

# Unione

4

LUGLIO  
AGOSTO  
2024  
NUMERO 4  
ANNO XLI



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
**TRENTINO**

CONFCOMMERCIO GIORNALE DEL COMMERCIO TURISMO E SERVIZI DEL TRENTINO

Direttore responsabile: Walter Filagrana. Direzione amministrazione: 38121 Trento, via Solteri 78, Poste Italiane S.p.a. Spedizione in abbonamento postale 70% Trento DCB Trento Attenzione: in caso di mancato recapito rinviare all'ufficio TN CMP per la restituzione al mittente che si impegna a corrispondere il diritto dovuto. Contiene I.P.

INFORMAZIONE IN PROVINCIA DI TRENTO

## TV33, IL TELEGIORNALE TRENTINO

TV 33

### ROVERETO

*Apt Rovereto e Vallagarina: spazio agli imprenditori privati*

### CCIATA

*Andrea De Zordo il nuovo presidente della Camera di Commercio*

### ALTO GARDA

*I novant'anni della spiaggia degli Olivi di Riva del Garda*

# INBANK

## PIÙ CONNESSI, FIANCO A FIANCO.



Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Le condizioni contrattuali sono indicate nei Fogli Informativi messi a disposizione del pubblico presso gli sportelli della Banca e nella sezione "trasparenza" del sito internet.

**SICURA**    **INTUITIVA**    **COMPLETA**

**SCOPRI L'APP INBANK**  
Ridisegnata per essere ancora più pratica e immediata. Per affiancare alla tua filiale di fiducia una famiglia di servizi digitale completa e sicura. Per mettere al centro te, il tuo tempo e le cose che contano davvero. Un'app che fa tutto questo e molto di più: ti avvicina alla tua Banca come mai prima d'ora.

**SCARICA O AGGIORNA L'APP INBANK**  
Scopri tutte le sue potenzialità

# Unione

GIORNALE DEL COMMERCIO,  
TURISMO, SERVIZI DEL TRENTO

Bimestrale di informazione  
di Confcommercio Trentino

## Direzione, redazione e amministrazione

via Solteri 78, 38121 Trento  
Telefono 0461/880111  
Fax 0461/880302  
www.unione.tn.it  
info@unione.tn.it

## Direttore responsabile

Walter Filagrana

## Hanno collaborato a questo numero

Stefano Balista, Enzo Bassetti,  
Giovanni Benaglia, Mila Bertoldi,  
Paola Bonincontro, Francesco  
Carraro, Enrico Faes, Martina  
Frizzera, Michael Giacomelli,  
Maurizio Lavarian, Gianpiero Lui,  
Tony Marroni, Walter Marzari,  
Claudia Maserà, Giannina Montaruli,  
Alfonso Moser, Alberto Pontalti,  
Francesca Pischredda, Greta Prezzi,  
Sergio Rocca, Ermanno Sartori,  
Massimo Travaglia, Mattia Zeni,  
Jacopo Virgili, Marcello Condini

## Autorizzazione del Tribunale di Trento

n. 424 del 23/1/1984

## Iscrizione ROC

n. 4922 del 8/10/1997

## Stampa

Litografica Editrice Saturnia snc TN

## Impaginazione



Uffici di Trento  
Via delle Missioni Africane 17  
38121 Trento

## Concessionaria esclusiva per la pubblicità



Uffici di Trento  
Via delle Missioni Africane 17  
38121 Trento

Tel. 0461/1735555  
studiotn@bazar.it

*Tiratura: novemila copie.  
Questo numero è stato chiuso  
il dieci settembre del duemilaventiquattro*



#4 LUGLIO AGOSTO 2024

## Editoriale

Le chiavi per affrontare le sfide del futuro 5

## Primo piano

OFFROAD. Nuovi scenari e prospettive per le  
imprese 6

TV33, al via il nuovo telegiornale trentino 7

Andrea de Zordo eletto al vertice della Camera  
di commercio di Trento 8

## Dettaglio

Commercio al dettaglio, l'associazione  
incontra l'assessore Failoni 9

Inaugurato al Porsche Experience Center il IV  
anno del corso Enaip 10

Ambrosi alpinist expert: 60 anni di storia e  
innovazione 11

## Panificatori

Tornano le Alchimie del gusto a Pergine 14

Corso di aggiornamento igienico sanitario 15

## Grossisti e pmi

Cristoforetti Spa si consolida nel mondo dei  
servizi energetici 16

Gli appuntamenti per le aziende grossiste 18

## Pubblici esercizi

Pubblici esercizi e circoscrizioni: Trento  
presidio di comunità 20

Prezzo del caffè in aumento: i pubblici esercizi  
frenano i rincari 21

Visual merchandising per il bar. Adesso  
comanda la vista! 22

## Ristoratori

33 Trentodoc: alla scoperta delle bollicine di  
montagna 26

Ristoranti sostenibili: i vantaggi di  
Imprendigreen 28

## Albergatori

Turismo: nuove costruzioni alberghiere in zone  
agricole 30

Archivio nazionale delle strutture ricettive:  
obbligo da non trascurare 32

Unat aderisce al progetto Trentino per tutti e  
alla certificazione marchio Open 33

## FAITA

Firmato il nuovo CCNL firmato da  
Federalberghi e FAITA-Federcamping 34

Forum Open Air Faita 35

Settembre: tempo di bilanci estivi per le  
agenzie viaggi trentine 36

## FIAVET

Rinnovo CCNL AGENZIE VIAGGI 37

## Autotrasporto

Il trasporto su gomma in crisi in Italia 39

## Giovani imprenditori

Giovani Imprenditori: share-it Oolbia 2024 40

Consiglio provinciale dei giovani 41

PAE -tavolo d'imprenditoria giovanile 41

## Rovereto e Vallagarina

Apt Rovereto e Vallagarina: spazio agli  
imprenditori privati 42

Kilometro del gusto, 10 le attività coinvolte 43

Visite a fiere specializzate, l'Unione  
raddoppia! 43

## Alto Garda e Ledro

La Spiaggia degli Olivi ha novant'anni... e di  
storie ne potrebbe raccontare 44

## Sponsorship

Tecnostile: il partner chiave di ogni  
ristrutturazione 46



## In allegato Notiziario Unione

Aggiornamenti  
tecnici e notizie di  
carattere fiscale,  
lavoro e normativo  
per le imprese

[www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it)  
[@confcommerciotn](https://www.instagram.com/confcommerciotn)

## Segui la tua associazione sui social network!

### Informativa

I dati personali dei destinatari del periodico Unione sono trattati da Confcommercio Trentino e dalle Associazioni ad essa aderenti in qualità di Contitolari del trattamento nel rispetto della vigente normativa in materia di protezione dei dati personali. L'informativa completa sul trattamento ex art. 13 e 14 del Regolamento UE n. 679/2016 (GDPR) è pubblicata e visionabile sul sito Unione al seguente indirizzo [www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it) sezione Privacy.



# I TUOI FIGLI SI SONO DIPLOMATI O LAUREATI?

## PUOI RICHIEDERE UNA BORSA DI STUDIO

Ai lavoratori/lavoratrici delle imprese in regola da almeno tre mesi con il versamento delle quote contributive all'E.B.Ter. che hanno conseguito un diploma di maturità (a partire dall'anno scolastico 2022/2023) o un diploma di laurea triennale/magistrale o a ciclo unico (a partire dall'anno accademico 2022/2023), viene erogata una borsa di studio proporzionale al merito.





## INNOVAZIONE, SOSTENIBILITÀ E COESIONE

# LE CHIAVI PER AFFRONTARE LE SFIDE DEL FUTURO

**di Giovanni Bort**

Presidente Confcommercio Trentino

*Mentre ci avviamo verso la chiusura di questo intenso anno, è con profondo orgoglio e gratitudine che mi rivolgo a voi Associati: il futuro si preannuncia ricco di sfide, ma anche di importanti opportunità per il commercio, il turismo ed i servizi della nostra provincia. Mai come oggi, la nostra associazione si trova a dover sostenere e rappresentare un tessuto imprenditoriale che sta attraversando trasformazioni cruciali, in un contesto economico globale in continua evoluzione. L'attuale congiuntura economica, caratterizzata da una ripresa che stenta a consolidarsi, ci impone di rimanere vigili e proattivi. L'aumento dei costi energetici, l'inflazione e la crescente incertezza sui mercati internazionali sono fattori che non possiamo ignorare. Tuttavia, in questo scenario complesso, il ruolo di Confcommercio Trentino è, più che mai, quello di essere un interlocutore efficace e un supporto concreto per le imprese del nostro territorio.*

*Una delle priorità su cui stiamo lavorando è il tema dell'innovazione. La digitalizzazione e la transizione verso modelli di business più sostenibili non sono più solo un'opzione, ma una necessità. Nel corso dell'ultimo anno, abbiamo intensificato i nostri sforzi per promuovere e facilitare l'adozione di tecnologie innovative nelle piccole e medie imprese, con particolare attenzione al settore del commercio e dei servizi. Progetti formativi, consulenze mirate e percorsi di accompagnamento sono solo alcuni degli strumenti che mettiamo a disposizione dei nostri associati per affrontare al meglio questo cambiamento. Non dobbiamo però dimenticare che l'innovazione tecnologica deve sempre andare di pari passo con un'attenzione alle persone. La qualità del servizio e il rapporto diretto con il cliente, infatti, rimangono due elementi centrali per il successo di ogni attività. Il valore aggiunto del nostro tessuto imprenditoriale risiede proprio nella capacità di coniugare tradizione e innovazione, mantenendo al centro l'umanità e il contatto personale.*

*Guardiamo inoltre con interesse e speranza alla stagione turistica invernale alle porte. Il turismo è uno dei settori chiave per l'economia del Trentino, e dopo stagioni difficili dovute alla pandemia, ci aspettiamo un consolidamento della crescita. Il turismo montano, però, non può limitarsi all'offerta tradizionale. La nostra montagna deve essere vissuta tutto l'anno, con proposte che guardano al benessere, alla cultura e all'esperienza autentica del territorio. Su questo fronte, continueremo a lavorare con le istituzioni e gli operatori locali per promuovere un'offerta turistica sempre più diversificata e attrattiva.*

*Infine, permettetemi di sottolineare l'importanza della nostra rete associativa. In momenti di incertezza, la forza di un'associazione come la nostra si vede nella capacità di fare squadra, di condividere esperienze, problemi e soluzioni. È proprio grazie a questa coesione che Confcommercio Trentino ha saputo affrontare con successo i momenti più difficili e continuerà a farlo in futuro. Il nostro impegno è quello di essere sempre al vostro fianco, ascoltando le vostre esigenze e lavorando per il bene comune.*

## EVENTI

# OFFROAD. Nuovi scenari e prospettive per le imprese

Un percorso di incontri per fornire alle imprese strumenti e conoscenza per interpretare i grandi cambiamenti in corso

Il contesto economico e sociale odierno oggi è caratterizzato da rapidi cambiamenti tecnologici, economici e geopolitici e impone alle imprese un continuo adattamento.

Le tradizionali vie di sviluppo non sono più sufficienti a garantire competitività e sostenibilità nel lungo termine: molto spesso le imprese si trovano a “tagliare” l’orizzonte delle proprie scelte di sviluppo e investimento rendendolo più vicino. Le vecchie mappe, i vecchi stradari, servono fino ad un certo punto: l’imprenditore si trova a interpretare una miriade di segnali diversi ed a dover intraprendere strade nuove, magari sentieri non battuti, magari “off road”.

