finestra.

Questa è Vista, una spettacolare sintesi di funzionalità e design. La parete vetrata dei Suoi sogni La sta già aspettando – e anche le aperture di ampie dimensioni scorrono leggere, senza il minimo sforzo.



Versatile e studiata nei minimi dettagli: la composizione modulare permette di abbinare sempre alla perfezione materiali, colori, forme e funzioni. E il nucleo in PVC garantisce il massimo isolamento termico.

Visiti uno Studio Finstral nelle Sue vicinanze:  
[www.finstral.com](http://www.finstral.com)