

Turismo & Ospitalità

nel Trentino

MAGAZINE

10.2019 Anno XXXXVII


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


DOLOMITI
DOLOMITES
DOLOMITES
FONDAZIONE UNESCO
SOCIO
SOSTENITORE

INTESA PER IL LAVORO: STOP AI «POSTI VACANTI»

Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% NE/ TN Taxe percue - Contiene I.P.

MART, ESPOSIZIONE IN TUTTO IL TRENTO

Le «opere nascoste» in
prestito sul territorio

CASO THOMAS COOK, RISCHI IN ITALIA

Federalberghi:
«Imprese da tutelare»

HOTEL 2019, VINCE LA SOSTENIBILITÀ

Nasce un premio per i
progetti più «green»

DALL'AEROPORTO ALL'HOTEL IN BUS

Torna il collegamento
Fly Ski Shuttle

TRENTO, VIA LIBERA AI CONDHOTEL

Spinta dall'Asat per
riqualificare gli hotel



WLT: Emissioni CO₂ (g/km) minimo 155 - massimo 217. Consumo ciclo combinato (l/100 km): minimo 5,9 - massimo 9,6.

Nuovo GLC. Forza interiore.

Nasce un nuovo concetto di forza.
È la forza dell'innovazione che ti semplifica la vita,
grazie alla tecnologia avanzata di Nuovo GLC.
MBUX e sistema Touch di serie permettono di gestire
ogni situazione in modo intuitivo e i nuovi motori
di ultima generazione rendono unica l'esperienza di guida.
Un nuovo concetto di forza, un nuovo concetto di SUV.

Nuovo GLC 220 d 4MATIC SPORT da 350 € al mese*
con **myDrivePass** solo con Mercedes-Benz Financial.

Scopriilo da Autoindustriale.

- **TAN 4,90%, TAEG 5,63%**
- 35 Canoni
- Anticipo 15.000 €
- E dopo 3 anni sei libero di restituirla

*Riscatto finale 28.361 € e chilometraggio totale 60.000km, durata 36 mesi. Esempio di leasing per GLC 220 d 4MATIC SPORT. Prezzo chiavi in mano 50.891 € (IVA, Messa su strada, contributo Mercedes-Benz e Dealer inclusi, IPT esclusa). Importo totale finanziato 35.891 €, importo totale dovuto dal consumatore 41.150 € (anticipo escluso), incluse spese istruttoria 366 €, imposta di bollo 16 € e spese d'incasso SEPA 4,27 €. Valori IVA inclusa. Salvo approvazione Mercedes-Benz Financial Services Italia S.p.A. L'offerta è valida sul Nuovo GLC 220 d 4MATIC SPORT, è soggetta a disponibilità limitata per contratti attivati entro il 30/11/2019 e immatricolazioni entro il 31/12/2019 ed è cumulabile con altre iniziative in corso, escluse quelle riservate alle categorie Diplomatici e Parlamentari, Vip e Giornalisti, Taxi, NCC e Società di Noleggio. Modello esente da ecotassa ad esclusione della motorizzazione AMG. Fogli informativi disponibili in Concessionaria e sul sito internet della Società. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. L'auto raffigurata è un GLC versione SPORT con vernice opzionale.



Autoindustriale Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Bolzano, Via Galvani 41, tel. 0471 550000 - Brunico, Via J. G. Mahl 48, tel. 0474 570000 - Trento, Via Stella 13, tel. 0461 1735300
Rovereto, Via Brennero 25, tel. 0464 024400 - www.autoindustriale.mercedes-benz.it

Sommario



TEMA DEL MESE

Turismo, nasce un'intesa per innalzare i livelli occupazionali e rinforzare i rapporti di lavoro pag. 4
Carenza di personale: l'Asat "spinge" per favorire l'incontro tra domanda e offerta pag. 8



VITA ASSOCIATIVA

Le opere «nascoste» del Mart esposte in vari luoghi della cultura trentina pag. 10
Aumentare i ricavi in hotel con una reception efficiente pag. 12
Sezione Asat della Val di Non: il futuro frutto di un processo di progettualità condivisa pag. 14



FEDERALBERGHI

Bocca: «Se l'iva sale, declasseremo gli hotel a 5 stelle» pag. 16
È fallito il tour operator Thomas Cook pag. 18



GIOVANI

Un autunno intenso per i giovani albergatori pag. 20



SPEAK ENGLISH

Hotel F&B and healthy food trends pag. 21



FORMAZIONE

Giovani laureate in discipline umanistiche a scuola di tecnologia pag. 22



CORSI CAT

Il calendario di novembre dei corsi obbligatori pag. 24



LIBRI & TURISMO

Attività sportive e turismo pag. 28



FIERA HOTEL BOLZANO

HOTEL 2019, un appuntamento importante pag. 30
HOTEL 2019 al centro l'ospitalità sostenibile pag. 32



TRENTINO MARKETING

Da aeroporti e stazioni ferroviarie in autobus fino alle località turistiche pag. 34



NORMATIVE

Servizi appaltati: obblighi in sicurezza pag. 38
Dubbi pag. 42

MAGAZINE

10.2019 Anno XXXXVII

Chiusura Editoriale 13/10/2019

Foto Copertina: Intesa per favorire l'incontro di domanda e offerta - pxhere.com



tempo di lettura



autore dell'articolo

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

Direzione, Redazione, Amministrazione:

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

Direttore Responsabile: Roberto Pallanch

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

Abbonamento annuo: € 40,00

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

Grafica e pubblicità: OGP srl - Agenzia di Pubblicità

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

Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Riforma della promozione turistica e legge di bilancio provinciale: ecco i «nodi» autunnali

Finisce la stagione turistica estiva e inizia un autunno denso di iniziative ed appuntamenti per l'Associazione. Nei prossimi mesi verrà affrontato il tema cruciale della riforma della promozione turistica. L'altra questione centrale è la definizione della legge di bilancio della Provincia per il 2020 e per il prossimo triennio.

Riforma della promozione turistica.

Qualche passo in avanti, meglio sarebbe dire una più approfondita riflessione, è stato fatto in merito a questa riforma annunciata che rimane un tema da affrontare con grande attenzione. La Giunta esecutiva allargata ai componenti della Commissione di lavoro che si occupa della politica turistica ha, infatti, avuto modo di ascoltare e di confrontarsi con il Servizio turismo sui temi e sulle motivazioni di carattere giuridico che portano a pensare alle Apt come soggetti prevalentemente pubblici. Non si possono sottovalutare gli argomenti che vanno in questa direzione, ma preoccupa il fatto che a causa di questo status giuridico si pensi all'introduzione di vincoli e di rigide procedure che potrebbero limitare la rapidità e la flessibilità nell'adottare decisioni da parte delle Apt, nonché la loro operatività e la capacità di fornire risposte efficienti alle richieste del mercato. Il rischio, perciò, è che le Apt vengano «ingessate» all'interno di norme e regole che contrasterebbero con lo spirito imprenditoriale e privatistico che attualmente è praticato, soprattutto nelle realtà territoriali turisticamente più rilevanti e strutturate.

Siamo, peraltro, convinti che vada perseguito il doveroso rispetto delle regole di trasparenza, di corretta assegnazione e gestione di risorse attraverso procedure concorrenziali. Del resto siamo stati i primi a chiedere, ormai qualche anno fa e in tempi non condizionati da azioni giudiziarie, l'adozione di criteri unitari e improntati alla trasparenza nella gestione delle risorse e nella predisposizione dei bilanci. Naturalmente questo è uno degli aspetti, ma non l'unico, che dovrà essere affrontato se si vuole parlare di riforma. Non è meno importante occuparsi di tematiche quali il ruolo e le funzioni delle Apt e di Trentino marketing, la definizione di una strategia chiara per il turismo trentino. Urge, quindi, un ampio dibattito, cui dovranno seguire decisioni da prendere nella maniera più celere possibile.

Non emerge invece dalla discussione già intavolata, circoscritta in ambiti ristretti, la percezione del pericolo che venga demolito un sistema di organizzazione e di promozione del turismo costruito faticosamente nel corso degli anni. Non vogliamo infatti che ad esempio, si torni all'idea che alcune funzioni, come quella di informazione ed accoglienza magari ritenute a torto

prosegue a pag. 9...



direttore Roberto Pallanch

Turismo, nasce un'intesa per innalzare i livelli occupazionali e rinforzare i rapporti di lavoro

Rafforzare l'efficacia del servizio di incontro tra domanda ed offerta di lavoro gestito dall'Agenzia del Lavoro al fine di migliorare i livelli occupazionali e la regolarità dei rapporti di lavoro all'interno del mercato del lavoro del settore turistico. Con quest'obiettivo nasce il Protocollo d'intesa per favorire l'occupazione nel settore turistico tramite i Servizi per l'impiego, promosso dall'Asat e sottoscritto da diversi soggetti ed enti. Quali l'Asat, l'Ebt (Ente bilaterale del turismo trentino) e l'Enbit (Ente bilaterale del turismo e del commercio distribuzione e servizi), la Cgil con Filcams Cgil, la Cisl con Fisascat Cisl e la Uil del Trentino con Uiltucs, Confesercenti del Trentino e Confcommercio imprese per l'Italia Trentino, e l'Agenzia del Lavoro della Provincia di Trento.

«L'obiettivo principale - racconta il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** - è quello di potenziare e valorizzare il servizio di incontro domanda e offerta di lavoro erogato dai Centri per l'impiego al fine di rispondere alle esigenze del settore turistico. Ed, in tal senso, verranno promosse e diffuse in modo capillare le occasioni di lavoro offerte dal settore turistico ed i percorsi formativi e di orientamento con l'obiettivo di migliorare il livello qualitativo dell'intero settore». Non solo. Il Protocollo prevede anche l'attuazione di una serie di azioni ed interventi volti a contrastare il ricorso a canali informali di intermediazione tramite la sensibilizzazione degli operatori del settore del turismo presenti sul territorio provinciale.

 6' e 10"

 Fabia Sartori

Per contestualizzare questo tipo d'azione sinergica, il presidente Battaiola ricorda che «il settore turistico rappresenta una quota rilevante dell'economia del territorio e anche della domanda di lavoro». «Tuttavia, soprattutto nelle ultime stagioni - precisa - è cresciuto il numero dei posti vacanti non coperti, con conseguente difficoltà arrecata ai servizi turistici». Vi è, quindi, la necessità di promuovere servizi di orientamento e di formazione continua utili all'occupazione nel settore turistico. E questo andando incontro ai bisogni lavorativi di inoccupati, disoccupati e lavoratori stagionali. I soggetti sottoscrittori (di cui sopra) hanno la ferma intenzione di lavorare in sinergia per raggiungere tale scopo.

Tanto che ciascuno dei soggetti coinvolti, attraverso il Protocollo, ha preso degli impegni ben precisi al fine di raggiungere gli obiettivi in esso specificati. Numerosi, ad esempio, i compiti cui dovrà far fronte l'**Agenzia del Lavoro**. Tra cui ricordiamo la pubblicizzazione dell'iniziativa attraverso i propri canali di informazione (portale Trentino lavoro, sito internet istituzionale, stampa), la raccolta delle candidature e la predisposizione, dopo una profilazione delle competenze e delle attitudini professionali, di liste dei lavoratori disponibili a lavorare nel settore turistico.

Più soggetti ed enti
lavorano insieme al fine
di ridurre i “posti vacanti”
nel settore

Tali elenchi saranno strutturati in base alle aree d'impiego e ai diversi profili professionali ricercati. Inoltre, verranno messi a disposizione alle associazioni di categoria e agli operatori del turismo che ricercano personale.