In questo scenario, Confcommercio Trentino ha ideato il percorso di incontri “OFFROAD. Nuove strade e prospettive per le imprese”, con l’obiettivo di offrire ai propri associati nuove bussole e strumenti concreti per affrontare e superare le sfide emergenti, favorendo innovazione, resilienza e nuove opportunità di crescita.

Gli incontri di OFFROAD sono momenti di dialogo con personaggi del mondo della cultura d’impresa, imprenditori, professionisti, manager di vari settori economici; ciascun appuntamento è l’occasione per ricevere spunti di riflessione



su temi di particolare attualità, opinioni e informazioni sui trend di sviluppo nazionali e internazionali, commenti delle vicende geopolitiche i cui effetti si ripercuotono anche sulle imprese locali.

Il percorso “OFFROAD” si articolerà in diversi incontri, ognuno dei quali sarà focalizzato su un tema chiave per lo sviluppo delle imprese:

#### **Innovazione e digitalizzazione**

Come integrare tecnologie emergenti nei processi aziendali e creare nuovi modelli di business.

#### **Nuove dinamiche di mercato.**

Comprendere le trasformazioni globali e adeguare la propria strategia aziendale per affrontare i mercati in evoluzione.

#### **Sostenibilità e responsabilità sociale**

Adottare modelli sostenibili

Il primo appuntamento di OFFROAD si terrà giovedì 25 settembre alle 18 a Palazzo Roccabruna, a Trento: protagonista dell’incontro dal titolo “Le sfide del cambiamento: imprese e società in transizione verso il futuro” con Franco Bernabè.

che rispondano alle richieste di un consumatore sempre più attento e di normative stringenti.

#### **Resilienza e gestione del rischio**

Prepararsi ad affrontare crisi future, implementando strategie di resilienza aziendale e gestione delle incertezze.

“OFFROAD. Nuovi scenari e prospettive per le imprese” rappresenta una risposta concreta alle esigenze delle imprese che si trovano ad operare in un contesto economico sempre più complesso e imprevedibile. Uscire dai sentieri battuti, esplorare nuove opportunità e affrontare le sfide con innovazione e coraggio sono le chiavi per garantire il successo futuro. Confcommercio Trentino è fermamente convinta che questo percorso di incontri possa rappresentare una guida efficace per le imprese, fornendo non solo strumenti pratici, ma anche una visione strategica e di lungo termine. Partecipare significa investire nel proprio futuro, affrontando con consapevolezza le difficoltà, e cogliendo le opportunità che il cambiamento porta con sé.

Per maggiori informazioni è possibile visitare il sito [www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it).

GIORNALISMO ED EDITORIA

# TV33, al via il nuovo telegiornale trentino

Dal 9 settembre sul Canale 19 del digitale terrestre un telegiornale di alta qualità dedicato alla realtà trentina

TV33, la nuova televisione del Trentino Alto Adige, ha iniziato a trasmettere in provincia di Trento soltanto lo scorso febbraio, rappresentando una novità nel panorama dei media locali. Fin dai suoi esordi, la nuova tv – fortemente legata a Confcommercio Trentino poiché partecipata al 51% da Ixorateam del Gruppo SEAC – è nata con l'obiettivo di offrire contenuti di qualità a livello regionale, ma con una attenzione particolare alle peculiarità ed esigenze delle due province di Trento e Bolzano.

Proprio per questa ragione, a distanza di pochi mesi dalla sua nascita, la rete compie un ulteriore importante passo in avanti in questa direzione, puntando a rafforzare il legame con i cittadini attraverso due telegiornali distinti, a carattere provinciale. A partire dal 9 settembre – sempre sul Canale 19 del digitale terrestre – il pubblico delle due province troverà un tg dedicato: il TG33 Trentino, curato dalla redazione di Trento guidata da Paolo Mantovan, e il TG33 Alto Adige, curato da Bolzano dalla redazione guidata da Mauro Keller. Questa scelta risponde alla necessità di offrire un'informazione più mirata e specifica a ciascuna delle due province che, pur in un quadro regionale comune, presentano realtà culturali e socio-economiche diverse.



I giornalisti della redazione trentina. Da sinistra, Paolo Mantovan, Sara Ravanelli, Francesca Merz, Marco Todarello e Ilaria Puccini

## TG33 | TRENTINO

IN ONDA IN PROVINCIA DI TRENTO

alle **13:00** e alle **19:00**

**TV 33**

CANALE 19

Se al Canale 19 non ricevi il TG33 TRENTINO risintonizza la tua tv.

Numero verde per assistenza

**800-330019**

Grazie a una tecnologia che permette di differenziare in automatico il segnale sui due territori, gli spettatori trentini potranno seguire il TG33 Trentino, mentre coloro che si trovano in provincia di Bolzano riceveranno il tg altoatesino. Entrambi i telegiornali andranno in onda in due edizioni giornaliere, alle 13:00 e alle 19:00.

In alcune limitate aree di sovrapposizione del segnale, è possibile che un utente che vive in Trentino non riceva il tg corretto. In questi casi, sarà sufficiente una semplice risintonizzazione della tv, ma per eventuale assistenza TV33 ha attivato fino al 30 settembre un numero verde (box a lato).

INSEDIATO IL NUOVO CONSIGLIO CAMERALE

# Andrea de Zordo eletto al vertice della Camera di commercio di Trento

## Definita la composizione della Giunta camerale in carica per il prossimo quinquennio

Presso la sede centrale della Camera di Commercio di Trento sono stati definiti gli assetti della prossima consiliatura. Il primo atto ha riguardato la convalida, avvenuta all'unanimità dei presenti, del nuovo Consiglio camerale che rimarrà in carica fino al 2029. Suddivisa per settore economico, la nuova compagine comprende 8 consiglieri in rappresentanza dell'industria, 8 dei servizi alle imprese, 7 del commercio, 6 dell'artigianato, 5 del turismo, 4 dell'agricoltura, 2 cooperative, 2 del settore trasporti e spedizioni e un rappresentante ciascuno per credito, assicurazioni, altri settori, organizzazioni sindacali dei lavoratori, associazioni a tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti, liberi professionisti.

Al momento della presentazione delle candidature al ruolo di presidente, **Natale Rigotti**, che ha aperto la seduta odierna in qualità di consigliere anziano, ha passato la parola a **Giovanni Bort**, Presidente uscente, che ha proposto come suo successore **Andrea De Zordo**, Presidente dell'Associazione artigiani e piccole imprese Confartigianato Trentino.

“Accolgo con piena disponibilità questa proposta che, non lo nascondo, è arrivata piuttosto inattesa – ha commentato Andrea De Zordo. Sono ferma-



mente convinto che l'impegno a guidare un'istituzione come l'Ente camerale debba muovere da una chiara coscienza del futuro che ci attende e credo che sia opinione comune come, in questo momento storico, l'incertezza sia invece il denominatore comune di qualunque prospettiva. Non possiamo però arrenderci a questa evidenza, ma piuttosto affinare i nostri sensi per coglierne i segnali, anche i più deboli, in grado di indirizzare il nostro operare con intelligenza ed equilibrio. Credo che la Camera di Commercio – oggi in procinto di aggiungere anche la parola 'turismo' alla sua denominazione ufficiale – debba continuare a essere un punto di riferimento solido e affidabile per tutto il mondo dell'imprenditoria tren-

tina, un luogo di libero pensiero e confronto, che permetta alle categorie economiche di fare sintesi e creare una rete di relazioni nell'interesse dello sviluppo del nostro territorio”.

Una volta designati gli scrutatori, scelti tra i consiglieri più giovani (Marco Schito, Francesco Vandi e Daniele Zampedri), si è passati alla votazione segreta che, al primo scrutinio, ha dato esito positivo eleggendo Andrea De Zordo alla Presidenza della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Trento con 33 voti su 46. 13 voti sono andati a Fausto Manzana.

Il Presidente De Zordo ha quindi dato seguito alle operazioni di voto – sempre segreto – per l'elezione dei componenti della Giunta che guiderà fino al prossimo 2029 e che risulta quindi composta da: **Mara Baldo, Andrea Basso, Vincenzo Circosta, Enzo Franzoi, Francesca Gennai, Maria Cristina Giovannini, Graziano Rigotti, Luca Rigotti, Natale Rigotti, Giuliana Savoia, Barbara Tomasoni.**

Per il prossimo quinquennio, il Collegio dei revisori dei conti sarà presieduto da **Alessandro Tonina** e composto da **Mariarosa Fait** e **Mauro Zanella**, in qualità di componenti effettivi, e da **Pasquale Mazza** e **Sonia Valorzi** come componenti supplenti.

Il presidente  
**Andrea De Zordo**

I consiglieri della Camera per Confcommercio Trentino sono:  
**Bort Giovanni, Bonafini Michela, Bonvicin Mauro, Circosta Vincenzo, Cristoforetti Marco, Di Vito Marco, Di Vito Maria Cristina, Giovannini Maria Cristina, Mich Alessandro, Miorelli Claudio, Moresco Tatiana, Nicolodi Valter, Savoia Giuliana, Schito Marco, Vanzo Diego, Zandonella Maiucco Lucia**



CONSIGLIO DIRETTIVO

# Commercio al dettaglio, l'associazione incontra l'assessore Failoni

E-commerce, rifiuti, urbanistica, credito, lavoro tra i molti temi affrontati nell'incontro

Si è tenuto a luglio l'incontro tra il consiglio direttivo dell'Associazione commercianti al dettaglio del Trentino e l'assessore provinciale **Roberto Failoni**. Sul tavolo le criticità del settore, risultato di un intenso lavoro durato un semestre nel quale l'associazione ha coinvolto i rappresentanti territoriali e di categoria per conoscere e individuare punti di forza e di debolezza del commercio in Trentino, contestualizzandolo in una valutazione economica di ampia scala.

Sono stati molti i temi che l'Associazione commercianti al dettaglio del Trentino guidata dal presidente **Massimo Piffer** ha sottoposto all'assessore provinciale **Roberto Failoni**. Dopo i saluti introduttivi, ai quali hanno partecipato anche il pre-



sidente ed il direttore generale di Confcommercio, **Giovanni Bort** e **Massimo Travaglia**, i lavori del Consiglio direttivo

sono entrati subito nel merito con la rappresentazione dei temi avvertiti come principali dall'intera categoria, raccolti in

**STUDIO BRANDOLESE**  
STUDIO DI BIOLOGIA APPLICATA

Riconoscimento Ministero della Sanità  
n. 700.7/59.459/1785 - Accreditato ACCREDIA n. 0893  
dott. BRANDOLESE LIA - dott. FELLER EDOARDO

**CONTROLLO DI  
QUALITÀ**

ACCREDIA  
LAB N° 0893



**NUOVO SITO**  
[www.fellernet.it](http://www.fellernet.it)

Edoardo 348.9688787 | Ada 335.6948632 | Michel 333.4579847 | Emiliano 335.7184554

TRENTO - Via A. Gramsci, 6 - Fax 0461.917588 | E-mail: [studiobrandolese@gmail.com](mailto:studiobrandolese@gmail.com)



un documento di sintesi frutto di una serie di incontri tra gli associati del territorio e delle categorie aderenti all'Associazione.

Tra i temi principali, l'e-commerce, la questione dei rifiuti e dell'aumento delle tariffe, il costo del lavoro e la difficoltà di reperire manodopera, l'accesso al credito, la patrimonializzazione (tenendo presente che per le PMI il patrimonio più grande nella maggior parte dei casi è storicamente l'imprenditore stesso), ma anche urbanistica, consorzi, incentivi e sostegni ad un settore che sta vivendo una fase di profondi cambiamenti.