L'Agenzia del Lavoro si incarica di coinvolgere gli iscritti ai Centri per l'impiego e di mantenere aperta la raccolta delle candidature a tutti i disoccupati disponibili. Tra i suoi compiti anche l'organizzazione di giornate di reclutamento o di “career day” all'interno dei territori con maggior fabbisogno di manodopera. E questo in collaborazione con le associazioni datoriali di categoria e gli enti bilaterali firmatari della suddetta intesa.



Foto Archivio Asat

5

TEMA DEL MESE

Bravilor Aurora

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

**BRAVILOR
BONAMAT**

SINGLE ORIGINS
- Sumatra Raja Balak
- Ethiopia Sidamo
- Brazil Cereja Passila



Bravilor Italia S.r.l.
Via Palermo 22
I-20090 Assago (MI)
T +39 02 8354 7208
info.it@bravilor.com

www.bravilor.com



Foto Archivio Asati

Giovani camerieri al lavoro: in hotel numerosi "posti vacanti" riguardano proprio questa figura

Sarà, poi, cura dell'Agenzia del Lavoro fornire agli imprenditori e operatori del turismo che lo richiedano un servizio mirato di incontro domanda-offerta coerente con le finalità del Protocollo, anche in collaborazione con i firmatari dello stesso; informare i lavoratori iscritti nelle liste sulle iniziative formative inerenti il settore del turismo attivate dall'Agenzia del Lavoro e dai firmatari del Protocollo; partecipare agli incontri informativi promossi dalle associazioni datoriali di categoria e dagli enti bilaterali sul territorio provinciale a favore degli operatori turistici; coinvolgere gli istituti secondari superiori, la formazione professionale e gli enti formativi nella promozione delle attività contenute nella presente intesa.

Infine, l'Agenzia del Lavoro si occupa di istituire un tavolo tecnico finalizzato alla gestione organizzativa, al monitoraggio e alla valutazione dell'applicazione degli accordi contenuti nel Protocollo, nonché alla sua implementazione riguardo alle fasi e alle attività realizzate coinvolgendo tutti i firmatari.

Dal canto loro, **associazioni datoriali** e **enti bilaterali** si impegnano a pubblicizzare l'iniziativa attraverso i propri canali di informazione e a partecipare al tavolo tecnico istituito dall'Agenzia del Lavoro.

Da parte delle associazioni datoriali, inoltre, è prevista la promozione di una campagna di sensibilizzazione nei confronti dei propri iscritti e la fornitura ai propri associati della lista stilata dall'Agenzia del Lavoro contenente i nominativi dei candidati per un lavoro nel settore turistico.

Tali associazioni, poi, intendono rafforzare il coordinamento tra le stesse al fine di soddisfare le esigenze di manodopera, in particolare stagionale, e si occupano di organizzare incontri informativi e di sensibilizzare gli operatori turistici con il coinvolgimento dell'Agenzia del Lavoro e del Servizio lavoro della Provincia.

Gli enti bilaterali, poi, assumono l'incarico di collaborare con l'Agenzia del Lavoro e con le associazioni firmatarie del Protocollo nell'individuazione di moduli formativi specifici rispondenti ai fabbisogni economici del settore del turismo.

Infine, le **organizzazioni sindacali confederali e di categoria** si impegnano a pubblicizzare l'iniziativa attraverso i propri canali di informazione e, in particolare, a fornire specifica documentazione ai disoccupati del settore che si rivolgano agli sportelli dei patronati e dei Servizi di orientamento al lavoro. Il Protocollo prevede anche per tali organizzazioni la partecipazione al tavolo tecnico istituito dall'Agenzia del Lavoro.

NON VOGLIAMO
CAMBIARE IL MONDO.
MA SOLO IL MODO DI SCOPRIRLO.



Volkswagen California Ocean.
Anche con trazione 4MOTION e cambio automatico DSG.

Il mondo è pieno di posti meravigliosi. Tu puoi raggiungerli tutti, con Volkswagen California Ocean. Grazie al tetto sollevabile, i quattro comodi letti e la piccola cucina accessoriata, potrai goderti ogni angolo di paradiso come se fosse casa tua.

Volkswagen California Ocean. Il mondo è la sua casa.

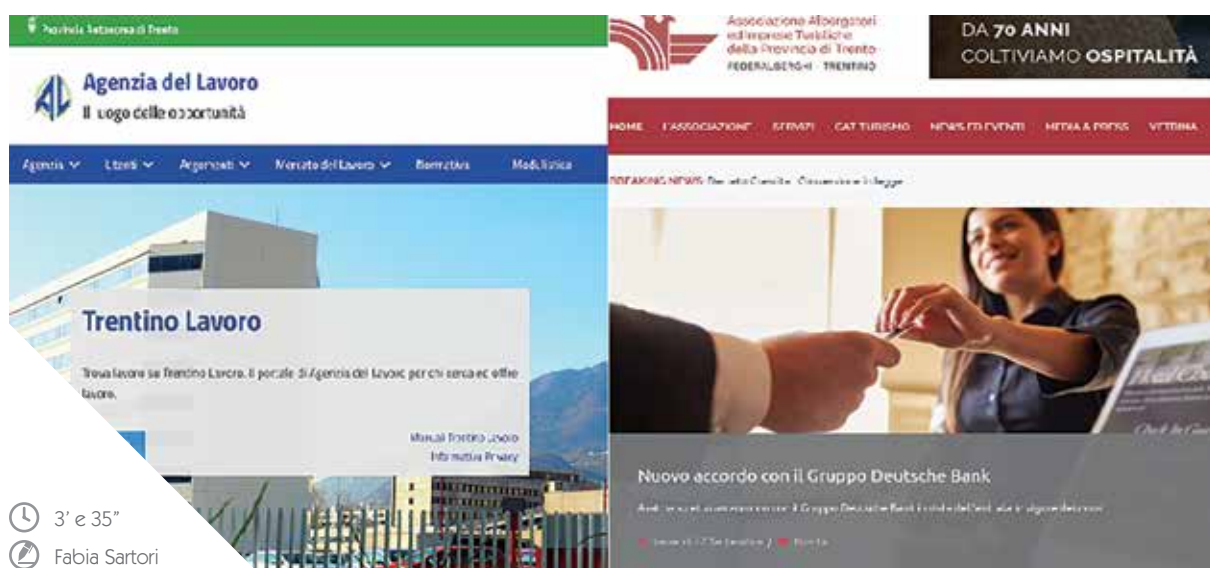


Volkswagen

Dorigoni

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

Carenza di personale: l'Asat "spinge" per favorire l'incontro tra domanda e offerta



Asat ed Agenzia del Lavoro "gomito a gomito" verso la firma dell'intesa

La fine della stagione estiva porta con sé ottime notizie per la risoluzione di un problema con cui, da tempo, le aziende alberghiere devono fare i conti: la difficoltà nel reperire il personale stagionale. Va detto, però, che la firma del Protocollo che ha l'obiettivo di innalzare i livelli occupazionali e rinforzare i rapporti di lavoro in ambito turistico affonda le sue radici nel «vissuto» degli albergatori trentini (anche se questa problematica è riscontrata in tutt'Italia) e nella loro diretta esperienza lavorativa. Ed, in particolare, nell'attenzione che l'Asat presta ad individuare soluzioni che possano favorire i propri associati. Infatti, l'Asat è stata «precursore» in tal senso, andando a raccogliere le esigenze ed i bisogni dei suoi associati e cercando di individuare una soluzione reale ed efficace per risolvere i disagi causati agli imprenditori del settore turistico a causa dell'impossibilità di reperire personale qualificato ed in grado di dare continuità lavorativa.

«Abbiamo preso atto del problema - afferma il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** - che è diventato davvero di dimensioni importanti sia per quanto riguarda il raggiungimento di un buon livello occupazionale sia per quanto riguarda la regolarità dei rapporti di lavoro all'interno del settore turistico». Scarsità di manodopera qualificata e reticenza dei lavoratori a prendere parte a corsi di formazione pensati ad hoc per il settore turistico (corsi, tra l'altro, finalizzati all'assunzione del lavoratore in questione), diffusi episodi di inadeguata professionalità, carenza di continuità lavorativa (quindi personale sempre nuovo e talvolta inesperto da gestire) ed abbandono senza adeguato preavviso del posto di lavoro. Sono queste le principali «casistiche» rilevate dagli albergatori trentini ed esaminate, nonché «prese a cuore», dall'Asat. Quindi, esaminata la complicata situazione, l'Associazione ha deciso di «muoversi». «In una situazione in cui

Preso atto dei bisogni della categoria, l'Associazione incontra l'Agenzia del Lavoro e si arriva alla firma del Protocollo

“domanda” ed offerta” fanno fatica ad incontrarsi - osserva Battaiola - abbiamo pensato che l'interlocutore migliore con cui affrontare questo “scoglio” potesse essere proprio l'Agenzia del Lavoro». Così, si sono realizzati i primi incontri tra l'Asat e l'Agenzia del Lavoro. In particolare, i «vertici» dell'Asat (perciò il presidente Battaiola ed il direttore **Roberto Pallanch**) hanno avuto modo di sedersi allo stesso tavolo con il presidente dell'Agenzia del Lavoro **Riccardo Salomone** e la dirigente generale **Laura Pedron**. Durante questi momenti di confronto, anche gli esponenti dell'Agenzia del Lavoro hanno avuto modo di confermare le difficoltà esistenti nel creare buoni livelli occupazionali e rapporti di lavoro continuativi. Ed è nata, così, l'idea di una «sinergia allargata» tra le parti. Idea che, poi, è «uscita allo scoperto», coinvolgendo una serie di enti e soggetti interessati a raggiungere il medesimo obiettivo. Gli stessi che, infine, hanno firmato il Protocollo.

A fine agosto, poi, l'assessore provinciale **Achille Spinelli** ha convocato un incontro al fine di illustrare e discutere con le parti sociali i contenuti dell'iniziativa di Agenzia del Lavoro e delle associazioni di categoria del turismo, con l'obiettivo di favorire l'incontro di domanda e offerta di lavoro nel settore turistico. Successivamente, sebbene ne fosse già parzialmente al corrente di quanto stava “bollendo in pentola”, l'intero Consiglio direttivo dell'Asat è stato coinvolto. «Durante una delle “sedute” del Consiglio - ricorda Battaiola - è stato affrontato il tema della difficoltà di reperimento di lavoratori nel settore turistico ed è stato aperto un ampio confronto per una maggiore collaborazione tra l'Asat e l'Agenzia del Lavoro. In tal senso, sono stati definiti alcuni “filoni” su cui puntare per favorire l'incontro tra domanda ed offerta: orientamento e profilazione dei potenziali lavoratori per il settore turistico, rafforzamento del rapporto con aziende (in particolare in riferimento ai bisogni di figure professionali), rifacimento del sito web dell'Agenzia del Lavoro, programmazione di appuntamenti strutturati tra aziende e lavoratori potenziali, incremento dei rapporti tra l'Asat, l'Agenzia e le scuole, attivazione di rapporti con altri territori ed agenzie regionali del lavoro, svolgimento di indagini sui bisogni delle aziende, certificazione o libretto delle competenze». In conclusione, è stato definito il Protocollo d'intesa che entra nel merito delle iniziative da porre in essere, definendo quali soggetti o enti si impegnano a compiere determinate «azioni».

... segue dalla prima pagina

meno importanti, siano gestite dal pubblico ed alcune altre dai privati, separando ciò che deve essere unito e coordinato, come invece avviene ora. Non dimentichiamo l'impegno e la fatica impiegati a costruire rapporti di conoscenza reciproca e di collaborazione tra comuni, aziende di promozione ed aziende del turismo. E non scordiamo nemmeno che i risultati positivi ottenuti dal Trentino turistico sono stati raggiunti anche grazie a questa organizzazione della promozione, e che il nostro modello è spesso termine di confronto e considerato positivo, studiato e talora invidiato.