«Abbiamo inteso - spiega il presidente Massimo Piffer - sottoporre al nostro assessore di riferimento presso la Giunta Provinciale, ovvero l'assessore Failoni, una serie di temi, di criticità, emerse in un lungo lavoro di ascolto degli associati. Sono temi che danno l'idea di quanto il settore stia attraversando un momento difficile, nel quale è importante avere sia elementi utili a interpretare le dinamiche del futuro, sia gli strumenti a sostegno di un comparto economico composto in larga maggioranza da imprese di piccole e medie dimensioni, molto spesso a conduzione familiare. Una risorsa straordinaria per il nostro territorio - abbiamo più volte

sottolineato quanto la vita dei nostri paesi sia legata a doppio filo con la presenza di esercizi commerciali - ma che ha bisogno di un'attenzione particolare in questa fase».

«Ringraziamo l'assessore Failoni perché si dimostra sempre attento e presente alle sollecitazioni della nostra Associazione e dei nostri imprenditori. Questa mattinata di lavori è stata utile per avere una sua prima interlocuzione ad una serie di temi anche molto specifici. Siamo consapevoli che tanti di questi argomenti travalicano le competenze del suo assessorato o addirittura gli ambiti di intervento dell'amministrazione provinciale, ma crediamo fermamente nel dialogo e nella collaborazione: solo lavorando insieme possiamo pensare di poter agire in modo incisivo a favore delle imprese del commercio e per il benessere del tessuto economico e sociale».

L'assessore Failoni ha ascoltato e commentato le osservazioni dei rappresentanti delle imprese, sia territoriali che delle categorie merceologiche che compongono l'associazione. Ha assicurato il suo personale interessamento e la volontà di proseguire in un percorso di dialogo con il suo assessorato ma anche coinvolgendo l'intera Giunta provinciale qualora le circostanze lo rendano necessario.

FEDERAUTO TRENINO

## Inaugurato al Porsche Experience Center il IV anno del corso Enaip

Nel prestigioso centro di Franciacorta, gli studenti del CFP Enaip Villazzano hanno avviato il nuovo anno formativo. Tra gli ospiti Camilla Girardi di Federauto Trentino

C'era anche la presidente di Federauto Trentino **Camilla Girardi**, assieme alle vicepreside dell'Associazione Artigiani del Trentino **Daniela Bertamini**, all'inaugurazione dell'anno formativo 2024/2025 del corso per tecnico riparatore di veicoli a motore, organizzato dal CFP Enaip di Villazzano, che ha avuto luogo in un contesto d'eccellenza: il Porsche Experience Center di Franciacorta.

Per i 20 studenti che prenderanno parte a questo corso di formazione professionale di alto livello, si è trattato di un inizio straordinario, celebrato in una delle strutture più avanzate d'Europa, dotata di un circuito FIA di oltre 2,5 chilometri e numerose piste di prova dedicate alla ricerca e sperimentazione nell'ambito della mobilità.

Gli allievi, che affronteranno un percorso di 1066 ore, di cui un terzo in azienda e il restante in aula, erano accompagnati dal direttore generale di Enaip, **Massimo Malosini**, dal direttore del CFP Villazzano, **Paola Coccia**, e dai docenti del corso: **Annalisa Ceccobello** e **Camillo Pedrotti**, coordinatori dell'iniziativa, insieme a **Paola Sclafani**, **Sergio Bailo** e **Germano Migotto**. L'evento ha rappresentato per gli studenti una preziosa opportunità di entrare in contatto con un settore all'avanguardia come quello automobilistico, incentivandoli a impegnarsi nello studio per ottenere il diploma e sviluppare competenze sempre più avanzate, fondamentali per la loro futura carriera professionale. I rappresentanti del Porsche Experience Center hanno accolto calorosamente gli allievi, illustrando le caratteristiche di un centro che non è solo un tempio della velocità, ma anche un polo di innovazione. Tra i progetti più affascinanti illustrati ai ragazzi, il "Talent Drive Academy", un programma formativo che potrebbe offrire loro la possibilità di entrare nel mondo Porsche, un ambiente che dal 2035 si concentrerà esclusivamente su automobili con motori elettrici.

Alla cerimonia inaugurale hanno partecipato, tra gli altri, rappresentanti di spicco del mondo imprenditoriale trentino, tra cui **Marcello Lunelli** delle Cantine Ferrari e Fondimpresa, **Maria Cristina Poletto** di Confindustria, **Daniela Bertamini** dell'Associazione Artigiani Trentini, **Marcello Vianini**, anch'egli rappresentante degli artigiani, e, in particolare, **Camilla Girardi**, presidente di Federauto Trentino. La sua presenza ha sottolineato il forte legame tra il mondo dell'automotive e la formazione tecnica, evidenziando l'importanza di questi percorsi formativi per il futuro del settore.



ANNIVERSARIO AZIENDALE

# Ambrosi alpinist expert: 60 anni di storia e innovazione

Il negozio di abbigliamento e articoli sportivi celebra sei decenni di successi a Pellizzano, segnati da crescita, innovazione e un forte legame con la comunità

In un momento economico difficile, come quello che stiamo vivendo, è una notizia di rilievo il festeggiamento di un anniversario importante da parte di un'azienda locale.

È il caso del negozio di abbigliamento e articoli sportivi Ambrosi Alpinist Expert di Pellizzano che vivrà in questo 2024 un momento speciale con il compimento dei 60 anni di attività.

Il negozio affacciato sulla via Nazionale del paese di Pellizzano in Val di Sole, con i suoi due piani espositivi è diventato nel corso degli anni un punto di riferimento per gli acquisti dei cittadini locali solandri e nonesi ma anche della Rendena e Val Camonica e naturalmente dei numerosi turisti che frequentano la Val di Sole. Tutto ha inizio nel maggio del 1964, quando il titolare **Luigi Ambrosi**, incoraggiato dalla moglie **Rina**, decide di aprire un piccolo negozio di vestiario e mercerie al piano terra della loro abitazione nella piazzetta al ponte di Pellizzano.

Per alcuni anni, com'era uso dell'epoca, si fanno conoscere con la vendita a domicilio bussando "porta a porta". Caricata la vecchia Topolino, raggiungono le famiglie dei vari paesi della Valle per vendere le loro mercanzie dando così inizio alla loro avventura commerciale ma anche ad un'importante esperienza umana. A quel tempo pochi dispongono di un'automobile e le loro visite, per lo più serali, diventano un



appuntamento fisso per tante famiglie, allora numerose, che, di settimana in settimana, ordinano tutto ciò di cui hanno bisogno fidandosi ciecamente del buon gusto della Rina. Il passaparola incrementa la clientela, anche grazie al sempre maggiore assortimento e alla varietà dei prodotti proposti. Il negozio si presenta infatti come un piccolo emporio dove si può trovare di tutto: dai souvenir al vestiario, dalla biancheria intima a quella per la casa, dalla cerniera al vestito da sposa. Presto si sviluppa anche la vendita di tendaggi con relativa confezione e posa in opera che all'inizio veniva organizzata nelle ore straordinarie di lavoro.

Nel 1977 il negozio viene trasferito nell'attuale sede di via Nazionale n. 35 per regalare alla crescente attività maggiore visibilità, uno spazio espositivo più

**Il negozio affacciato sulla via Nazionale del paese di Pellizzano in Val di Sole, con i suoi due piani espositivi è diventato nel corso degli anni un punto di riferimento per gli acquisti dei cittadini locali solandri e nonesi**

adeguato e un tocco di modernità. Nello stesso periodo i due figli **Mauro** e **Tiziana**, ormai coinvolti nell'attività, lanciano il marchio Alpinist Expert by Ambrosi per dare maggiore risalto all'abbigliamento sportivo e all'attrezzatura di montagna.

La crescita del settore arredo casa e la volontà di garantire un maggiore spazio all'abbigliamento sono alla base della scelta di aprire un nuovo punto vendita. Nel 1990 nasce così Spaziocasa, negozio specializzato in tendaggi, biancheria e complementi d'arredo gestito da Miranda e Mauro, con l'aiuto artistico di Rina.

Tiziana prende così in mano le redini di Ambrosi Alpinist Expert. Spinta dall'amore per il territorio, per le sue tradizioni e per la sua gente, sponsorizza spesso manifestazioni, associazioni e giovani atleti locali e il marchio

ALPINIST EXPERT via via conquista una certa notorietà. Organizza inoltre eventi di carattere sportivo-culturale come serate sul tema dell'alpinismo, mostre fotografiche e manifestazioni sportive; una passione che l'aiuta a soddisfare la sua creatività e coltivare i suoi interessi.

Per festeggiare il 60° anniversario Ambrosi Alpinist Expert ha infatti in programma una serie di appuntamenti di carattere sportivo-culturale rivolti a tutta la comunità.

Fin dall'inizio il negozio si è avvalso del prezioso aiuto di personale dipendente che nel corso degli anni hanno contribuito in modo determinante alla crescita dell'azienda e al suo consolidamento. Il riconoscimento di questa importante sinergia sarà celebrato nel corso dell'anno con un incontro conviviale che vedrà ospiti tutti i dipendenti, ex dipendenti e collaboratori.

La celebrazione del 60° anniversario è il risultato di un impegno costante da parte della famiglia, dei dipendenti e dei collaboratori. Forte di una clientela fidelizzata, locale ma anche turistica, l'azienda ha cercato l'innovazione, ma sempre per piccoli passi, nel rispetto di quel gusto intramontabile che la scelta di prodotti di qualità può offrire. Per stare al passo coi tempi il negozio dispone di un sito internet, ora in fase di rinnovamento, e di una pagina facebook che viene regolarmente aggiornata su eventi e curiosità sportive e con informazioni e promozioni sui prodotti. La passione di viaggiare a spinto Tiziana a lanciare la curiosa campagna ALPINIST EXPERT NEL MONDO. "Ho spesso viaggiato attraverso i racconti di amici e clienti. All'inizio è stato un gioco: una t-shirt alpinist expert in



cambio di una foto, più racconto. Ora, prima di partire, vengono apposta in negozio a comprarla come indumento di buon auspicio e spesso mi inviano già le foto per mail o sulla pagina facebook ancora prima di rientrare dal viaggio. Ormai abbiamo una galleria fotografica con immagini provenienti da tutti i continenti."

Il passaparola è sicuramente il mezzo pubblicitario preferito del negozio, perché chi entra, oltre a trovare una vasta scelta e prodotti di qualità, respira un'atmosfera accogliente e familiare.

Così descrive il presente Tiziana, titolare del negozio. "L'impegno è stato tanto, e grande la volontà. La salute ha permesso ai miei genitori di offrire la continuità necessaria per costruire qualcosa di buono per la mia famiglia. Adesso mio padre non c'è più e con la sua improvvisa scomparsa, oltre ad un evidente vuoto affettivo, è venuto a mancare un contributo importante per l'azienda anche se da dietro le quinte ma non per questo meno utile. Mia mamma invece ancora contribuisce con i suoi saggi consigli e mi sostiene in questi anni impegnativi per il rapido cambiamento della società.

È senz'altro vero infatti che dai tempi della Topolino dei Miei di cose ne sono cambiate tante!", afferma ancora. "Ora non si tratta più di comprare e vendere; che in

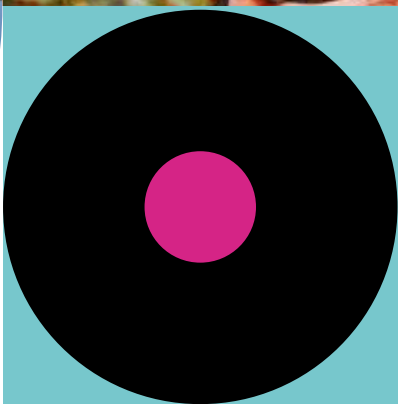
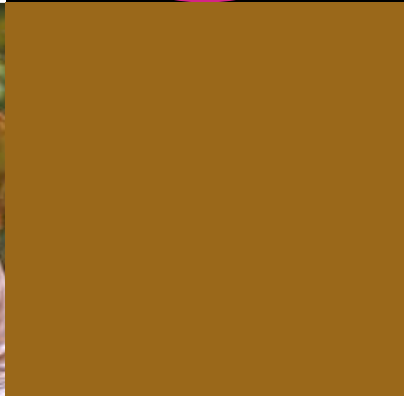
**Il successo nelle nostre valli di piccole e medie imprese familiari che con impegno e costanza resistono ai cambiamenti così rapidi della società e alla concorrenza di grossi colossi commerciali, non è solo un fatto privato ma anche pubblico in quanto tali attività sono un patrimonio economico, culturale e sociale per l'intera comunità.**

ogni caso sono rimaste le operazioni più importanti e piacevoli di un'attività commerciale. Il sistema globale impone tante altre competenze: capacità di gestire una contabilità sempre più complessa e una burocrazia sempre più pesante, il marketing, gli strumenti informatici, il web, le lingue. Competenze di per sé interessanti ma che richiedono aggiornamenti e formazione costanti con un investimento di tempo e denaro che spesso contrasta con il bisogno di far quadrare i conti."

Di fronte ai compulsivi cambiamenti del mercato e ai disarmonici nuovi scenari politici, per garantire alle nostre valli un futuro, diventa fondamentale e necessario un patto di solidarietà tra consumatori, attività commerciali, produttive e servizi, volto a mantenere un equilibrio socio-economico locale; un patto nel quale tutti dovrebbero sentirsi coinvolti. Il successo nelle nostre valli di piccole e medie imprese familiari che con impegno e costanza resistono ai cambiamenti così rapidi della società e alla concorrenza di grossi colossi commerciali, non è solo un fatto privato ma anche pubblico in quanto tali attività sono un patrimonio economico, culturale e sociale per l'intera comunità.

Il traguardo di 60 anni di attività da parte di piccole attività commerciali come Ambrosi Alpinist Expert, soprattutto in questo momento di incertezza economica sociale e politica, diventa un orgoglio non solo per i proprietari, i dipendenti e collaboratori ma anche per la stessa clientela che nel corso di questo sessantennio, con la loro fiducia, ha contribuito a questo risultato.

da NOS - Magazine mensile delle Valli



Degustazioni, show cooking, incontri, talk tematici: i palazzi storici di Trento e le cantine del Trentino ospitano dal 20 al 22 settembre la terza edizione del Trentodoc Festival. Tre giorni per scoprire, degustare, brindare e fare amicizia con le bollicine di montagna.



Scarica l'app  
Trentodoc

DUE GIORNI ALL'INSEGNA DEL GUSTO E DEL DIVERTIMENTO

# Tornano le Alchimie del gusto a Pergine

Dal 14 al 15 settembre a Villa Moretta l'evento dedicato a profumi e sapori del cibo. Panificatori trentini protagonisti

Presso l'antico palazzo di Villa Moretta, a circa tre chilometri dalla città di Pergine, all'ombra del monte Cimirlo, dal 14 al 15 settembre andrà in scena la quarta edizione dell'evento LE ALCHEMIE DEL GUSTO dove verrà presentato con la collaborazione dei panificatori artigianali trentini e dei Maestri Artigiani Panificatori, il pane fresco del territorio e ne verrà fatta conoscere l'antica arte di preparazione per riscoprirne profumi, sapori e aromi che fanno parte della cultura alimentare locale, facendo rivivere ricordi ancestrali ed emozioni legate al piacere del delicato profumo del pane. Durante la manifestazione verranno presentate alcune tipologie di pane fresco (pantrentino e pane al mais) - tutti a km zero - che hanno lo scopo di far riscoprire i sapori e le tradizioni dell'antico mondo contadino. Sabato 14 settembre, a partire dalle ore 19,00, verrà organizzata una cena, con aperitivo, a base di prodotti tipici del territorio a cura dell'Associazione dei Ristoratori del Trentino e dei ristoranti La Ronda, Antiche Contrade, al Moro e al Cavalletto, accompagnata dal pane fresco artigianale protagonista in tavola, frutto di un'importante sinergia tra le diverse categorie economiche del territorio.



**Le alchimie del gusto**  
**14-15 settembre 2024**  
**VILLA MORETTA - FRAZ. COSTASAVINA**  
**PERGINE VALSUGANA (TN)**  
 Due giorni all'insegna del gusto e del divertimento

**"Cena di fine estate" a Villa Moretta**  
 Tradizione, identità e comunità  
**Sabato 14 settembre 2024**  
 dalle ore 19,00, aperitivo  
 Villa Moretta - Fraz. Costasavina - Pergine Valsugana  
 serata dedicata a tutta l'attività con base economica tutta a km zero  
 partecipazione con contributo del Comune di Pergine Valsugana

**"A pé" o en bicicletta in Drován a Villa Moretta**  
 Drován: l'aria è pane!  
**Domenica 15 settembre 2024**  
 dalle ore 8,30 partenze  
 Partenze a Villa Moretta  
 Fraz. Costasavina - Pergine Valsugana

**PER INFORMAZIONI A VEDI DA PERGINE VALSUGANA A VILLA MORETTA**  
 www.perginevalsugana.it

Per l'Associazione Panificatori questa manifestazione è un importante mezzo di comunicazione per far conoscere al consumatore quali sono le numerose tipologie del pane tradizionale artigianale trentino e le caratteristiche che ne determinano il gusto, l'aroma e la fragranza.

L'evento, a cura della Proloco Pergine Valsugana e dell'Apt Valsugana Lagorai, con il patrocinio del Comune di Pergine Valsugana e il contributo dell'Associazione Commercianti al Dettaglio di Confcommercio Trentino, si avvalgerà della partecipazione dei produttori locali e della Strada del Vino e dei Sapori del Trentino.

Il pane fresco tipico e i dolci della tradizione trentina verranno preparati da panifica-

MERCLEDÌ 7 AGOSTO 2024

## CORSO DI AGGIORNAMENTO IGIENICO SANITARIO

L'Associazione Panificatori della provincia di Trento ha organizzato lo scorso mercoledì 7 agosto per i propri associati ed i loro dipendenti e/o collaboratori un corso di aggiornamento, a sostegno dell'attività d'impresa, sul problema del «Bacillus Mesentericus» con **Silvano Gottardi**, consulente in materia igienico sanitaria e controllo qualità.

Per gli associati che non hanno potuto partecipare all'incontro è possibile ritirare il materiale didattico utilizzato nel corso del percorso formativo presso la segreteria associativa.



tori e Maestri Panificatori locali i quali hanno l'importante compito di dare grande risalto all'immagine dei prodotti panari e dolciari trentini e far conoscere al pubblico la figura professionale del panificatore e del Maestro Artigiano Panificatore.

“Questa manifestazione - spiega il Presidente dell'Associazione **Emanuele Bonafini** - ha come obiettivo principale quello di mettere gli imprenditori della panificazione a confronto diretto con il consumatore per spiegare quali sono le principali proprietà nutritive del pane fresco, appena sfornato e, nello stesso tempo, per far conoscere il mestiere del panettiere che, pur essendo difficile ed impegnativo, può dare grandi soddisfazioni e permette al singolo

di esprimere la sua ingegenosità nel preparare, con mani esperte e tocchi sapienti, il pane che va ad allietare le tavole delle famiglie. Per l'Associazione Panificatori - prosegue Bonafini - questa manifestazione è un

in importante mezzo di comunicazione per far conoscere al consumatore quali sono le numerose tipologie del pane tradizionale trentino e le caratteristiche che ne determinano il gusto, l'aroma e la fragranza”.

Servizi + imprese = persone. I conti tornano.

CONTABILITA' - PAGHE - ASSISTENZA ALLE IMPRESE

Servizi Imprese C.A.F. srl sede: Trento via Solteri 78

filiali: Balsega di Pinè - Cavalese - Cles - Fiera - Folgaria - Malè - Ledro

Pergine - Pozza - Predazzo - Riva - Rovereto - Tione - Trento (Buonconsiglio)

  
serviziimpresesrl  
i conti tornano



## EVOLUZIONI AZIENDALI

# Cristoforetti Spa si consolida nel mondo dei servizi energetici

Il presidente Marco Cristoforetti punta a potenziare la presenza del gruppo nel settore dei servizi energetici diversificando ulteriormente il business aziendale

La società trentina *Cristoforetti Spa*, sotto la guida del Presidente **Marco Cristoforetti**, nel confermare la massima attenzione alle dinamiche del mercato peraltro complesso quale quello dei servizi energetici, ha provveduto ad aumentare la propria partecipazione in *Cristoforetti Servizi Energia* salendo così all'80% delle quote, acquisendo il 30% del capitale della controllata da CPL Concordia (Cooperativa di Produzione Lavoro di Concordia), azienda specializzata nella gestione e distribuzione dei servizi energetici, con un ruolo di primo piano a livello internazionale in ambito gas metano.

La capogruppo *Cristoforetti Spa* opera oggi principalmente nel settore della distribuzione rete ed extra-rete di prodotti petroliferi al consumo, con particolare riferimento al gasolio da riscaldamento, gasolio per autotrazione e agricolo, alla fornitura di pellet oltre alla gestione diretta di 13 distributori con il proprio marchio. L'attività è svolta attraverso 13 filiali suddivise nelle province di Brescia, Verona, Trento e Bolzano. Inoltre, tramite la controllata CH4 Alps, è attiva nella fornitura di energia elettrica e gas metano in favore di imprese, privati ed Enti pubblici per ora prevalentemente in Trentino-Alto Adige.



*Cristoforetti Servizi Energia Spa*, invece, opera a livello nazionale in qualità di ESCo (**Energy Service Company**) nel settore dei servizi energetici per conto di enti pubblici (province, comuni, aziende ospedaliere) e di clienti privati attraverso i servizi di gestione calore, facility management, energy management, mirando all'efficientamento energetico attraverso l'installazione di impianti ad alta efficienza e fonti rinnovabili di ultima generazione. La sede è a Lavis e le filiali sparse nel Nord Italia: Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Piemonte e recentemente in Sardegna. Vanta, inoltre, una gestione degli

impianti di climatizzazione di oltre mille Condomini e di Centri Commerciali in tutto il Nord Italia e grazie ad uno staff qualificato e sempre aggiornato si è imposta nel settore della Pubblica Amministrazione aggiudicandosi appalti importanti (APSS di Trento, ITEA, Fondazione Mach, Trentino Trasporti, Trentino Digitale).

L'obbiettivo della capogruppo *Cristoforetti Spa*, con tale operazione, è stato quello di incidere maggiormente sulle future linee strategiche industriali diversificando il proprio business in funzione dei notevoli mutamenti che il mercato dell'energia ha subito in particolare in questi ultimi anni.



Il Presidente del Gruppo, commentando l'operazione, esprime grande soddisfazione per un'acquisizione che era considerata una priorità già da parecchio tempo e che permetterà al Gruppo Cristoforetti di controllare la società Cristoforetti Servizi Energia Spa diversificando i business e puntando sempre con maggior impegno ed efficacia all'efficientamento energetico del patrimonio immobiliare allo scopo di perseguire gli obiettivi che l'Agenda europea 2030 per il clima e l'energia ha fissato.