In questo contesto e nel rispetto delle norme e dell'opportuna riorganizzazione, l'Asat sarà impegnata ad affermare il proprio punto di vista, in un confronto con i propri associati, negli organi direttivi, con le istituzioni e con le stesse Apt.

Legge di bilancio della Provincia per il 2020 e per il prossimo triennio.

Ecco l'altro grande tema delle prossime settimane. È il primo vero banco di prova del nuovo Governo provinciale, che dovrà misurarsi con risorse economiche e finanziarie che pare siano limitate e, in prospettiva, calanti per il venire meno dei residui fiscali che vantiamo nei confronti dello Stato. Da parte nostra riteniamo che si debba prima di tutto fare una puntuale ricognizione delle risorse disponibili, di quelle assegnate e non utilizzate, dei possibili tagli. Questo lavoro crediamo vada impostato ai fini di una programmazione su un arco temporale almeno triennale.

Abbiamo già avuto modo di comunicare le priorità del settore turistico: il mantenimento delle risorse alla promozione, la conferma della già programmata riduzione dell'Imis, la rivisitazione dell'Irap, il mantenimento della compensazione fiscale sulle spese di investimento. Nelle nostre osservazioni al Programma di sviluppo provinciale abbiamo segnalato, tra le altre proposte, tre questioni fondamentali: la realizzazione di un sistema di mobilità interconnesso e cadenzato, un'infrastrutturazione di reti telematiche adeguate, un sistema della formazione e dell'istruzione di qualità. Si tratta di inserirle con le relative risorse nei prossimi bilanci della Provincia.

Anche su questi temi continueremo il nostro impegno e misureremo quello del Governo provinciale.

 direttore Roberto Pallanch

Le opere «nascoste» del Mart esposte in vari luoghi della cultura trentina



Al Mart Sgarbi si rivolge agli albergatori per rinsaldare il legame tra turismo e cultura

L'offerta turistica non può prescindere dall'offerta culturale. Così, il turismo trentino «incontra» il Mart di Rovereto. Buona parte dei membri del Consiglio direttivo dell'Asat, infatti, insieme al presidente **Giovanni Battaiola** e al direttore **Roberto Pallanch**, si sono dati appuntamento al Mart per confrontarsi con il neo-presidente **Vittorio Sgarbi**. Ambizioso il progetto culturale proposto dal critico d'arte, in grado di coinvolgere l'intero territorio trentino. Progetto che intende «portare» in alcuni luoghi simbolo (ad esempio i castelli) delle località turistiche del Trentino una serie di opere culturali appartenenti al Mart.

«Una valorizzazione culturale dell'intero territorio trentino può senza dubbio essere in grado di coinvolgere i turisti che già arrivano sul territorio. Ma può anche attirare turisti che ancora non lo hanno visitato, nonché «smuovere» i turisti più meteoropatici, creando importanti momenti di interesse culturale». Questo il commento del presidente Battaiola, che aggiunge: «In Trentino giungono turisti da tutto il mondo per motivi sportivi. Vorremmo riuscire ad attrarre ospiti che «si muovono per la cultura», i quali spesso hanno anche una maggior predisposizione a spendere durante la vacanza».

Si rinforza la partnership tra l'Asat e il polo museale di Rovereto

Delocalizzare alcune delle opere che al momento giacciono nei depositi del museo roveretano. Ecco l'idea lanciata da Sgarbi, condivisa dal presidente Battaiola ed accolta di buon grado dalla totalità dei membri del Consiglio direttivo presenti in sala e da molti altri albergatori provenienti da tutto il Trentino. «In questo modo - precisa Sgarbi - nei diversi luoghi del Trentino si potranno ammirare alcune opere del Mart, altrimenti destinate a rimanere collocate nei depositi». «Sono circa 5.000 - prosegue - le opere che, ad oggi, sono conservate in deposito. Alla prossima riunione del Consiglio di amministrazione del Mart chiederò di valutare circa 300 opere che possano essere collocate (ovviamente senza alcun pericolo per la loro conservazione) in una ventina di luoghi sul territorio. Il piano di collocazione delle opere verrà disposto con la supervisione del direttore e responsabile scientifico del Mart **Gianfranco Maraniello**, solamente dopo aver compiuto vari sopralluoghi per individuare le possibili idonee collocazioni».



Foto Archivio Sartori

Da sinistra a destra: il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola, il presidente del Mart Vittorio Sgarbi e il presidente della Provincia Maurizio Fugatti

🕒 4' e 25"

👤 Fabia Sartori

Numerose le proposte di «collocazione» dei capolavori «nascosti» del Mart arrivate dagli associati di Asat presenti in sala. **Alberto Barbieri**, ad esempio, ha sottolineato che le vecchie caserme austroungariche sul Bondone, abbandonate da anni, «sarebbero il luogo ideale per realizzare una mostra sulla tragedia delle Guerre mondiali». Dal canto suo, il presidente della sezione Asat della Vallagarina **Mauro Nardelli** vorrebbe promuovere «un'integrazione tra il Mart e un percorso territoriale legato al gusto, prendendo in considerazione come siti espositivi l'Eremo di San Colombano e la Valle di Gresta (nota per la sua cultura e coltura del biologico)». Non è mancato l'intervento di **Walter Arnoldo**, presidente della sezione Asat di Levico: «Il bellissimo forte Colle delle Benne che abbiamo sul nostro territorio - propone - è stato costruito dagli austroungarici alla fine del 1800 ed oggi è un "contenitore vuoto": si presterebbe bene ad una mostra itinerante». Da Campiglio, infine, **Anna Maturi** e **Cristina Aldrighetti** propongono rispettivamente di delocalizzare le opere del Mart «nel contesto naturale della natura trentina» e «all'interno del caratteristico salone Hofer, il salone delle feste con dipinti in stile liberty che si trova all'interno del Grand Hotel Des Alpes (di proprietà privata)».

In seguito, il presidente Sgarbi ha sottolineato con enfasi i problemi di «comunicazione che affliggono il Mart». Il critico d'arte ha puntato il dito contro «l'inesistente gestione della promozione della cultura da parte di Trentino Marketing».

In tal senso, il presidente dell'Asat Battaiola è intervenuto «spezzando una lancia» nei confronti di Trentino Marketing, dicendo che «molto è stato fatto per la promozione del turismo trentino, alla luce di molti momenti di collaborazione e di un rapporto positivo tra l'Asat e Trentino Marketing».

Dopo aver proposto un arricchimento culturale periferico, Sgarbi ha chiesto aiuto agli albergatori trentini per rendere più attrattivo e frequentato il polo centrale del Mart. «Per incrementare il flusso di turisti che visitano il Mart - afferma - chiedo a voi albergatori la disponibilità a proporre i biglietti del polo museale roveretano a fronte di un piccolo sovrapprezzo (ad esempio, uno o due euro a ticket) sul conto dell'albergo o del ristorante. Non dimentichiamo che il biglietto intero d'ingresso al Mart costa 11 euro e il ridotto 7 euro: in questo modo potremmo "invitare" i turisti a visitarlo, attraverso una proposta mirata e a costo ridotto». Sgarbi ha ammesso di «aver scoperto che molto è stato fatto con la Trentino Guest Card», ma di «non essere d'accordo con il rilascio gratuito della stessa a fronte di un pernottamento di almeno due giorni nelle strutture aderenti». Alcuni albergatori in sala, tra cui **Federico Amistadi** di Arco, hanno concordato nell'affermare che «il Mart merita di essere fatto conoscere in maniera migliore ai turisti trentini, magari con la complicità degli albergatori stessi che possono impegnarsi maggiormente a promuoverlo». Il presidente Battaiola ha, infine, ribadito la volontà degli albergatori nel promuovere un progetto culturale su tutto il territorio, diffondendo capillarmente il Mart. «Senza scordare - aggiunge Battaiola - l'impegno oramai decennale dell'Asat nel far conoscere i luoghi della cultura trentina ai turisti in visita sul territorio». Va detto che all'incontro tra l'Asat e il Mart era presente anche il presidente della Provincia **Maurizio Fugatti**. «Crediamo che il Mart - dichiara - possa fare molto per lo sviluppo del turismo trentino, con forti ricadute sul territorio anche alla luce della recente presentazione alla stampa estera».

Aumentare i ricavi in hotel con una reception efficiente

Il manuale del perfetto receptionist

Punto nevralgico in qualsiasi hotel, la reception costituisce anche il centro di ricavi principale nella gestione alberghiera. Ecco alcuni consigli utili per massimizzarli.

Il receptionist perfetto non è un'utopia, bensì un mix bilanciato tra senso di ospitalità e abilità organizzative, in grado di coniugare frenesia e cortesia, di saper cogliere l'attimo, ricordando che non vi sono mai due giorni lavorativi uguali.

La regola fondamentale è quella di lavorare sull'«impatto». Ogni interazione, anche accidentale, con gli ospiti dovrebbe essere sfruttata al meglio. Ciò significa che anche mentre si è concentrati su un'altra attività, al telefono o al pc, è indispensabile interromperla prontamente e dedicarsi totalmente all'ospite.

⌚ 4' e 25"

👤 Francesca Maffei

Capire e anticipare i bisogni del cliente è il primo passo per riuscire a portare a buon fine un'azione di up-selling o di cross-selling, ovvero la vendita di qualcosa di superiore o di ulteriore rispetto a quanto inizialmente acquistato. Al fine di non dimenticare nessuno dei prodotti o dei servizi potenzialmente vendibili all'ospite, può essere utile creare un'apposita lista da appendere dietro il front-desk. Inoltre, i receptionist devono essere sempre aggiornati su cosa propongono i loro colleghi concorrenti più prossimi.

I receptionist sono la prima figura con cui entra in contatto il cliente e l'ultima che vedrà alla sua partenza. Sono pertanto quelli che raccolgono il maggior numero di informazioni, direttamente e indirettamente, durante la sua permanenza. Per questo devono essere in grado di individuare il vantaggio che può derivare per uno specifico ospite e saperlo comunicare come un guadagno per lui, non per l'hotel. Ad esempio, se un viaggiatore raggiunge la struttura con mezzi pubblici o con un transfer, non ha alcun senso tentare la vendita del posto auto nel parcheggio coperto. Così come, al contrario, un cliente business sarà molto interessato ad acquistare una connessione internet con una banda ultra larga garantita rispetto al wi-fi base gratuito. Un front office manager registra le richieste del cliente, allunga o accorcia la sua prenotazione, suggerisce massaggi o trattamenti in Spa, noleggia attrezzature sportive, prenota tavoli al ristorante in caso di soggiorni bed & breakfast e, infine, se la struttura ne è provvista, promuove la sua linea di merchandising.

In modo schematico, si possono riassumere così le fasi della vendita: approccio, ovvero trenta secondi per rivolgersi al cliente; intervista, ossia il momento in cui si indagano aspettative e necessità del cliente; soluzione, che si concretizza quando viene presentata un'offerta economica; conclusione, il cui successo dipende dalle tre fasi precedenti.

Le persone provano un profondo senso di frustrazione quando notano che le proprie richieste non vengono soddisfatte o comprese da chi si trovano davanti. A scadenza regolare è, infine, opportuno controllare ed effettuare misurazioni di performance dell'attività svolta in reception, al fine di rilevare le aree di miglioramento.



Foto Archivio Asat

In hotel la reception è il principale punto di contatto con il cliente

CARTA CONTO, SCELTA EVOLUTA.

**RICARICA EVO,
LA CARTA CONTO
RICARICABILE,
ECONOMICA E
COMPLETA**

Un unico strumento
per tutte le esigenze:
accreditare lo stipendio,
inviare e ricevere bonifici,
pagare le bollette,
ricaricare il cellulare,
fare acquisti in Italia,
all'estero e online.