Va ricordato anche che **Marco Cristoforetti**, oltre ad essere il Presidente dell'omonimo Gruppo coadiuvato dal fratello **Giuliano** e dalla cugina **Laura Cristoforetti**, è anche Vicepresidente dell'Associazione Grossisti e Piccole e Medie Imprese di Confcommercio Trentino ed anche Coordinatore Regionale di Assopetroli e membro del Comitato esecutivo nazionale.

*Presidente, quali sono i dati più significativi del suo Gruppo?*

Il fatturato del Gruppo è di oltre 250 milioni di euro e occupa direttamente 250 persone, oltre a generare un importante indotto rappresentato da imprese terze, fornitori di materiali e società di consulenza. Abbiamo filiali in tutto il Nord Italia principalmente in Lombardia (province di Milano e Brescia), Veneto (province di Padova e Verona), Friuli Venezia Giulia (Provincia di Udine), Piemonte (Provincia di Vercelli) e Sardegna (Provincia di Cagliari).

*La Cristoforetti Servizi Energia Spa, di cui ora possedete l'80%,*



*è una ESCo. Cosa significa?*

**ESCO (Energy Service Company)**, come definita dalla norma **UNI CEI 11352:2014**, significa fornire servizi energetici mirati al miglioramento dell'efficienza energetica per il conseguimento dei criteri di prestazione e rendimento stabiliti in uno specifico contratto.

Cristoforetti Servizi Energia, peraltro, vanta all'interno del proprio organico, una figura professionale moderna ed interdisciplinare chiamata ad agire nel contesto del nuovo mercato europeo dell'energia: l'**EGE (Esperto in gestione dell'Energia)**. L'esperto in gestione dell'Energia (EGE), normato e definito dalla Norma **UNI CEI 11339:2009**, associa alle competenze tecniche delle solide basi in materie ambientali, economico-finanziarie, di gestione aziendale e di comunicazione.

*Può parlarci di qualche progetto di sostenibilità particolarmente significativo che l'azienda ha realizzato di recente?*

Cristoforetti Servizi Energia Spa ha vinto nel 2023 un appalto come consorziata esecutrice del Consorzio Nazionale Servizi per un intervento di riqualificazione e potenziamento dell'impianto di climatizzazione dell'**Aeroporto Olbia Costa Smeralda**. I lavori sono termi-

**La capogruppo Cristoforetti Spa opera oggi principalmente nel settore della distribuzione rete ed extra-rete di prodotti petroliferi al consumo, con particolare riferimento al gasolio da riscaldamento, gasolio per autotrazione e agricolo, alla fornitura di pellet oltre alla gestione diretta di 13 distributori con il proprio marchio.**

nati pochi mesi fa, il progetto ha migliorato in maniera significativa l'efficienza energetica e il comfort delle strutture aeroportuali, contribuendo a creare un ambiente più accogliente per tutti i passeggeri e il personale e migliorando l'impatto ambientale.

*Qual è la visione a lungo termine per il Gruppo Cristoforetti in un contesto complesso come quello dell'energia?*

La nostra filosofia è sempre stata quella di cercare di anticipare le dinamiche di mercato con operazioni di riposizionamento e/o acquisizioni aziendali che oggi risultano essere oltremodo indispensabili. Il tutto senza perdere d'occhio le politiche di transizione ecologica che l'Europa ci vorrebbe imporre ma che ritengo vadano rivalutate e rimodulate in base a quelle che sono le reali esigenze socio/economiche del nostro territorio. Rispetto dell'ambiente sì, ma ragionato ed intelligente non fideista.

*Quali sono le aree geografiche o i mercati su cui Cristoforetti Spa sta puntando per l'espansione futura?*

Per noi risulta innanzitutto importante consolidare e fidelizzare le aree dove siamo presenti in maniera capillare compresa la Sardegna. Stiamo valutando di strutturarci in Emilia-Romagna nell'ambito dei servizi energetici e comunque per noi il limite massimo, per ora, è rappresentato dalla Toscana. In futuro si vedrà.

IL 14 NOVEMBRE

## “STRUMENTI NORMATIVI E LINEE GUIDA PROGETTUALI PER PROMUOVERE L'EFFICIENTAMENTO DEL PATRIMONIO EDILIZIO”

L'Associazione Grossisti e Piccole Imprese del Trentino di Confcommercio Trentino ha programmato un convegno dal titolo “Strumenti normativi e linee guida progettuali per promuovere l'efficientamento del patrimonio edilizio” il 14 novembre 2024 presso Palarotari di Mezzocorona. Il comparto delle costruzioni sta vivendo un momento di contrazione ed inevitabilmente ne risentono anche le aziende che distribuiscono materiali da costruzione edile, colorifici, grossisti di ferramenta, ceramica, idraulica, e legname.

Uno dei fattori che ha contribuito maggiormente allo stallo del comparto a livello nazionale è il termine del superbonus, il momento è quindi opportuno affinché tutti i player del sistema edilizio possano fare sistema. Oltre ai professionisti del settore delle costruzioni (e quindi ingegneri, architetti, geometri, costruttori) il convegno attirerà anche proprietari di immobili, amministratori di condominio ed enti che possano influenzare politiche di sviluppo sostenibile. Vi sarà quindi una parte dedicata ai materiali da costruzione commercializzati dalle aziende dell'ingrosso trentine che in questi ultimi anni si sono evolute: molte di queste infatti hanno aggiunto al loro interno un ufficio tecnico, uno show room, sono diventate più competenti in tecnologie dei materiali e stanno investendo nella digitalizzazione per una migliore gestione del magazzino. L'obiettivo dell'Associazione è proprio quello di stimolare ed anche accelerare questa fase di transizione delle aziende associate che si rende necessaria per poter competere nel mercato.

Per la partecipazione al seminario verranno riconosciuti dei crediti formativi professionali. Per accreditarsi è possibile contattare la segreteria dell'associazione grossisti tramite mail a [ingrosso@unione.tn.it](mailto:ingrosso@unione.tn.it)

FIERE ED EVENTI

## GLI APPUNTAMENTI PER LE AZIENDE GROSSISTE

Si segnalano alcuni eventi di interesse a tutto comparto dei grossisti di materiale edile (e non solo):

14 Novembre 2024

### Convegno/Evento Confcommercio «STRUMENTI NORMATIVI E LINEE GUIDA PROGETTUALI PER PROMUOVERE L'EFFICIENTAMENTO DEL PATRIMONIO EDILIZIO»

Palarotari di Mezzocorona (TN)

Organizzato dall'Associazione Grossisti e PMI di Confcommercio Trentino

15 Ottobre 2024

### Convegno Federcostruzioni

Milano

Programma in definizione

24 Ottobre 2024

### XVII Convegno Nazionale Youtrade

Villa Quaranta - Ospedaletto (VR)

Il dopo-superbonus mette le imprese della distribuzione davanti a una scelta strategica: utilizzare il capitale a disposizione per investire sulla propria azienda, oppure adoperarlo in funzione di una forma di aggregazione. Come l'acquisizione di altri punti di distribuzione, l'apparentamento in gruppi e consorzi, o in sinergie più semplici. Una spinta alla semplificazione del mercato che, inoltre, è incoraggiata anche dalla necessità, per molti, di gestire un passaggio generazionale spesso non semplice. Il XVII Convegno Nazionale YouTrade sarà focalizzato sulle scelte non rinviabili delle imprese di rivendita di materiali e di servizi per l'edilizia. Tecnologia, gestione finanziaria e prospettive del mercato saranno tra i temi affrontati, assieme alla inedita testimonianza di protagonisti della distribuzione all'estero, chiamati anche a esprimere un giudizio sulla distribuzione in Italia. [www.constructionb2b.it](http://www.constructionb2b.it)

29 Novembre 2024

### Convegno Federcomated

Milano

Programma in definizione

Si ricordano anche le prossime fiere di settore internazionali:

11 - 14 Settembre 2024

Fiera GaLaBau

Norimberga (Germania)

È un importante evento internazionale dedicato alle innovazioni nel campo del giardinaggio, del green design e del verde urbano. [www.galabau-messe.com](http://www.galabau-messe.com)

23 - 27 Settembre 2024

### Fiera Cersaie

Bologna

Cersaie è l'appuntamento internazionale più importante per chi si occupa di design delle superfici, ceramiche e in altri materiali, e di arredo del bagno. [www.cersaie.it](http://www.cersaie.it)

24 - 27 Settembre 2024

### Fiera MarmoMac

Verona

Marmomac è la più importante fiera mondiale dedicata all'intera filiera della produzione litica, dalla cava al prodotto lavorato, dalle tecnologie e dai macchinari agli utensili. [www.marmomac.com](http://www.marmomac.com)

9 - 12 Ottobre 2024

### Fiera Saie

Bologna

SAIE è una fiera dedicata agli operatori del settore edile perché agisce da acceleratore di opportunità commerciali e da strumento per incontrarsi in presenza per rafforzare o creare nuove opportunità di mercato e networking. Punto d'aggregazione per professionisti, aziende e istituzioni nazionali e locali in cui si intersecano valorizzazione delle novità di prodotto, dialogo, condivisione di idee di tutta la filiera. [www.saiebologna.it](http://www.saiebologna.it)

Gli associati a Confcommercio Trentino potranno richiedere per molti di questi eventi l'accredito gratuito. In base all'interesse di ciascun evento verrà anche valutata l'organizzazione di transfer da Trento. Per qualsiasi informazione è possibile contattare l'Associazione Grossisti e Piccole e Medie Imprese tramite mail a [ingrosso@unione.tn.it](mailto:ingrosso@unione.tn.it)

# IMPOSSIBILE

## WIRED NEXT FEST 2024 TRENTINO

ROVERETO  
27/29  
SETTEMBRE

#WNF24

WIRED ONE  TFEST

TRENTINO 

LA DELEGA ALLA CONSIGLIERE ZANETTI

# Publici esercizi e circoscrizioni: Trento presidio di comunità

Fabia Roman: «#SicurezzaVera di Fipe evidenziano la centralità dei bar come sentinelle del territorio e promotori di sicurezza»

Trento si riappropria della sua dimensione civica e dei suoi spazi con la nuova delega consigliere su regolamento e Circoscrizioni, attribuita alla consigliera comunale **Silvia Zanetti**. L'obiettivo, "valorizzare il ruolo delle circoscrizioni quali presidio di comunità anche con riferimento allo sviluppo della sicurezza di prossimità". Un'iniziativa sostenuta dalla presidente dell'Associazione Pubblici esercizi **Fabia Roman** soprattutto per la sua affinità con il progetto #SicurezzaVera, ideato dal Gruppo imprenditrici di Fipe Confcommercio, la Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi, in sinergia con la Polizia di Stato, per promuovere il ruolo dei pubblici esercizi proprio come presidi di legalità e sentinelle del territorio. Un ruolo sociale che secondo la Presidente dei Pubblici esercizi del Trentino, può trovare cittadinanza anche all'interno delle circoscrizioni.

“Come Associazione di categoria – spiega Roman - percepiamo il valore e l'importanza dell'iniziativa. Riteniamo che la collaborazione con i pubblici esercizi sia imprescindibile per valorizzare il ruolo delle circoscrizioni come presidi di legalità. I bar sono realtà capillari, diffuse



nel capoluogo. Ogni giorno, assistono e accompagnano i cambiamenti della nostra città e proprio per questo possono contribuire a disegnare un quadro realistico delle problematiche che riguardano ogni



singola unità amministrativa. L'attrattività, la vivibilità, la sicurezza della città non sono più retaggio esclusivo delle Amministrazioni. Sono temi che riguardano tutti. Anche i cittadini e le imprese.

Nella nostra categoria c'è sempre stata una forte attenzione ai problemi del territorio. I nostri esercizi sono diventanti nel tempo, dei veri presidi sociali contro qualsiasi forma di degrado, desertificazione o illegalità. Questa loro inclinazione va recuperata e messa a disposizione di questo progetto.”

AUMENTO PREZZI CAFFÈ, CRISI CLIMATICA E GEOPOLITICA

# Prezzo del caffè in aumento: i pubblici esercizi frenano i rincari

I bar hanno contenuto gli aumenti del prezzo del caffè, mantenendo costi inferiori all'inflazione e tra i più bassi d'Europa

“Condividiamo le preoccupazioni che riguardano un probabile ulteriore forte aumento della tazzina del caffè al bar, aumento finora contenuto dalla responsabilità dei Pubblici Esercizi italiani che stanno assorbendo i fortissimi aumenti delle miscele causati dagli incrementi dei prezzi all'origine. La crisi climatica che ha devastato i raccolti nei Paesi produttori, Vietnam in particolare, le tensioni geopolitiche che stanno cambiando le tradizionali rotte alle forniture, l'esplosione dei noli marittimi, sono le cause principali che stanno determinando i rialzi dei prezzi all'origine alle borse merci di Londra e New York, con l'Arabica che ha avuto in un anno incrementi superiori al 60% e la Robusta di oltre il 90%. In



queste condizioni gli aumenti diventano inevitabili, nonostante le attenzioni, la responsabilità e l'interesse dei Pubblici Esercizi di proteggere i consumi della tazzina di caffè, simbolo anche della identità e dei valori della socialità italiana”. Questo il commento di Lino **Enrico Stoppani**, Presidente di FIPE Confcommercio in merito al tema dell'aumento dei prezzi del caffè, che negli ultimi

**FIPE rileva che a fronte di un tasso di inflazione del +16% tra luglio 2021 e luglio 2024, i prezzi nei bar sono cresciuti del 13%.**

giorni è stato portato all'attenzione dagli organi di stampa attraverso stime a volte inesatte e distanti dalla realtà. A questo proposito, FIPE rileva che a fronte di un tasso di inflazione del +16% tra luglio 2021 e luglio 2024, i prezzi nei bar sono cresciuti del 13%. Anche sulla tazzina di espresso gli aumenti sono al di sotto dell'inflazione, continuando a mantenerne il prezzo tra i più bassi d'Europa. FIPE specifica inoltre che i dati ufficiali su cui si basano le analisi della Federazione mostrano aumenti a livello di singole città considerevolmente più contenuti rispetto ad alcune stime comunicate alla stampa: l'aumento registrato, per esempio, a Bolzano, infatti, è pari al 6% sul 2022 (12% sul 2021), mentre a Pescara è del 13%.

L'unica stampante al mondo che stampa, cancella e ristampa più e più volte



**TOSHIBA**

# COPY

Srl

## trento

**34°**

1990 - 2024

**Rivenditori autorizzati per il Trentino Alto Adige di **TOSHIBA** e **brother****

**Vendita e montaggio mobili per ufficio**

**Richiedi dei preventivi gratuiti**



**brother**  
at your side

**TRENTO - via Gramsci, 8 - 0461.935231**
**www.copytrento.it**

## GLI APPROFONDIMENTI DELLE BUSSOLE

# Visual merchandising per il bar. Adesso comanda la vista!

Un fenomeno incoraggiato dall'esplosione dei social media, veri diffusori di immagini e creatori di utilissimo passaparola

La parte essenziale di un locale pubblico (che sia bar, che sia ristorante) è sempre e comunque il servizio al cliente: proprio per questo per tanto tempo si è investito meno nella parte visuale del locale (fisico e virtuale), che oggi è diventata co-protagonista nella soddisfazione del cliente e nella generazione del passaparola. Quali scelte fare per utilizzare al meglio ciò che mostriamo all'interno del nostro locale e come valorizzarlo per creare un legame emotivo con la clientela.

## Che cos'è il visual merchandising nel mondo Food

Il visual merchandising è un argomento del marketing del commercio in generale, e proviene dall'istinto che ogni imprenditore ha di esporre al meglio la sua merce, in modo che i potenziali clienti ne siano colpiti (alla vista), e quindi si avvicinino per fare un acquisto: il merchandising è peraltro un'attività commerciale naturale – nasce dalla semplice esposizione di ciò che si vuole vendere – che ha un impatto diretto sui fatturati del negozio. La praticano anche negli antichi bazar dell'Iran, o nei souk marocchini, nei mercati di artigianato del Perù e di Forte dei Marmi.

Ciò che il cliente vede con gli occhi (la disciplina si chiama non-a-caso visual merchandi-



ing) è la fonte più importante della sua opinione sulle merci vendute e anticipa anche la cura che il negoziante metterà nel servirlo: l'obiettivo di questa disciplina è creare un desiderio, un'emozione, un legame, una voglia di saperne di più, di provare, di possedere quella merce e/o di fare l'esperienza di quel servizio.

Non parliamo di negozi, ma di locali, di bar, nello specifico, e quindi proveremo ad esplorare aspetti del visual merchandising che vadano non solo a valorizzare i prodotti venduti, per incoraggiare i fatturati de-

rivanti dalla vendita, ma anche quegli aspetti esperienziali visuali che hanno più a che fare con la percezione del servizio, essendo questo l'elemento fondante di questo tipo di esercizi commerciali.

## L'estetica del locale oggi è ancora più importante

Da tanti anni abbiamo assistito ad un processo di grandi sviluppi nell'estetica dei negozi fisici, con l'applicazione di tecniche di visual merchandising, ad esempio all'allestimento delle vetrine o all'esposizione delle merci; parimenti ci sono stati grandi sviluppi nella ristorazio-



ne e nei locali pubblici, con approfondimenti nel campo della physical evidence, ovvero nella parte esperienziale visiva, negli arredi, nella illuminazione, nello sviluppo di un momento di consumo che sia premiante per tutti sensi del cliente, creando con esso un legame emotivo che possa generare soddisfazione e forse anche fidelizzazione.

Queste considerazioni sono arrivate proprio alla ristorazione, e ne vediamo gli sviluppi nei format dei locali, dove il Concept subito trova una visualizzazione in arredi, luci, colori nei progetti di consulenti e di imprenditori. Un fenomeno incoraggiato dall'esplosione dei social media come Instagram, veri diffusori di immagini e creatori di utilissimo passaparola fra i clienti. Certamente questo processo di estetizzazione – per cui tutti i clienti fotografano tutto specialmente prima di assaggiare un piatto o di godersi un aperitivo – ha spinto velocemente anche gli imprenditori più reticenti a rifarsi il look, e a pensare a come meglio attrarre la clientela anche con ciò che si vede, e non solo grazie a ciò che si beve e si mangia.

### L'estetizzazione del cibo

Chiaramente l'attività di esposizione dei prodotti e di estetizzazione dell'assortimento è fondamentale nel settore Food, ed è un'arte che abbiamo imparato dai Grandi Magazzini esteri: se siete stati a Londra, avrete fatto una visita a Fortnum & Mason, e al suo leggendario piano dei prodotti alimentari, e sarete rimasti stregati dalla

sua magia, che suscita desideri di assaggio e di acquisto.

Una sensazione simile si ha spesso visitando i mercati ortofrutticoli di tante città, con le loro meravigliose esposizioni di prodotti freschi, di frutta e verdura colorata, con i rumori espansi nei grandi spazi.

Dobbiamo citare anche hashtag come #foodporn su Twitter e Instagram, dove si possono trovare miliardi di scatti e video di cibo 'pornografico', fatti per far venire l'acquolina in bocca, ma anche semplicemente un grande piacere degli occhi a vedere tanta bellezza e bontà. Il cibo è desiderio, il cibo è la nuova moda, Food is the new fashion.

### Come potreste ricreare queste emozioni nei clienti del vostro locale?

1) Puntate sulla freschezza: mettete in luce la freschezza dei vostri prodotti alimentari. La freschezza dei prodotti esalta massimamente la qualità e la sincerità del servizio, rivela l'attenzione che si mette nella gestione attenta delle materie, nella cura di ciò che si offre al cliente. I prodotti offerti, soprattutto quelli che avete già preparato, vanno mostrati al meglio, usando anche l'esperienza del negozio alimentare:

**Il visual merchandising è un argomento del marketing del commercio in generale, e proviene dall'istinto che ogni imprenditore ha di esporre al meglio la sua merce, in modo che i potenziali clienti ne siano colpiti (alla vista), e quindi si avvicinino per fare un acquisto**

fate che siano tanti e variati, che creino desiderio, facendo una bella esposizione di tante arance e frutta colorata, di gusti di gelato, di salumi freschi, tramezzini appena fatti e belle insalate. Le emozioni si formano soprattutto attraverso ciò che si vede con gli occhi.

2) Create dei piccoli rituali fatti al momento del servizio, proprio davanti al cliente, ad esempio aggiungendo un po' di zucchero a velo fresco sui croissant prima di servirli, o spolverando di cacao la schiuma di latte del cappuccino: l'azione fatta al momento massimizza la percezione dell'attenzione al servizio del cliente che proprio in quel momento è lì davanti a voi, oltre ad ingaggiare la vista, ed essere un motivo di fotografia e di condivisione. Le tecniche di decorazione dei cappuccini (latte art) sono un esempio di successo che rivela quanto queste 'animazioni' possano dar piacere ai clienti.

3) Valorizzate le vostre preparazioni. Se preparate panini e li esponete, assicuratevi che anche la preparazione sia premiante per chi sta guardando e per chi consumerà: arieggiate il prosciutto creando delle onde nella stesura, per esempio, ed

il panino sembrerà molto più fresco ed appetitoso. Anche qui l'aspetto visivo racconta e testimonia la qualità del servizio, la dedizione, il pensiero che si è messo nel concepire un certo modo di preparare le cose. Avete mai visto i panini della Catena Panino Giusto? Sono uno standard di eccellenza a cui riferirsi, un successo oramai trentennale. I salumi vengono affettati al momento, a vista e disposti in modo appetitoso sul panino appena scaldato – sempre a vista. I panini sono più buoni, anche prima di averli assaggiati, poiché il senso della vista ha già influenzato positivamente il senso del gusto.

4) Fate che la qualità del vostro servizio si veda anche nell'ordine e nella pulizia: per quello che riguarda i prodotti confezionati (succhi, bottiglie, sacchetti di patatine e merendine), fate che siano sempre ben esposti, spolverati, ordinati, con la marca ben visibile. Scegliete marche affidabili, soprattutto per i prodotti per cui la marca è importante, come succhi di frutta, bibite per bambini, cioccolata e confezioni regalo. Anche qui, i prodotti rivelano nel loro ordine, quantità, assortimento, pulizia, bellezza e armonia, tutta la qualità del servizio del bar. Gli arredi, i complementi di arredo, i materiali, l'illuminazione, per non parlare dei servizi igienici – sono visibili agli occhi dei clienti più di quanto pensiate: vi scelgono per il vostro ottimo caffè, ma sono molto pronti a non venire più se troveranno il locale non 'in ordine'.

5) Il personale nel locale è un



veicolo di branding e comunicazione: sappiamo quanto anche l'aspetto del personale, la capacità di comunicare – anche con il linguaggio non verbale – un senso di accogliimento e di fiducia siano essenziali per preparare il cliente a fare una esperienza di consumo rilassante e soddisfacente. Chi gestisce il servizio al cliente, con i suoi sorrisi e la gentilezza con cui fornisce informazioni sul prodotto, crea una relazione, che in primis avviene attraverso ciò che si vede, l'aspetto e l'atteggiamento del viso e del corpo. In questo senso per il bar parliamo di visual merchandising in senso allargato: non è solo la merce che crea la magia dell'emozione. La formazione può aiutare ad acquistare consapevolezza dell'importanza di certi gesti e atteggiamenti positivi, oltre ad un carattere personale ben disposto al rapporto con il pubblico, che rimane comunque essenziale.