**RICARICA
EVO**



Sezione Asat della Val di Non: il futuro frutto di un processo di progettualità condivisa



Foto Pedretti

Elisa Inama, la presidente della sezione Asat della Val di Non

Val di Non, terra di prodotti ed imprenditori agricoli. Ma anche località turistica in grado di attrarre un gran numero di visitatori durante l'anno.

Gli albergatori della sezione Asat della Val di Non insieme ai rappresentanti dell'extralberghiero si sono riuniti in assemblea per affrontare temi «trasversali» al fine di pianificare una nuova progettualità in grado di dare una maggior attrattività alla valle.

Quindi, sono state affrontate le principali criticità del territorio turistico, nella necessità condivisa di trovare progetti

I nuovi scenari possibili dopo l'introduzione della Trentino Green Card

o iniziative che animino il territorio e che creino situazioni e contesti determinanti nella scelta della località turistica Val di Non. Un «nodo» va certamente migliorato: la mobilità. Ogni zona della Val di Non, dal paese di Tret alla località Rocchetta, dal comune di Predaia al paese di Rumo, ha le proprie peculiarità. Che se messe fisicamente in rete, ovvero in modo tale da poter essere facilmente vissute e raggiunte, garantiscono la varietà e l'attrattività di una vacanza in Val di Non. Per il futuro è però necessario parlare di mobilità in un'ottica sostenibile, con la collaborazione di enti pubblici, privati e le amministrazioni comunali. La mobilità «green» potrebbe essere proprio uno dei valori aggiunti con cui l'ospite, sempre più attento e sensibile alla sostenibilità, sceglie la sua destinazione turistica. E la Val di Non non vuole essere esclusa da una scelta sulla base di tali criteri. Rimane, tuttavia, un grande quesito a cui dare risposta, prima di mettere in atto qualsiasi tipo di progettualità: dove e come reperire le risorse da investire.

Gli albergatori della Val di Non hanno, poi, affrontato il tema della tassa di soggiorno e di un suo possibile aumento. Diverse le opinioni che riguardano un ipotetico aumento della tassa di soggiorno, contrarie e favorevoli. Gli operatori che «aprono» alla possibilità di un aumento specificano come si debba avere un progetto che offra servizi immediatamente chiari e usufruibili dall'ospite. Il quale sceglie la Val di Non come meta del suo soggiorno e, una volta sul territorio, deve poter godere di vantaggi, provare emozioni, immortalare momenti. È fondamentale che, nel caso in cui la tassa di soggiorno venisse aumentata, tale incremento sia giustificato da una progettazione reale e direttamente fruibile dall'ospite.



Una foto panoramica della Val di Non

🕒 3' e 20"

👤 Elisa Inama

Tra gli argomenti affrontati, poi, anche quello del futuro delle Apt. Gli scenari non sono ancora stati delineati, ma in Val di Non gli albergatori auspicano e presuppongono che vengano poi comunque rispettate le iniziative e le decisioni prese, se le stesse portano un valore aggiunto al territorio.

Infine, ma non per «ultimo», un tema particolarmente caldo. La Trentino Green Card, che sarà una certezza a partire dal prossimo novembre. Gli albergatori della sezione Asat della Val di Non insieme ai rappresentanti dell'extralberghiero hanno riflettuto a lungo sul futuro della vecchia Trentino Guest Card. Molti rappresentanti del settore turistico della Val di Non hanno concordato nel dire che «potranno sorgere difficoltà nello spiegare all'ospite che ha già soggiornato in valle le motivazioni per cui, da novembre, non potrà più godere di alcune gratuità già fruite in passato». Non solo. Durante l'incontro è stato «sottolineato dai presenti che la "card" risulta essere espressione diretta e specifica del territorio e di ciò che esso offre». Per questo, la maggior parte degli esponenti del turismo noneso è dell'idea che «il turista dovrebbe riconoscere un contributo economico per l'acquisto della card, anche minimo, in modo da dare un valore a quanto la valle offre».

Durante l'assemblea, poi, la direttrice **Giulia Dalla Palma** e il presidente **Lorenzo Paoli** dell'Apt della Val di Non si sono resi disponibili per un approfondimento sul tema della Trentino Green Card, specificando

che verrà predisposta per ogni operatore del Trentino e che non vengono richieste contribuzioni finanziarie di alcun tipo. Ciascun territorio potrà decidere se adottare altre «cards» da affiancare alla principale. E queste sono nello specifico: la Green Card Plus (nome fittizio), una card personalizzata che l'utente «compone» nella maniera che preferisce, in base ai suoi interessi; la Green Card di Località (nome fittizio), una card che prevede dei servizi aggiuntivi in base a ciò che caratterizza il determinato territorio in cui viene attivata. Si aprono, perciò, ragionamenti sulle attrattive che ciascun territorio offre, individuando quali possano essere i servizi in più che arricchiscono la card e definiscono, in questo caso, la Val di Non. Gli operatori del settore turistico hanno fatto presente «la difficoltà di un'eventuale gestione di più "cards" sia a livello di emissione da parte del sistema gestionale di riferimento sia nella spiegazione all'ospite delle diverse tipologie di card».

I presenti, infine, hanno accolto con consenso l'idea di premiare l'ospite che soggiorna più di tre notti consegnando la Green Card di Località, per poter godere di ingressi ridotti o gratuiti per le principali attrattive della Val di Non. Così facendo, si ovvierebbe al problema di scegliere quali cards emettere: Trentino Green Card per soggiorni inferiori alle tre notti e Card di Località per soggiorni dalle tre notti in su.

Al primo incontro tra albergatori e rappresentanti dell'extralberghiero ne seguiranno altri al fine di implementare una maggior promozione del territorio in un'ottica di progettualità condivisa.

Bocca: «Se l'Iva sale, declasseremo gli hotel a 5 stelle»

🕒 2' e 10"

👤 Andrea Rudari

Stop alla tassazione sul turismo e sul lusso

«Stop alle tasse sul turismo e sul lusso. Se per gli hotel di alta fascia l'Iva venisse rimodulata e salisse al 22%, abbiamo già pronta una contromossa: declasseremo tutti gli alberghi a 5 stelle per risparmiare quel famoso 10% di cui si parla. Ci auguriamo che ciò non accada, oppure l'Italia si troverà a non avere più hotel a 5 stelle». Lo ha detto il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** durante il TTG Travel Experience di Rimini, commentando le indiscrezioni su un possibile intervento del Governo nella manovra di bilancio.

«Torneremo alla situazione di anni fa - anticipa Bocca - quando in Italia c'erano meno di 80 hotel di lusso perché dovevano sostenere una tassazione Iva altissima. Oggi questa categoria conta più di 500 strutture in Italia, ma siamo pronti a scendere di nuovo a meno di 80. Ritengo che l'operato del Governo appena insediato sia populista, in quanto come prima azione ha pensato di adottare una penalizzazione dei prodotti di lusso al fine di abbassare l'Iva sui pannolini». «Giusto abbassare l'Iva su quest'ultima tipologia di prodotti - sottolinea Bocca - ma i soldi vanno trovati in altro modo. Mi rivolgo al nuovo Governo: continuando a favorire B&B e affitti brevi non si riescono a stanare gli abusivi e la tassazione grava unicamente sulle spalle degli imprenditori. Mi auguro che il Ministro del turismo **Dario Franceschini** non venga a compromessi su questo punto». «Dal Governo ci avevano assicurato che non avrebbero toccato l'Iva - ribadisce Bocca - e invece, ora, giocano sull'equivoco tra le parole "aumento" e "rimodulazione". Continuiamo a sentirci dire che l'Italia deve puntare sulla qualità e, invece, la parola lusso viene associata alla tassazione e non considerata come un valore aggiunto alla ricettività del Paese».

«Stop - conclude Bocca - alla penalizzazione degli alberghi che, attirando clientela di lusso, portano grande indotto alle destinazioni. Senza scordare che i prezzi più alti delle camere gli hotel di alta categoria portano più introiti alla voce "Iva" anche con l'attuale 10% di tassazione».



Gli albergatori devono fare i conti con le tasse

RIQUALIFICAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

Urge rifinanziare il tax credit per il rilancio del settore

Gli albergatori italiani sono tenaci e continuano ad aver voglia di investire. Lo fanno nonostante uno scenario ingarbugliato a causa della riapertura di alcuni mercati della sponda sud del Mediterraneo, del calo della domanda tedesca e dell'imperversare delle strutture ricettive illegali che si nascondono dietro l'etichetta delle locazioni brevi, ai quali si sono recentemente aggiunti i guasti provocati dai fallimenti del gruppo Thomas Cook e di Amoma.

Nel rammentare che la legge di bilancio per l'anno 2019 non ha rifinanziato il tax credit, Federalberghi invita il Governo ad un intervento urgente: si tratta di un obiettivo di primaria importanza per il rilancio del settore turistico italiano, che la federazione ha incluso tra le priorità per la prossima manovra di bilancio, insieme alla sterilizzazione delle clausole di salvaguardia IVA ed al completamento della legislazione di contrasto all'abusivismo.

Federalberghi chiede che vengano garantite le risorse necessarie per assicurare copertura a tutte le imprese che effettuano un investimento, ponendo fine ad una procedura iniqua, che sino ad oggi ha assegnato il credito d'imposta a chi ha il dito più veloce o la linea internet più performante, per non parlare delle le peripezie che hanno caratterizzato l'ultimo click day.

Forza dalla Natura.

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



A fianco degli
operatori del
settore turistico,

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

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

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



cap 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

È fallito il tour operator britannico Thomas Cook

Imprese italiane a rischio: Federalberghi chiede al Governo di tutelarle

«Il fallimento del tour operator Thomas Cook potrebbe causare uno tsunami, anche in Italia. Siamo molto preoccupati. In poche ore siamo stati contattati da molti alberghi, ciascuno dei quali vanta nei confronti del tour operator inglese crediti per decine di migliaia di euro, a volte centinaia di migliaia». È questo il commento del presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** alla notizia del crac dello storico tour operator.

«Le istruzioni diffuse dalla compagnia - sottolinea Bocca - si soffermano sulla tutela dei turisti, bloccando la partenza di coloro che stavano per mettersi in viaggio e coordinando il rimpatrio di coloro che sono attualmente in vacanza. Ma neanche una parola è stata detta in relazione agli alberghi e agli altri partner, che si ritrovano con il cerino acceso in mano. Si conferma, ancora una volta, che la direttiva europea sui pacchetti di viaggio è una norma lacunosa, che non tiene conto del ruolo delle imprese turistico ricettive».

🕒 1' e 55"

«Chiediamo, perciò, al Governo italiano - annuncia Bocca - di intervenire con urgenza presso le autorità inglesi e nei confronti di quelle dei Paesi in cui operano le altre società del gruppo di Thomas Cook, al fine di tutelare la posizione delle imprese italiane. Bocca conclude informando che «Federalberghi ha immediatamente contattato Hotrec, l'organizzazione europea degli albergatori, e le consorelle degli altri Paesi, per organizzare il confronto con il liquidatore e coordinare l'azione legale che si renderà probabilmente necessaria presso i tribunali inglesi. Purtroppo i tempi saranno lunghi e l'esito a dir poco incerto. E nel frattempo, molte aziende italiane patiranno le gravi conseguenze di quanto accaduto».

Nel contempo, l'Asat suggerisce ai propri associati di informare eventuali clienti che hanno prenotato con Thomas Cook e che stanno per arrivare presso le loro strutture, affinché sappiano che dovranno saldare il conto in albergo per poi chiedere alle autorità competenti dei rispettivi Stati di origine il rimborso di quanto versato a Thomas Cook. Gli uffici dell'Asat restano a disposizione per eventuali ulteriori chiarimenti (è disponibile un fac simile di comunicazione) e per raccogliere le segnalazioni in merito.