6) Anche i clienti che sono nel bar comunicano ad altri clienti potenziali: chi passa davanti al bar e magari non vi conosce, usa gli occhi anche per monitorare il locale e chi lo frequenta, prima di scegliere di entrare. Attira di più un posto dove ci sono già tante persone dentro, perché la percezione data dagli occhi è quella di un locale 'che piace', quindi di qualità 'garan-

**Per il bar parliamo di visual merchandising in senso allargato: non è solo la merce che crea la magia dell'emozione. La formazione può aiutare ad acquistare consapevolezza dell'importanza di certi gesti e atteggiamenti positivi, oltre ad un carattere personale ben disposto al rapporto con il pubblico, che rimane comunque essenziale.**

tita' dalla tanta frequentazione. In questa direzione, anche il fenomeno oramai di lungo periodo del cosiddetto 'lavoro nomade', cioè di tanti professionisti che non hanno un ufficio ma lavorano 'in giro', può essere interessante: non lesinate i tavoli (fuori o dentro) a chi magari vuole lavorare per un'oretta o due, collaborate alla sua permanenza con un buon caffè e soprattutto con il wifi gratuito, e siate certi che porterà altri clienti dentro il locale. Addirittura, potreste pensare di sviluppare questo servizio, caratterizzando il vostro locale come location di co-working – suggeriamo di fare un giro sul web per scoprire come altri locali e bar vicini a voi stanno sfruttando questa opportunità per fare fatturati, con quali regole condivise con i clienti, cosa hanno pensato per movimentare la cassa durante i periodi della giornata con basso fatturato.

Potreste anche valutare di usare le vetrine per intrattenere i clienti all'interno, come fanno Starbucks o Pret a Manger, nelle grandi città: chi si accomoda dentro e prende un aperitivo o un caffè potrà così godersi il passaggio frenetico della gente fuori, cosa che, dicono, aiuta molto a rilassarsi. E i clienti fuori non faranno fatica a vedere che il vostro locale è già ben frequentato da altri.

7) Non dimenticate le vetrine: il merchandising nelle vetrine (reali) è quello più 'vecchio', ma è anche molto importante, poiché in grado di generare più cassa: attrae i nuovi clienti dall'esterno, li incuriosisce, li



fa entrare nel locale, espone la vostra migliore merce. Oltre a questo, la vetrina racconta della qualità con cui fate il vostro lavoro, dell'attenzione che mettete nella gestione del bar, anticipa il livello di servizio del locale. Curate quindi anche le vetrine, cambiatele spesso, scegliendo temi legati ai vostri ingredienti freschi o di stagione o alle marche preziose che avete in negozio (come una bella vetrina con le bottiglie colorate degli aperitivi o dei liquori) che in genere hanno etichette e colori interessanti. Anche qui valgono le regole della pulizia, del rigore estetico, della modernità, della grafica accattivante. Non mettete in vetrina prodotti e marche che non raccontano nulla di voi, dei valori che volete comunicare ai clienti, della qualità del servizio che volete che percepiscano. Non chiudete le vetrine con tende o oscuranti, perché quel tipo di scelta fa pensare che avete cose da nascondere, o che il locale è equivoco o vuoto.

Pensate anche ad animare le

**La vetrina, aperta o chiusa, è un varco per parlare ai clienti fuori di quello che troveranno dentro, e quindi è molto importante, così come importante è la vostra vetrina virtuale, cioè la homepage del vostro sito web o della vostra pagina Facebook**

vetrine con qualche cosa di interessante: un modo è il merchandising in action, cioè esporre merce in modo da raccontare il momento del consumo, ad esempio esponendo una fetta di torta già impiattata con la sua forchettina, o un aperitivo colorato, o un bel bicchiere di vino, con vicino un vaso di focaccine o un tagliere di salumi.

Sono interessanti anche le vetrine aperte sul pubblico, dove magari preparare il gelato (sono più frequenti) o un cocktail, proponendolo ai clienti all'esterno come se fosse un po' un locale street food. La vetrina, aperta o chiusa, è un varco per parlare ai clienti fuori di quello che troveranno dentro, e quindi è molto importante, così come importante è la vostra vetrina virtuale, cioè la homepage del vostro sito web o della vostra pagina Facebook. Ciò che si vede racconta il vostro carattere, anticipa l'esperienza che siete in grado di creare: provate a riflettere su questa opportunità, e cominciate

a sperimentare qualche idea.

8) Merchandising dell'insegna: imparate dalle gelaterie artigianali o dalle pasticcerie più famose e più brave della vostra città, e provate ad andare anche oltre; fatevi realizzare da un bravo grafico un logomarchio, e nella prossima fornitura di accessori per il vostro locale mettete il vostro brand su bicchieri, tovagliette, sui packaging da asporto come sacchetti, bicchieri di carta, scatole e imballaggi per le confezioni regalo e per l'home delivery.

Per i bar più caratterizzati e con i clienti più affezionati, si può pensare anche a regalare ai clienti oggetti brandizzati come portachiavi, cover del cellulare, ombrelli, penne – certamente questa è una buona idea per bar con personalità forti e molto amate dai clienti. Suggeriamo di non esagerare con la visibilità della marca, e di rendere piacevole l'utilizzo di questi oggetti, che per voi saranno occasione di passaparola e visibilità gratuita.

**Roberta Parollo**

# saturnia

litografica editrice

LITOGRAFICA EDITRICE SATURNIA S.N.C.

Via Caneppele, 46 - 38121 TRENTO  
Tel. 0461 822636 - 822536 - Fax 0461 822624  
info@editricesaturnia.com

## IL MASTER

# 33 Trentodoc: alla scoperta delle bollicine di montagna

Un momento formativo dedicato ai soci dell'Associazione ristoratori del Trentino organizzato in collaborazione con Seac Cefor

L'Associazione Ristoratori del Trentino organizza, in collaborazione con SEAC CEFOR, Istituto Trento Doc e Roberto Anesi Miglior Sommelier d'Italia 2017, la seconda edizione del Master 33 – Trentodoc, un momento formativo riservato agli associati, con l'obiettivo di approfondire e conoscere un prodotto dell'eccellenza Trentina come il TRENTODOC.

Il percorso è strutturato in tre moduli durante i quali si andranno ad approfondire i principali argomenti inerenti al mondo del Trentodoc. Rapido ed approfondito, ogni modulo termina con una degustazione attinente ai temi trattati, questo per permettere ai partecipanti di immergersi nelle singolarità di ogni calice degustato. Il Master è un viaggio nel panorama della bollicine di montagna, al termine del quale si acquisirà una visione ampia ed approfondita delle diverse sfaccettature del territorio e dei suoi prodotti, della storia di tutti i protagonisti del Trentodoc. Grazie alle numerose visite incantina, chiacchierate con i produttori, raccolta ed elaborazione del materiale, Roberto Anesi ha ideato e realizzato questo Master di eccellenza dedicato al Trentodoc!

«Il progetto - racconta Anesi - è partito tanto tempo fa, nel mio ruolo di Ambasciatore ufficia-



le del Trentodoc, che ricopro ufficialmente dopo la conquista del titolo "Miglior Sommelier d'Italia 2017". Da curioso conoscitore del territorio ed attento osservatore di questo mondo della bollicine di montagna, ma soprattutto da trentino, sentivo il desiderio di mettere a disposizione quanto raccolto in venticinque anni di visite, studio e degustazioni»w.

Questo il programma con date, orari e costi:

### 33 degustazioni

1-8-15 ottobre

15.00 – 18.00 h

Sede Confcommercio Trentino  
- via Solteri 78, Trento

### PROGRAMMA

Day 1 | Introduzione / Storia del Trentodoc / Personaggi storici / Ambiti produttivi /degu-

**Il percorso è strutturato in tre moduli durante i quali si andranno ad approfondire i principali argomenti inerenti al mondo del Trentodoc**

stazioni inerenti i temi trattati  
Day 2 | Lo Chardonnay di Montagna / Ambiti produttivi / Lieviti, legno e malolattica nel mondo Trentodoc / Il rosè. Stili ed interpretazioni /degustazioni inerenti i temitrattati  
Day 3 | Il Pinot Nero di montagna, il Pinot Bianco ed il Meunier / I non dosati. L'evoluzione del gusto.. e del territorio / Ambiti produttivi / Tendenze, nuovi produttori ed evoluzione del Trentodoc / degustazioni inerenti i temitrattati

I dipendenti delle aziende che versano al Fondo For.te possono usufruire delle agevolazioni loro riservate.

Per info e iscrizioni – segreteria Associazione Ristoratori – 0461.880435 – ristoratori@unione.tn.it



## Nuova Audi A3 allstreet. L'evoluzione dell'essere urbano.

Sospensioni rialzate e sterzo progressivo potenziato per muoverti in città con il massimo dell'agilità.

Dinamismo, innovazione, eccellenza: elementi fondamentali in una città in continua evoluzione, oggi combinati per dar vita a Nuova Audi A3 allstreet. La rinnovata gamma A3 arriva con un modello capace di dimostrare tutto il suo carattere, grazie a sospensioni rialzate per muoversi nel traffico cittadino con il massimo dell'agilità e del controllo. Inoltre, lo sterzo progressivo potenziato conferma la sua personalità dirompente, assicurando la combinazione perfetta tra dinamicità e comfort, per vivere ogni strada da veri protagonisti.

Scopri-la nel nostro Showroom e su [audi.it](https://www.audi.it)

Gamma A3 allstreet. Consumo di carburante (l/100 km) ciclo combinato (WLTP): 5,0 - 5,8. Emissioni CO<sub>2</sub> (g/km) ciclo combinato (WLTP): 123 - 141. I valori indicativi relativi al consumo di carburante e alle emissioni di CO<sub>2</sub> e/o, in caso di modello ibrido plug-in, al consumo di energia elettrica, sono rilevati dal Costruttore in base al metodo di omologazione WLTP (Regolamento UE 2017/1151 e successive modifiche e integrazioni). I valori di emissioni CO<sub>2</sub> nel ciclo combinato sono rilevanti ai fini della verifica dell'eventuale applicazione della Ecotassa/ Ecobonus, e relativo calcolo. Eventuali equipaggiamenti e accessori aggiuntivi, lo stile di guida e altri fattori non tecnici, possono modificare i predetti valori. Per ulteriori informazioni sui predetti valori, vi invitiamo a rivolgervi alle Concessionarie Audi e a consultare il sito [audi.it](https://www.audi.it). È disponibile gratuitamente presso ogni Concessionaria una guida relativa al risparmio di carburante e alle emissioni di CO<sub>2</sub>, che riporta i valori inerenti a tutti i nuovi modelli di veicoli.