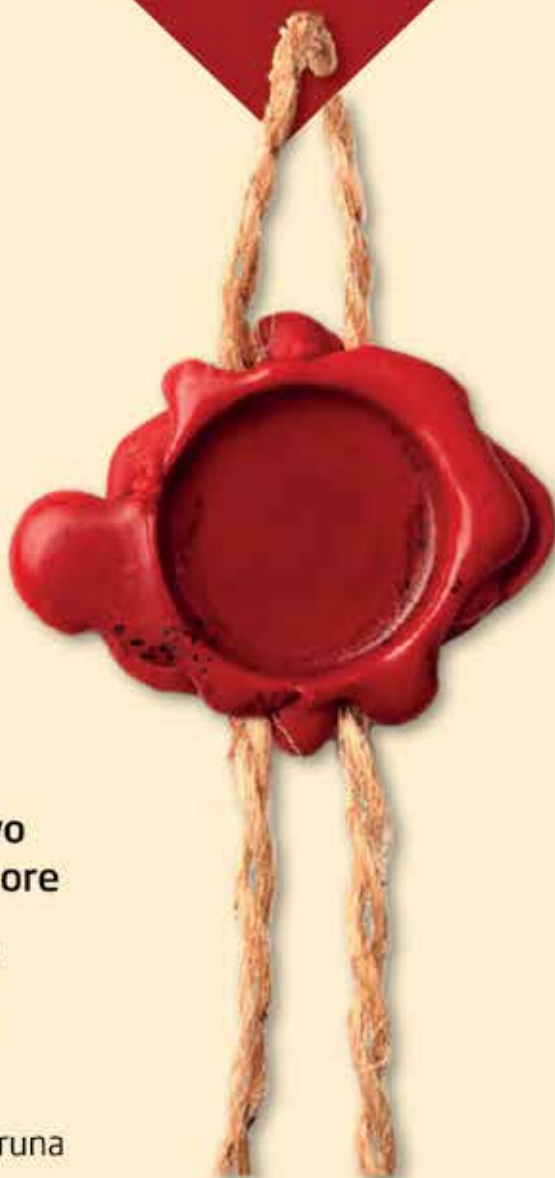


Foto Wikimedia Commons

Un velivolo della compagnia area Thomas Cook

Il marchio collettivo, di certificazione e le indicazioni geografiche

Trento, 23 ottobre 2019
Palazzo Roccabruna
ore 9.00



Incontro informativo con esperti del settore

Partecipazione gratuita
previa adesione:
brevetti@tn.camcom.it
tel: 0461 887291

Trento - Palazzo Roccabruna
via S. Trinità n. 24

www.tn.camcom.it



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA
DI TRENTO

Pronti all'impresa

pd punto
impresa
digitale

Un autunno intenso per i giovani albergatori italiani

Alla Fiera di Rimini
la presentazione delle
relazioni territoriali annuali

🕒 3' e 20"

👤 Francesca Maffei

Carrellata di appuntamenti a breve termine per i Giovani albergatori del Comitato nazionale di Federalberghi. Anche quest'anno in occasione della Fiera Sia Guest di Rimini si svolgeranno gli incontri istituzionali che li vedranno impegnati in un doppio appuntamento. Giovedì 10 ottobre si è tenuto il Consiglio direttivo, che tra i punti all'ordine del giorno prevede la presentazione delle relazioni annuali sull'attività svolta da ciascun Comitato territoriale. A seguire si è svolto il seminario di formazione dal titolo "Il mio futuro è sostenibile. L'albergo empatico", dall'omonimo volume redatto dal relatore Thomas Bialas. L'evento, organizzato in collaborazione con il Cfmt (Centro di formazione management del terziario) sarà pertanto particolarmente significativo, dando l'opportunità ai partecipanti di poter avere un confronto diretto con l'autore.

Dal 14 al 17 novembre sarà la volta del Meeting europeo a Istanbul. Oltre all'opportunità di visitare la città, che rappresenta un'importantissima meta turistica, i giovani albergatori godranno dell'accompagnamento di un coach d'eccezione: **Giacomo Pini**. Il fondatore della società di consulenza GpStudios, collaudato partner di Federalberghi, offrirà il suo aiuto per far emergere punti di forza ed elementi critici delle strutture alberghiere che verranno visitate, dei meeting previsti e della meta in generale, grazie a un lavoro preventivo di profilazione degli hotel e del contesto. Dopo le varie visite sarà possibile attivare il confronto e la discussione di gruppo, comparando la realtà locale con la situazione italiana e le strutture nostrane.



Una foto di gruppo dei componenti del Comitato nazionale Giovani albergatori di Federalberghi

Infine, fino al 6 ottobre sarà possibile iscriversi al progetto Big 2019, un gioco di squadra intergenerazionale nel quale si simula una realtà aziendale allo scopo di cooperare per vincere, per crescere e per acquisire nuove competenze. Big 2019 riguarda proprio il settore alberghiero: ad ogni squadra viene assegnato un albergo "in crisi" ed i giocatori devono cercare di riportarlo ad avere un buon posizionamento sul mercato. Per la caratteristica del game (incontro tra senior e junior) e per il fatto che la simulazione riguarda da vicino i giovani imprenditori, partecipare consentirà a ognuno di affrontare un'esperienza formativa inedita, attivando il proprio Comitato per trovare le giuste sinergie col territorio e vincere la sfida.

GIOVANI ALBERGATORI TARENTINI: SEMINARIO SUL «BREAKFAST»

Giovedì 24 ottobre il gruppo Giovani albergatori del Trentino ha organizzato all'Hotel America di Trento un seminario sul «breakfast». Ampia la partecipazione riscontrata. L'incontro di una giornata, dedicato agli addetti del settore alberghiero, ha offerto la possibilità di seguire un percorso formativo (teorico e pratico) dedicato all'apprendimento dei segreti e delle tecniche per rendere indimenticabili la colazione ed il brunch dei propri ospiti.

Significativa la presenza del docente **Gaetano Barbutto**, consulente area food & beverage di Teamwork.

Hotel F&B and healthy food trends

'One of the most noticeable recent evolutions is that health and wellness brands are no longer high-end luxury or niche, and have started targeting a wider audience of health-oriented consumers', experts say.

The first step to understand the new green trend in food and beverage is mastering the glossary, knowing the right words to refer to. So how is better to speak about healthy products, ingredients and menus in general?

Distinction prevents confusion, especially when terminology sounds too exotic or weird.

Let's start from scratch: vegetarians. What do they eat and what, above all, do not eat? A veggie diet contemplates the consumption of dairy products and eggs but rejects all kinds of meat, therefore including fish and seafood in general, red or white meat such as poultry and any other animal body parts. Sounds simply.

Things get more complicated with vegan guests, since in this case also animal derived are banned, that is to say eggs and dairies. In case your hotel features fur carpets or leather armchairs, vegans would neither appreciate these items, since they deprecate all what comes by the exploitation of animals for any purpose.

It differs for just one letter but with some significant variations from the vegan: it is the pegan diet, which mixes cereals, grains, fruit and vegetables with some meat.

Much more common nowadays is the demand of gluten-free dishes, both for breakfast and dinner, of course. Celiac guests must avoid any kind of food containing the gluten protein, meaning the majority of processed foods but also natural components like oats, barley, triticale, wheat and rye.

And what about the ketogenic regimen? Its aim is preserving carbohydrates while burning fats, and in order to achieve it the correspondent diet must ensure an adequate supply of proteins. This alimentary credo is believed to have positive effects also on the treatment of diseases such as cancer, diabetes and even Alzheimer syndrome.



3' e 10"

Francesca Maffei

More old-fashioned is the paleo diet, whose followers tend to eat unprocessed nutrients that used to be eaten in the Palaeolithic era. Hoteliers, in this case, should provide a range of fish and meat, nuts, wild vegetables and fruits, whereas sugar, salt and dairy goods are prohibited.

Lastly, at least for this non-exhaustive list, it comes the flexitarian diet, with the goal of reducing the environmental impact connected to human nutrition thanks to, in particular, a cut on meat but also on all what comes at a too big cost for the planet.

Hotel management should not investigate on the actual benefits that these regimes have on health, but rather focus on the advantages of acquiring new customers and retaining the existing ones thanks to some specific F&B strategies.



I consumatori desiderano consumare cibi sani: ecco gli alimenti "green" della dieta mediterranea.

Giovani laureate in discipline umanistiche a scuola di tecnologia

🕒 2' e 15"

Un percorso di formazione in digital marketing e social media communication interamente dedicato a giovani donne (con meno di 36 anni) disoccupate e laureate in discipline umanistiche. E, quindi, a digiuno di competenze informatiche e digitali. In Trentino nasce, così, il progetto «*Talia - Donne digitali*», che si pone l'obiettivo principale di incrementare le opportunità d'occupazione di queste giovani donne e il loro sviluppo di carriera.

L'attività formativa in questione si articola in circa 100 ore di «lezione frontale», suddivise tra ore di aula/laboratorio sui contenuti professionalizzanti (91 ore) ed ore di coaching di gruppo finalizzato al supporto motivazionale e all'autopromozione nel mercato del lavoro (8 ore). Non solo. Il completamento della formazione avviene «sul campo» grazie ad otto settimane di tirocinio presso aziende per lo sviluppo di un progetto di comunicazione e marketing digitale.

Il corso di formazione ha fatto il tutto esaurito: i venti posti disponibili hanno trovato tutti una «destinataria». La possibilità di candidarsi per partecipare è stata offerta a donne disoccupate iscritte ai Centri per l'impiego della Provincia, laureate (triennale, magistrale o ciclo unico) in materie non Stem (ovvero che non riguardano scienze e tecnologia, ingegneria e matematica) e con meno di 36 anni. Il percorso formativo del progetto «*Talia - Donne digitali*» ha preso il via all'inizio di ottobre (mercoledì 9 ottobre) e si concluderà, per quanto riguarda la parte teorica, venerdì 15 novembre. Solo allora prenderà il via la fase di tirocinio, che si terrà da fine novembre 2019 fino a febbraio 2020. Le imprese disponibili a dare la propria disponibilità ad accogliere le tirocinanti possono rivolgersi all'Agenzia del Lavoro.



Giovani donne prendono dimestichezza con il mondo digitale

Disoccupate, formazione e tirocinio per incrementare le opportunità di lavoro

Va detto che l'obiettivo principale del progetto «*Talia - Donne digitali*» è quello di dare alle venti donne partecipanti la possibilità di conoscere e sperimentare gli strumenti di comunicazione e marketing digitale a supporto delle organizzazioni, oltre all'occasione di partecipare ad un progetto professionale nel contesto del tirocinio aziendale.

Le «radici» del progetto in questione affondano nella firma di un Protocollo d'intesa sottoscritto da Agenzia del Lavoro ed Informatica Trentina (ora Trentino Digitale), Asat e Confindustria Trento, Confcommercio - Imprese per l'Italia Trentino ed Associazione artigiani e piccole imprese della Provincia di Trento, Federazione trentina della Cooperazione e Trentino Marketing. L'accordo, raggiunto a fine febbraio 2019, ha come finalità principali quella di promuovere un'iniziativa congiunta volta a ridurre, tramite un portfolio formativo specifico, il «gap» di conoscenze e competenze digitali. Non solo. Tra gli obiettivi c'è anche quello di sensibilizzare le imprese trentine a manifestare la loro disponibilità per ospitare in tirocinio le partecipanti, incaricandole della realizzazione di un progetto di comunicazione e di marketing digitale.

TOURNEO CUSTOM, DA OGGI ANCHE IBRIDO



Vieni a trovarci ed effettua
una prova su strada gratuita!

MARGONI
WWW.MARGONIAUTO.COM

TRENTO
Via Bolzano 61
T. 0461 957311

ARCO
Via S.ta Caterina, 53
T. 0464 520069

VOLANO
Via Panizza, 51
T. 0464 432277



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
21/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	LEVICO TERME
29/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
21/11/2019	09.00-13.00	LEVICO TERME
29/11/2019	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
21/11/2019	14.00-18.00	LEVICO TERME
29/11/2019	14.00-18.00	VAL DI FASSA

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

RESP. SERVIZIO PROTEZIONE E PREVENZIONE: R.S.P.P.



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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
07/11/2019 08/11/2019	09.00-13.00/14.00-18.00	MEZZANA
13/11/2019 14/11/2019	09.00-13.00/14.00-18.00	LEVICO TERME
19/11/2019 20/11/2019	09.00-13.00/14.00-18.00	VAL DI FASSA
25/11/2019 26/11/2019	09.00-13.00/14.00-18.00	TRENTO

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

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 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 fino all'anno 2013 è consigliabile che effettui il corso di aggiornamento il prima possibile.

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
07/11/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	MEZZANA
13/11/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	LEVICO TERME
19/11/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	VAL DI FASSA
25/11/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

Quota di 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:

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
05/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
08/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	LEVICO TERME
12/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FASSA
18/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

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

- rischio d'incendio basso - GRUPPO A - 4 ore;
 - rischio d'incendio medio - GRUPPO B - 8 ore;
 - rischio d'incendio elevato - GRUPPO C - 16 ore;
- Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro qualora lo stesso non abbia più di 5 dipendenti o dai lavoratori incaricati.

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
05/11/2019	09.00-13.00	FIERA DI PRIMIERO
08/11/2019	09.00-13.00	LEVICO TERME
12/11/2019	09.00-13.00	VAL DI FASSA
18/11/2019	09.00-13.00	TRENTO

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

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
18/11/2019 19/11/2019	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 soccorso che permettano sia la corretta gestione di un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato.

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
11/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
12/11/2019	09.00-13.00	
26/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	VAL DI FEMME
27/11/2019	09.00-13.00	

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



AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
11/11/2019	14.00-18.00	FIERA DI PRIMIERO
26/11/2019	14.00-18.00	VAL DI FEMME

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

LAVORATORI/LAVORATRICI

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

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

Aggiornamento quinquennale

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI AGGIORNAMENTO (6 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
11/11/2019	09.00-13.00 14.00-16.00	TRENTO

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



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

AUTUNNO	ORARIO	SEDE
11/11/2019	09.00-13.00 14.00-18.00	TRENTO

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

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

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





design for living

laboratorio di progettazione architettonica, del paesaggio, interior design
info@d4l.it www.d4l.it 0461 706190 347 446 7630

Attività sportive e turismo

Alla fine dell'Ottocento Arco si afferma come importante centro salutistico (Luftkurort). L'Arciduca Alberto d'Asburgo dopo la battaglia di Custoza del 1866 decide di eleggere Arco a *buen retiro* edificando la «Villa arciduciale» (la prima di una serie di strutture ricettive che cambieranno in pochi anni il volto urbanistico della cittadina). L'attività, rivolta ai forestieri in cerca di aria buona per prevenire e curare malattie respiratorie e polmonari, si concentra soprattutto nel periodo invernale. Quasi contemporaneamente a Riva si avvia un turismo lacuale e del tempo libero alimentato da una borghesia urbana, anch'essa proveniente soprattutto dall'area austro germanica.

Alla vigilia della Grande Guerra arrivi e presenze a Riva sono molto più numerosi che ad Arco, decretando già dall'immediato dopoguerra il successo di Riva come meta vacanziera. Arco, invece, subisce una lenta trasformazione in luogo di cura.

Una mostra aperta al Museo Alto Garda (Mag) di Riva celebra l'affermazione, perfezionatasi negli anni Trenta, della vocazione sportiva che ancora oggi è un tratto saliente dell'offerta turistica rivana. Tra il 1931 e il 1934 vedono la luce il campo sportivo Benacense, la Fraglia della Vela e la Spiaggia degli Olivi. Quest'ultima, come scrive nel 1932 il progettista Giancarlo Maroni, tanto amato da Gabriele d'Annunzio ed artefice del Vittoriale e della Centrale



*La forma dello sport
Mostra al Mag di Riva del Garda
fino al 9 novembre 2019*

⌚ 3' e 40"

🖋️ Gianfranco Betta

del Ponale, è «indispensabile per la rinascita della città di Riva, racchiude in sé tutte le esigenze di un centro storico balneare».

Accanto ad una serie di foto d'epoca e ai progetti di Maroni, la mostra è arricchita da una selezione di interessanti filmati storici tratti dagli archivi dell'Istituto Luce.



*Antonio Foglio
Il marketing sportivo
Editrice Hoepli,
2018
pp. XVIII-382
€ 33,00*

L'autore ha scritto oltre una decina di testi di marketing dedicati a diverse tematiche: moda e banche, turismo e politica, arte e spettacolo.

Ecco il testo dedicato allo sport. Che, come scrive Foglio, «è vita, impegno, sinergia, salute, condivisione». Ma per l'importanza che esso riveste ed i numerosi soggetti che coinvolge (oltre 4,5 milioni

tesserati Coni e più di un milione di operatori sportivi), per il business che genera e gli enormi interessi economici che muove (si stima che il giro d'affari diretto e indiretto pesi per il 3% del Pil), lo sport può essere trattato come un'industria capace di generare economia, benessere, lavoro, attrazione turistica.

Quindici i capitoli che descrivono il mercato sportivo, con la sua organizzazione, l'offerta e la domanda fatta di spettatori, tifosi e di praticanti. Il focus è indirizzato all'impresa sportiva, per consentirle di conoscere meglio il mercato sportivo, di sviluppare il proprio prodotto e portarlo efficacemente sul mercato, di finanziarsi e reperire risorse, di dotarsi di una strategia di mercato e di un piano di marketing. La platea cui il libro si rivolge è molto vasta: manager, responsabili, tecnici, regionali e periferici, impresari e agenti con l'obiettivo di una maggiore imprenditorialità e di un'offerta sportiva di qualità.

Queste considerazioni non sono rivolte esclusivamente a società professionistiche: valgono anche per le numerose associazioni amatoriali di cui è ricco il panorama sportivo del Trentino.



NEL TURISMO
Crescita professionale



LA TUA CRESCITA È SEMPRE AL CENTRO DELLE NOSTRE ATTENZIONI

I nostri percorsi di formazione **AUTUNNO 2019**

TRENTO

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

ROVERETO

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

ARCO

- Tedesco per il turismo (livello intermedio)

BESENELLO

- Servizio e gestione sala

- I primi piatti

CALLIANO

- La pizza napoletana

CAVALESE

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

CLES

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

COMANO TERME

- Cucina trentina

FAI DELLA PAGANELLA

- Primi piatti e zuppe

LEVICO TERME

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

M. DI CAMPIGLIO

- Gestione SPA e Wellness

MALE'

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

MEZZANA

- Accoglienza al top

POZZA DI FASSA

- Il Bar: dal caffè al cocktail

PREDAZZO

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

RIVA DEL GARDA

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

TRANSACQUA

- Pasticceria mignon

VERMIGLIO

- Menù autunnale

VIGO DI FASSA

- Gestione SPA e Wellness

FAD (formazione a distanza on line)

- Inglese
- Tedesco
- Francese
- Spagnolo



**ENTE BILATERALE
TURISMO DEL TRENTINO**

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

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

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



Un'immagine di repertorio della Fiera

HOTEL 2019, un appuntamento importante per tutti gli albergatori

La fiera internazionale, insieme a Expo Riva Hotel, attira l'interesse di espositori e professionisti verso il settore turistico regionale

In ottobre è tornata nei padiglioni di Fiera Bolzano **HOTEL**, la fiera specializzata per hotellerie e ristorazione, giunta alla sua 43esima edizione. Ed il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola** coglie l'occasione per ricordare ai suoi colleghi trentini e a tutti gli associati Asat l'importanza che tale evento riveste nel panorama regionale, italiano ed internazionale. «Si tratta di un appuntamento - afferma - sempre più al centro dell'attenzione nel mondo dell'ospitalità e della gastronomia. Non a caso, HOTEL è una manifestazione che ogni anno richiama più di ventimila visitatori professionali, che vengono a Bolzano per conoscere da vicino i prodotti esposti o partecipare alle iniziative collaterali».

«La storica fiera bolzanina - aggiunge - è sicuramente un'interessante evento anche per noi albergatori trentini: basti pensare che i settori espositivi a tema hanno ospitato quest'anno oltre 600 standisti provenienti da tutto il mondo». «Un ruolo di spicco - dichiara - è rivestito anche da una serie di appuntamenti "collaterali" come l'annuale edizione di **Autochtona**,

🕒 3' e 40"

il Forum nazionale dei vini autoctoni giunto alla sua 16esima edizione ed il **Communication Forum** (punta di diamante del programma convegnistico). «Sostenibilità - prosegue - è stata la "parola chiave" di HOTEL 2019. Non a caso è stata indetta la prima edizione del Sustainability Award, un premio riservato a prodotti e progetti esposti in fiera che spiccano per la propria vocazione sostenibile. Si tratta di una tematica ampia, che richiede numerose riflessioni ed approfondimenti, da cui il futuro del turismo non può certamente prescindere».

La manifestazione vede l'impegno dei colleghi di **H.G.V.** (Unione albergatori e pubblici esercizi dell'Alto Adige), con i quali spesso l'Asat collabora a tutela e difesa degli albergatori di tutta la Regione Trentino Alto Adige. «HOTEL - ricorda - si inserisce in un contesto regionale che vede in Bolzano ed in Riva del Garda (con l'Expo Riva Hotel) i due riferimenti per convogliare sul turismo l'interesse di numerosi espositori e professionisti del settore».



Foto Archivio Asat

Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola



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



mettiamoci in gioco

esperia.tn.it





Un momento dell'inaugurazione dell'edizione 2019

HOTEL 2019 mette al centro l'ospitalità sostenibile

La 43esima edizione di HOTEL, la fiera specializzata per hotel-lerie e ristorazione svoltasi a Bolzano dal 14 al 17 ottobre, ha scelto come tema centrale per il 2019 quello della sostenibilità. E la cerimonia di inaugurazione ha dato ampio spazio proprio alla premiazione della prima edizione del **Sustainability Award**, il contest riservato ai progetti e ai prodotti più sostenibili in mostra ad HOTEL.

L'Alto Adige sta facendo del turismo sostenibile uno dei propri capisaldi di sviluppo. Non a caso nel 2018 questo territorio è stato inserito nel network internazionale *Insto* (*International Network of Sustainable Tourism Observatory*) e, sempre nello stesso anno, è stata eletta a regione italiana con più strutture ricettive con licenza *Ecolabel* (il marchio europeo che certifica la qualità ambientale di hotel, campeggi, rifugi, agriturismi, residence, appartamenti, secondo criteri di efficienza energetica, ottimizzazione delle risorse idriche, monitoraggio dei consumi, utilizzo di prodotti locali e biologici, criteri gestionali).

🕒 6' e 10"

Per questo motivo Fiera Bolzano ha deciso di puntare il focus sulla sostenibilità e di creare uno speciale premio riservato a prodotti e progetti esposti in fiera che spiccano per la propria vocazione sostenibile.

Questo momento di «riconoscimento» è stato organizzato in collaborazione con *Eurac Research*, un'associazione internazionale di ricerca con sede a Bolzano, con lo scopo di dimostrare che il settore dell'ospitalità è all'avanguardia in questo ambito, ma anche di incentivare ad investire in questa direzione.



La consegna delle targhe del Sustainability Award

Trenta i candidati, suddivisi in cinque categorie di prodotto, e una categoria assoluta riservata all'azienda «più sostenibile». A ciascun vincitore è stata consegnata una targa di riconoscimento. I premi veri e propri, però, constano in pacchetti di comunicazione del valore di 2.000 euro ciascuno, costituiti ciascuno da un servizio video e fotografico personalizzato che verrà diramato sui canali social di HOTEL e che l'azienda potrà utilizzare per le proprie attività di comunicazione.

Nella categoria dei prodotti alimentari, **Wörndle Intersevice** di Bolzano è stata premiata per il suo pesce di mare, coltivato in vasche di acqua salata in modo da risparmiare risorse, la cui qualità è paragonabile a quella del pesce appena pescato. La trevigiana **Bottega** si è affermata vincente nella categoria bevande, con un ampio programma di sostenibilità interno e il liquore Bio-Ginger. Il vincitore della categoria Wellness è invece **Prima** di Bolzano, con soluzioni di imballaggio per prodotti cosmetici di alta qualità e riciclabili, in fibre naturali. L'azienda alberghiera carinziana **Schranz** si è aggiudicata il premio per la categoria delle decorazioni da tavola, con biancheria da tavola realizzata con bottiglie in Pet riciclato al 100%. Le porte **Rubner** di Kiens sono state premiate per la porta d'ingresso Smart, che combina una tecnologia all'avanguardia con materiali naturali, CO₂-neutro e accessibilità.

Archiviata la prima edizione del Sustainability Award

Per quanto riguarda la categoria «azienda», a vincere è stata l'**Unione Albergatori e Pubblici esercenti HGV**. La quale, già nel 2014, ha costituito un gruppo di lavoro di 20 membri per attuare misure di riduzione delle emissioni di CO₂ all'interno dell'azienda, attraverso il parco veicoli, il riciclaggio e l'energia, nonché campagne di sensibilizzazione per i quasi 5.000 soci. Anche lo stand in fiera, poi, è stato progettato secondo i requisiti di un Green-Event e porta per la prima volta il sigillo «going GreenEvent».

Thomas Mur, direttore di Fiera Bolzano, ha espresso tutta la sua soddisfazione per la prima edizione del premio. «Il Sustainability Award nasce dalla consapevolezza che il settore turistico in Alto Adige è pioniere nell'ambito della sostenibilità e vanta esperienze di successo replicabili anche in altre aree geografiche. Naturalmente siamo soddisfatti del fatto che quattro dei sei premi siano rimasti in Provincia, perché dimostra che le aziende locali sono ancora una volta pioniere nel campo della sostenibilità turistica».

SOSTENIBILITÀ, IL MOTORE DELL'INNOVAZIONE

HOTEL è il punto d'incontro per il settore Horeca e un punto di riferimento per il Trentino-Alto Adige e le Regioni limitrofe. Tramite un programma d'informazione fatto su misura, la fiera e lo Startup Village offrono una panoramica delle tendenze attuali, oltre che nuovi impulsi e stimoli per il settore alberghiero. La 43esima edizione ha ospitato circa 600 espositori.

La sostenibilità è diventata una nuova sfida per tutti i settori della vita e dell'economia, richiedendo nuovi modi di pensare, pianificare e agire. «La sostenibilità - afferma Mur - non è un ostacolo, ma è il motore dell'innovazione, quando si è convinti della sua necessità. Per questo l'abbiamo scelta come tema centrale di HOTEL 2019. L'importanza dell'argomento è stata per troppo tempo sottovalutata, ma nessuno oggi nega che il turismo debba diventare più sostenibile, al solo fine di una propria autoconservazione. Infatti, nessun ospite verrà più in albergo una volta danneggiata l'area ricreativa naturale, indipendentemente dalla sua bellezza. Inoltre, ci sono sempre più ospiti per i quali la sostenibilità è un criterio di scelta della propria meta vacanziera e dell'hotel».



🕒 4' e 50"

👤 Rosario Fichera

Trentino Marketing promuove Fly Ski Shuttle, il collegamento "Frictionless" dedicato ai turisti

Con l'inizio di dicembre (sabato 7), e fino all'inizio del mese di aprile 2020 (domenica 5), torna il servizio di collegamento **Fly Ski Shuttle** tra gli aeroporti e le piste da sci del sistema Trentino-Dolomiti, con corse speciali previste per giovedì 26 dicembre, giovedì 2 e lunedì 6 gennaio. Si tratta del collegamento a bordo di autobus che Trentino Marketing in collaborazione con Asat, Apt d'ambito, Unat promuove da anni per andare incontro alle esigenze di mobilità degli ospiti trentini e, quindi, alle necessità dell'intero sistema ricettivo. In particolare, gli ambiti di Madonna di Campiglio-Pinzolo, Val di Sole, Val di Fiemme, Val di Fassa, San Martino di Castrozza-Primiero saranno collegati agli scali aeroportuali nazionali e internazionali di Verona Valerio Catullo, Bergamo Orio al Serio, Milano Linate, Venezia Marco Polo e Treviso Antonio Canova e Milano Malpensa. Con un'importante novità: sarà possibile salire a bordo dello «shuttle» anche una volta scesi dal treno. E non solo alla stazione di Trento, ma anche alla stazione ferroviaria di Mestre. **Mirta Valentini**, responsabile dell'Area supporto alla vendita di Trentino Marketing, e la sua collega **Gilda Ventura** hanno approfondito aspetti pratici e novità relativi al servizio **Fly Ski Shuttle 2019**.

Da aeroporti e stazioni ferroviarie in autobus fino alle località turistiche



■ Il servizio Fly Ski Shuttle sarà proposto anche per la prossima stagione invernale. I turisti che arrivano in Trentino apprezzano?

«Le ricerche di mercato confermano la grande soddisfazione della clientela: i servizi di transfer dai principali aeroporti del nord Italia per le località turistiche trentine sono sempre più apprezzati ed utilizzati da chi sceglie il nostro territorio come meta per le proprie vacanze invernali. L'aspetto davvero interessante, poi, è che questo tipo di mobilità "frictionless", che presuppone la decisione di lasciare a casa la propria autovettura, fa parte ormai dell'esperienza della propria vacanza, nella consapevolezza da parte degli ospiti del nostro territorio che questo comportamento rende la destinazione più raggiungibile ed agevola il viaggio».

■ Come possono fare gli albergatori a migliorare ulteriormente il servizio in favore dell'ospite e per fidelizzarlo ancora di più?

«Per valorizzare al massimo il servizio occorre adottare una specifica strategia commerciale, dato che l'operatore ha il diretto contatto con il cliente. Innanzitutto, è necessario dare visibilità al servizio sul sito dell'hotel o della struttura ricettiva e per fare questo si può scaricare l'apposito widget gratuito (il link è <https://www.visittrentino.info/it/speciali/flyskishuttle>). Poi, è bene informare sempre il cliente al momento della prenotazione sulla possibilità di raggiungere la destinazione turistica prescelta con il servizio Fly Ski Shuttle. A questo punto si possono seguire tre strade: o prenotare direttamente il trasferimento per il cliente, includere direttamente il servizio nella proposta di soggiorno oppure farlo prenotare direttamente al cliente».



La stagione invernale trentina: due abili sciatori sulla neve

■ A proposito del widget si ha bisogno di assistenza?

«Per eventuali informazioni, richieste o problemi legati all'implementazione dei widget si può contattare direttamente l'azienda Dimension Srl. Il referente di progetto è Diego Feltrin che risponde al numero di telefono 0461-911216 oppure alla mail d.feltrin@dimension.it».

■ Sono previste commissioni in favore della struttura ricettiva per i transfer acquistati dai clienti?

«Sì. È possibile ottenere una commissione pari al 25% se si è soci Apt, del 10% per i non soci. Per ricevere la commissione l'albergo deve però registrarsi come operatore professionale sul sito www.flyskishuttle.com, compilando l'apposito form».

■ Veniamo agli aspetti tariffari del servizio.

«Il costo per biglietto è di 35 euro per la sola andata e di 55 euro per andata e ritorno da tutti gli aeroporti (si prende come «base» la stazione ferroviaria di Trento). Fa eccezione l'aeroporto di Malpensa, per il quale sono previsti rispettivamente 50 e 80 euro.

Per la speciale tratta stazione ferroviaria Trento-ambiti i costi sono di 15 euro solo andata e 25 andata e ritorno».

■ Sono previste riduzioni?

«Sì, per i bambini fino a 7 anni il transfer è gratuito, dagli 8 agli 11 anni si applica uno sconto del 50%».

■ E per chi è in compagnia del proprio amico a quattro zampe?

«In questo caso è necessario pagare un supplemento di 10 euro. La stessa cifra è prevista eventualmente anche per un bagaglio aggiuntivo, mentre per la sacca da sci il supplemento è di 5 euro».

■ Avete previsto anche delle tariffe promozionali?

«Sono previste tre tipologie di promozione: il 20% del costo del transfer per le prenotazioni effettuate tramite visittrentino.info, i siti delle Apt di ambito e i siti delle strutture ricettive con integrazione del sistema di booking Feratel.

Una riduzione del 10% sarà accordata ai clienti che hanno già effettuato una prenotazione con Fly Ski Shuttle negli ultimi 2 anni, esclusi i clienti Premium. Infine la promozione «Sconto porta un amico» prevede una riduzione del 10% per l'amico e del 20% per il cliente».

Tutte le informazioni sul servizio e gli orari sono disponibili sul sito www.flyskishuttle.com.



Studio Giovanelli S.r.l.

Andrea Giovanelli, titolare di Studio, laurea in finanza all'Università Bocconi di Milano. Master annuale in Direzione aziendale presso Cescom-Bocconi. Dal 1990 attivo nella consulenza di impresa.

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

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

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

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

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

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

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

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

Per informazioni: 0461 390136 o consulenza@studiogiovanelli.com

Studio Giovanelli S.r.l.

Via Guardini 33 | 38121 Trento | I

tel. 0461 390136

info@studiogiovanelli.com

consulenza@studiogiovanelli.com



È IL MOMENTO DI ANDARE **OLTRE**

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

Mai come oggi Confidi Trentino Imprese affianca PMI e professionisti nel percorso di innovazione, crescita e consolidamento facilitando l'accesso al credito a condizioni straordinarie con il rilascio di garanzie a prima richiesta fino all'**80%** per mutui di durata massima di 84 mesi.

*Valido fino al 31/12/2019

Per maggiori informazioni visita il nostro sito



www.confiditrentinoimprese.it

Servizi appaltati in esterno: obblighi in materia di sicurezza

Attenzione agli strumenti d'incasso proposti dai portali di prenotazione

Sempre più spesso si osserva il ricorso a ditte esterne per svolgere servizi all'interno degli alberghi, come ad esempio il servizio di pulizie. Questo fatto interessa anche aspetti relativi alla sicurezza sui luoghi di lavoro.

Il Testo Unico impone, infatti, al committente (in questo caso, l'albergatore) di fornire all'appaltatore informazioni sui rischi specifici esistenti nell'ambiente in cui è destinato ad operare e sulle misure di prevenzione e di emergenza adottate in relazione alla propria attività. Si impone, inoltre, al committente di promuovere la cooperazione all'attuazione delle misure di prevenzione e protezione dai rischi sul lavoro, che incidono sull'attività lavorativa oggetto dell'appalto e sul coordinamento degli stessi, elaborando un **Documento unico di valutazione dei rischi (Duvri)** che indichi le misure adottate per eliminare o ridurre al minimo i rischi da interferenze.

Tale documento ha lo scopo di indicare i rischi, le prevenzioni ed eventuali Dpi (dispositivi di prevenzione individuale) inerenti le interferenze con le attività svolte in struttura da parte di aziende esterne alle quali sia stato appaltato uno o più servizi mediante regolare contratto, al quale andrà allegato il Duvri. Per l'elaborazione di questo documento è necessario provvedere ad un'analisi dei luoghi di lavoro e delle situazioni in cui i lavoratori delle aziende esterne vengono a trovarsi nello svolgimento delle attività appaltate. Questa analisi è finalizzata all'indicazione delle misure di prevenzione e protezione da mettere in atto.

L'obbligo normativo imposto al datore è limitato all'attuazione di quelle misure rivolte ad eliminare i pericoli che, per effetto dell'esecuzione dei servizi appaltati, vanno ad incidere sia sui dipendenti dell'appaltante sia su quelli dell'appaltatore. Mentre ognuno dei datori di lavoro delle imprese coinvolte dovrà provvedere autonomamente alla tutela dei propri prestatori d'opera subordinati, assumendone la relativa responsabilità.



Le tipologie dei rischi da interferenze da considerare possono essere:

- rischi derivanti dalla sovrapposizione delle attività svolte;
- rischi indotti o immessi nel luogo di lavoro del committente dalle lavorazioni eseguite dall'azienda appaltante;
- rischi già esistenti nel luogo di lavoro del committente, ulteriori rispetto all'attività propria dell'appaltatore;
- rischi derivanti da modalità esecutive particolari richieste esplicitamente dal committente che comportano dei rischi ulteriori rispetto all'attività appaltata.



Pulizie, sempre più spesso il servizio viene dato ad un appalto esterno

Infine, ricordiamo che il Testo Unico prevede che il datore di lavoro in caso di affidamento di lavori, servizi e forniture all'impresa appaltatrice all'interno della propria azienda è tenuto alla verifica dell'idoneità tecnica professionale delle imprese in relazione ai lavori richiesti, e alla comunicazione agli stessi delle informazioni sui rischi specifici esistenti nell'ambiente di lavoro e sulle misure di prevenzione e di emergenze attuate. Se prendiamo l'esempio dell'appalto delle pulizie, sarà fondamentale chiarire gli spazi di servizio, i prodotti utilizzati, il luogo dello stoccaggio dei prodotti utilizzati e le schede di sicurezza degli stessi, le procedure di emergenza da mettere in atto in caso di incendi o sversamenti, attenzioni e cartelli da esporre nelle zone di accesso al pubblico. Ogni lavoratore dovrà essere munito di tesserino di riconoscimento, funzionale a garantire il pronto accertamento circa l'imputazione del rapporto di lavoro in caso di accesso ispettivo, obbligo che ricade sull'appaltatore.

VENDITA E SOMMINISTRAZIONE DI PRODOTTI ALCOLICI CHIARIMENTI DELL'AGENZIA DELLE DOGANE SULL'OBLIGO DI DENUNCIA FISCALE

L'Agenzia delle dogane ha fornito alcuni chiarimenti sull'obbligo di denuncia fiscale per la somministrazione di alcolici a carico degli esercizi pubblici, di quelli di intrattenimento pubblico, degli esercizi ricettivi e dei rifugi alpini, obbligo già soppresso nel 2017 ma recentemente reintrodotta con il «decreto crescita».

È stato, così, chiarito che le attività avviate dal 29 agosto 2017 al 29 giugno 2019 (periodo in cui l'obbligo di denuncia non sussisteva) devono ora presentare all'Ufficio delle dogane di Trento, entro il **31 dicembre 2019**, la denuncia di attivazione di esercizio somministrazione alcolici. Sul sito dell'Agenzia delle dogane è reperibile un modello di denuncia predisposto per il caso di specie (www.adm.gov.it - Dogane - In un click - Accise - Modulistica).

Per le attività avviate dopo il 30 giugno 2019, la comunicazione da presentare allo Sportello unico (Suap) all'avvio della somministrazione di alcolici vale quale denuncia all'Agenzia delle dogane. Ne consegue che, qualora l'interessato si avvalga del modulo procedimentale presso il Comune, non occorre presentare la denuncia all'Agenzia, sempreché la comunicazione sia stata trasmessa all'Ufficio delle dogane di Trento.

Infine, gli operatori già in possesso della vecchia licenza fiscale (quella rilasciata dall'Utif) non sono tenuti ad alcun ulteriore adempimento, in forza della piena efficacia della licenza in precedenza rilasciata, salvo il caso in cui siano intervenute variazioni nei dati a suo tempo comunicati.

Il turismo trentino si prepara all'arrivo dei condhotel

Dal mese di agosto, anche in Trentino è possibile trasformare un albergo in «condhotel». Si tratta di una nuova tipologia di alberghi aperti al pubblico, a gestione unitaria, composti da una o più unità immobiliari ubicate nello stesso comune o da parti di esse, e caratterizzati dalla contemporanea presenza nella struttura sia di camere d'albergo che di **appartamenti a destinazione residenziale che possono essere venduti a terzi, scorporandoli dall'immobile alberghiero**.

La recente disposizione adegua la legge provinciale sulla ricettività alla norma nazionale introducendo **una nuova tipologia di esercizio ricettivo, il «condhotel»** appunto. Nella nostra Provincia, anche a seguito degli interventi dell'Asat, di fatto erano già esistenti delle disposizioni provinciali che anticipavano e richiamavano gli aspetti della disciplina dei condhotel permettendo la frazionabilità dell'immobile alberghiero e il successivo cambio di destinazione d'uso.

Sostenuto fortemente dall'Asat, il condhotel rappresenta una misura per agevolare la riqualificazione dell'offerta ricettiva. La stessa norma nazionale relativa ai condhotel nasce dalla necessità diffusa sull'intero territorio nazionale di reperire risorse per promuovere interventi migliorativi negli immobili alberghieri. Con la vendita della parte frazionata, che rimane comunque vincolata ad un contratto di gestione integrata con la parte principale, l'albergatore reperisce le risorse necessarie da reinvestire nel progetto di miglioramento qualitativo dell'immobile.

L'albergatore che riqualifica la propria struttura può infatti destinare **parte della volumetria del proprio albergo ad appartamenti da vendere a privati e che potrà poi gestire per conto dei nuovi proprietari** tramite opportuni contratti di gestione integrata **nei periodi in cui non sono utilizzati dal proprietario**. Le modalità di gestione unitaria e integrata tra albergo e appartamenti sono disciplinate nel contratto di trasferimento della proprietà, nel quale sono evidenziate anche le regole di gestione del condhotel che il proprietario dell'unità abitativa ad uso residenziale si impegna a rispettare. Questa possibilità è prevista solo per gli esercizi alberghieri esistenti e soggetti ad interventi di riqualificazione che assicurino o confermino l'attribuzione di un livello di classifica dell'esercizio di almeno 3 stelle, e senza ricorrere alle deroghe previste dalla legge di ricettività.

La superficie complessiva frazionata e venduta separatamente come appartamenti non può superare il 40% della superficie utile netta totale destinata alle unità abitative delle camere dell'albergo. A fine intervento l'albergo dovrà in ogni caso garantire la presenza di almeno sette unità abitative di tipo alberghiero. I condhotel hanno una portineria unica per gli ospiti dell'esercizio alberghiero e per i proprietari delle unità immobiliari a uso residenziale, con la possibilità di prevedere un ingresso specifico e separato a uso esclusivo di dipendenti e fornitori. Gli immobili rimangono sottoposti al vincolo di destinazione a «condhotel» annotato al libro fondiario.

La realizzazione delle unità immobiliari a destinazione residenziale è soggetta a cambio d'uso, alla corresponsione del contributo di costruzione e al rispetto degli standard di parcheggio. Per gli immobili esistenti alla data del 16 maggio 2013 **il cambio d'uso è ammesso a prescindere dal limite del contingente di alloggi per tempo libero e vacanze previsto dal Prg secondo i limiti imposti dalla cosiddetta Legge Gilmozzi**.



Obiettivo riqualificazione, un esempio di struttura ricettiva in ristrutturazione

🕒 3' e 40"

👤 Laura Licati

Grazie alla spinta dell'Asat, ecco aperta la via al «mix» tra albergo e appartamenti residenziali

Nel disegno di legge proposto dalla Giunta provinciale tale possibilità non era prevista e la parte frazionata con destinazione residenziale veniva parificata alla tipologia delle «seconde case» previste nella legge Gilmozzi, non considerando l'obbligo della gestione integrata tra l'albergo e gli appartamenti venduti, imposto dalla norma, e che di fatto rende le nuove unità immobiliari forme «ibride» non configurabili come alloggi turistici. A tal riguardo l'Asat ha sostenuto la necessità di modificare la previsione normativa prevedendo la non assoggettabilità delle porzioni frazionate ai limiti edificatori imposti dalla legge Gilmozzi. In assenza di tale modifiche, i condhotel sarebbero risultati di fatto irrealizzabili, perdendo un'importante occasione di riqualificazione delle strutture ricettive trentine. La necessità di un emendamento al ddl è stata quindi accolta dai consiglieri provinciali **Pietro De Godenz** e **Alessandro Olivi** e sottoscritto da numerosi altri consiglieri in accordo con l'assessore all'urbanistica, ambiente e cooperazione **Mario Tonina**.

Gli uffici dell'Asat rimangono a disposizione per ogni ulteriore informazione riguardo l'applicazione della nuova normativa.

Dubbi Quotidiani Ottobre 2019

42

- **Se l'abbattitore viene utilizzato per congelare alcuni prodotti per meglio gestire i tempi della cucina, sul menu va sempre indicato che il prodotto non è fresco?**

Per evitare di incorrere nel reato di tentativo di frode in commercio, occorre specificare nel menu se il prodotto non è «fresco». La Corte di Cassazione, con giurisprudenza consolidata, infatti, ritiene che la detenzione di alimenti congelati o surgelati in un esercizio commerciale e l'omessa indicazione nella lista delle vivande di tale condizione dell'alimento integra il reato di tentativo di frode in commercio. E questo senza che sia necessario che si instauri un rapporto concreto con la clientela, dato che la presenza della lista delle vivande equivale ad una proposta contrattuale nei confronti dei potenziali avventori, ed essendo tale comportamento univocamente rivelatore della volontà dell'esercente di consegnare ai clienti una cosa diversa da quella pattuita.

- **È obbligatorio un bagno comune sui piani delle camere oppure si può farne a meno?**

La legge provinciale di classifica alberghiera richiede che ci siano bagni completi ad uso comune sullo stesso piano delle unità abitative che siano prive di bagno privato. È previsto un bagno ogni sei posti letto o frazione. Se l'albergo ha tutte le stanze dotate di bagno (la qual cosa è obbligatoria dalle tre stelle in su) allora non serve alcun bagno comune sui piani.

- **Ho la licenza stagionale e quest'anno, vorrei aprire il mio esercizio prima della data prevista. È possibile?**

In merito al periodo di apertura dell'attività di somministrazione, la legge provinciale di riferimento prevede che i titolari delle autorizzazioni debbano comunicare con apposita nota scritta entro il 31 dicembre di ogni anno eventuali variazioni del periodo o dei periodi di apertura per l'anno successivo, salvo casi particolari adeguatamente motivati. Quindi, un «allargamento» del periodo di apertura è permesso, ma va richiesto ed adeguatamente motivato in riferimento ad esigenze particolari (ad esempio, la presenza di lavoratori edili nella zona, la presenza di un'attività aperta in un periodo particolare dell'anno, la lontananza dal centro, ecc.). È poi previsto che si possa aprire l'esercizio, anche fuori dei periodi stabiliti, per motivate ragioni di interesse pubblico connesse a manifestazioni di particolare rilevanza (come gare sportive o spettacoli), pur limitatamente alla durata delle stesse.



Nel menu va specificato se un prodotto non è «fresco»



KALEA PLUS LA FRESCHEZZA
DI OGNI GIORNO

HOTEL 2019



BOLZANO, 14/17 OTTOBRE 2019
SETTORE CD - STAND D22/52



RHO, 18/22 OTTOBRE 2019
PADIGLIONE 22 - STAND G28-K27



Questa non è
una finestra.