### **Dorigoni Trento**

Via di San Vincenzo 42 - 38123 Trento  
Tel. 0461 381200 - [info@dorigoni.com](mailto:info@dorigoni.com)  
[www.dorigoni.com](https://www.dorigoni.com)

### **Dorigoni Rovereto**

Via Parteli 8 - 38068 Rovereto TN  
Tel. 0464 038888 - [info@dorigoni.com](mailto:info@dorigoni.com)  
[www.dorigoni.com](https://www.dorigoni.com)

Scopri  
di più



## SOSTENIBILITÀ NELLA RISTORAZIONE

# Ristoranti sostenibili: i vantaggi di Imprendigreen

La certificazione aiuta i ristoratori a diventare sostenibili, con formazione e vantaggi per attirare clienti attenti all'ambiente

È tempo di guardare oltre il tradizionale modo di fare ristorazione. La scelta consapevole di continuare con vecchie pratiche non solo danneggia l'ambiente, ma rischia di tagliare fuori dal mercato chi persevera. La sostenibilità non è solo una moda, ma una reale necessità. Non si tratta solo di già noti fattori ambientali ma anche di aspetti sociali e di governance. Ignorare quindi una visione d'insieme con i propri colleghi di categoria, trascurare la formazione dei propri collaboratori reprimendo le loro competenze e mancare di trasparenza sull'origine dei prodotti offerti può creare un danno enorme al ristoratore stesso. I consumatori di oggi sono sempre più informati e attenti alle loro scelte, disposti a spendere di più solo a patto che il prodotto o servizio offerto sia frutto di un impegno reale e questo soprattutto nella ristorazione. Un impegno autentico verso la sostenibilità può fare la differenza ed è necessario non sottovalutare i propri clienti: essi sanno cosa vogliono e sono pronti a premiare chi fa le scelte giuste. I ristoratori che oggi hanno già scelto di volgere lo sguardo verso la sostenibilità hanno capito i vantaggi che essa porta, anche se a lungo termine. L'approccio sostenibile non solo aiuta a differenziarsi dal resto del mercato e migliora la gestione delle



attività su più livelli ma necessita che ogni azione comunicata sia verificabile. I clienti, infatti, non perdonano errori su temi così cruciali e la trasparenza è fondamentale per mantenere la fiducia e garantire un futuro diverso e migliore.

Non dimentichiamoci inoltre che essere ristoratori attribuisce un ruolo fondamentale nella sensibilizzazione dei clienti soprattutto verso scelte più sane e responsabili. Adottare pratiche sostenibili e comunicarle in modo efficace può educare i clienti sull'importanza della sostenibilità, creando una comunità più consapevole e impegnata. Quando i clienti comprendono l'impegno del ristorante nei confronti della sostenibilità, ciò va oltre una semplice transazione; diventa un'etica condivisa che rafforza

**I consumatori di oggi sono sempre più informati e attenti alle loro scelte, disposti a spendere di più solo a patto che il prodotto o servizio offerto sia frutto di un impegno reale e questo soprattutto nella ristorazione.**

il legame tra il ristorante stesso e la sua clientela.

Ed è per questa motivazione che la certificazione di Confcommercio Imprendigreen, rappresenta un'opportunità significativa per i desiderosi di distinguersi e di contribuire attivamente a un futuro più sostenibile. Ottenere questa certificazione permette di mostrare ai clienti il proprio impegno verso la sostenibilità migliorando di riflesso la reputazione del ristorante e attirando anche una nuova clientela più attenta a tale aspetto.

È importante oggi non sottovalutare il contesto della nostra epoca caratterizzata da consumatori sempre più a conoscenza dell'impatto ambientale delle loro scelte e maggiormente pronti ad abbracciare il consumo critico. Un ristorante certificato può rappre-

sentare un faro di speranza, per guidarli verso un futuro più verde e responsabile e alla continua ricerca di una nuova tipologia di ristorazione accorta.

### Ma quali sono i vantaggi di cui potrà godere un ristoratore certificato imprendidgreen?

In primis la possibilità di accedere a moduli formativi sviluppati con partner strategici e enti di ricerca di rilievo, come la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa e l'ENEA. Un supporto formativo che aiuterà a migliorare la conoscenza delle normative e a diffondere pratiche virtuose, rendendo più facile l'adozione di misure sostenibili.

Accesso a specifiche convenzioni con enti come ENEA per l'acquisto di tecnologie sostenibili e con istituti di credito per condizioni agevolate su finanziamenti legati alla sostenibilità maturando vantaggi economici che possono senz'altro aiutare nell'implementare pratiche sostenibili senza gravare eccessivamente sul proprio bilancio.

Infine la possibilità di partecipare alla Giornata Nazionale del-



la Sostenibilità, evento must per chi desidera essere al passo con i tempi, un'occasione per premiare le migliori pratiche di sostenibilità e una imperdibile occasione per chi vuole essere aggiornato sulle ultime tendenze e fare networking con i leader di settore.

### Le modalità per ottenere la certificazione?

La compilazione di uno specifico questionario che aiuterà il ristoratore a valutare la propria posizione attuale in termini di sostenibilità e a identificare eventuali aree di miglioramento, ottimo punto di partenza per sviluppare strategie più efficaci e sostenibili che contribuiranno a ridurre i costi operativi attraverso l'efficienza energetica, la gestione ottimizzata dei rifiuti e molto altro ancora.

**Ottenere questa certificazione permette di mostrare ai clienti il proprio impegno verso la sostenibilità migliorando di riflesso la reputazione del ristorante**

Vai alla pagina: <https://imprendidgreen.confcommercio.it/> e scopri le modalità per ottenere il riconoscimento.

La segreteria dell'Associazione – Mattia Zeni 0461.880435 – ristoratori@unione.tn.it è disponibile ad assistere le aziende nella presentazione della domanda di certificazione ad "Certificazione Imprendidgreen!"

Il primo passo verso un futuro sostenibile per migliorare l'immagine del tuo ristorante, offrire strumenti pratici e supporto per un percorso vantaggioso, sensibilizzare i clienti e mantenere la redditività del tuo business."

**Sara Battistella**

*Sustainability specialist di GREEN FUTURE PROJECT ESG e della rete di consulenti Quinto Passo*

Per la Vostra **PUBBLICITÀ** sulle 9.000 copie dell'**UNIONE**



PER TUTTE LE INFORMAZIONI SUI COSTI E MODALITÀ DI ACQUISTO SPAZI PUBBLICITARI  
TRENTO - VIA DELLE MISSIONI AFRICANE, 17 - TEL. 0461.1735555 - studiotn@bazar.it

## SVILUPPO TURISTICO

# Turismo: nuove costruzioni alberghiere in zone agricole

La Provincia di Trento propone modifiche urbanistiche per stimolare nuovi investimenti alberghieri in aree agricole, rispondendo alle sfide del settore per migliorare l'offerta turistica

Durante la riunione consiliare per approvare le variazioni al bilancio della Provincia, sono emersi due temi principali: gli adeguamenti delle indennità dei consiglieri e la modifica urbanistica che permetterà la costruzione di nuovi alberghi in zone agricole, a condizione che siano di alta qualità. Tralasciando il primo punto, mi concentrerò sul secondo, che è strettamente legato a una visione del turismo non univoca. Partiamo dai dati forniti dall'ufficio statistica della Provincia di Trento. Dall'anno 2000, abbiamo oggi 183 alberghi e circa 3000 letti in meno. Tuttavia, ci sono 25 mila letti in più tra strutture extra-alberghiere e seconde case, a cui si aggiungono quelli negli alloggi per turisti, in forte aumento negli ultimi anni e in parte ancora non contabilizzati. La Provincia ha da sempre puntato su un modello turistico basato su seconde case e strutture extra-alberghiere piuttosto che su alberghi. Attualmente i letti alberghieri rappresentano solo il 18% dell'offerta ricettiva trentina, mentre in Alto Adige, per fare un confronto a noi vicino, il 64% dei letti è negli esercizi alberghieri.

Ha senso, quindi, considerare gli alberghi in Trentino come responsabili di un eccessivo consumo del territorio e



del fenomeno dell'overtourism? Da sempre gli alberghi sono indicati come i responsabili degli aspetti negativi del turismo e vincolati da molteplici impedimenti non ultimi urbanistici. In realtà oggi abbiamo meno letti alberghieri rispetto a vent'anni fa, ma indubbiamente qualche problema in più che evidentemente non si può imputare al comparto alberghiero.

Nel comparto certamente è aumentata la qualità dell'offerta, con un maggior numero, rispetto a qualche decennio fa, di alberghi a 3 e 4 stelle e qualche 5 stelle, a fronte di un calo degli alberghi a 1 e 2 stelle. Gli investimenti sono stati indirizzati

**Oggi abbiamo meno letti alberghieri rispetto a vent'anni fa, ma indubbiamente qualche problema in più che evidentemente non si può imputare al comparto alberghiero**

soprattutto verso ristrutturazioni e riqualificazioni, piuttosto che nuove costruzioni, con un aumento dei volumi esistenti, ma pochi nuovi stabilimenti. La media dei letti per azienda è di 63, che si riduce a 33 negli alberghi a 1 e 2 stelle, evidenziando un limite nella capacità di affrontare un turismo moderno, che richiede strutture ampie e di alta qualità per ammortizzare i costi e offrire gestioni migliori. Consideriamo però che con il 22% degli alberghi trentini classificati a 1 e 2 stelle, si pone un problema per queste strutture che dovranno affrontare sempre più difficoltà per competere sul mercato.

I dati mostrano inoltre che

in Trentino ci sono solo 7 alberghi a 5 stelle, contro i 53 dell'Alto Adige. Non che questo sia per forza un risultato a cui tendere, ma con questa situazione, sarà difficile mantenere un'immagine di qualità e continuare a ottenere i risultati attuali, mentre la domanda cresce anche in termini di qualità richiesta. Il nostro territorio ha poche strutture a 5 e 4 stelle, molte altre di qualità media e numerose da adeguare ai nuovi standard. Puntare solo sulla ristrutturazione di aziende con volumi edili ridotti e spesso in zone non espandibili non è una strategia vincente. Molte piccole strutture nei prossimi anni rischiano quindi di unirsi agli alberghi già chiusi da anni, per mancanza di risorse economiche e spazi adeguati.

Parlando degli alberghi chiusi, spesso considerati una soluzione alla qualificazione del settore, è utile visitarli per rendersi conto che, salvo rare eccezioni, sono di dimensioni ridotte e in posizioni turisticamente poco attrattive. È impensabile che si possano trovare finanziamenti per attivare immobili di queste caratteristiche. Gli alberghi moderni richiedono spazi, volumi e qualità, e quindi grandi capitali d'investimento, che mancano nella nostra Provincia, a differenza di altre aree del Paese e dell'Alto Adige. Negli ultimi dieci anni in Trentino sono nate poche nuove strutture, non per mancanza di attrattiva turistica, ma per l'assenza di zone urbanistiche adeguate a nuove costruzioni



alberghiere e quindi capaci di attrarre capitale. La proposta della Giunta provinciale mira dunque a risolvere questo problema, promuovendo nuovi investimenti alberghieri.

C'è anche da chiedersi se il modello alberghiero attuale, basato su strutture a conduzione familiare, non mostri segni di cedimento, visti i problemi di ricambio generazionale, figli che non vogliono fare il lavoro dei genitori e crisi familiari varie. È forse necessario dunque un nuovo modello, che favorisca sinergie tra le piccole strutture, allievi il carico lavorativo e offra opportunità ai giovani e organizzi l'offerta dei piccoli alberghi in maniera congiunta.

Oggi il turismo si orienta verso la sostenibilità, un concetto che include obiettivi complessi che solo nuove strutture con un'organizzazione di tipo industriale possono raggiungere in tempi ragionevoli. Affidarsi all'attuale sistema alberghiero rende tutto più difficile, indipendentemente dalla buona volontà degli esercenti. Dimensioni, economie di scala e collaborazione sono essenziali per raggiungere questi obiettivi. In questo contesto rientra anche una più stretta siner-

**Oggi il turismo si orienta verso la sostenibilità, un concetto che include obiettivi complessi che solo nuove strutture con un'organizzazione di tipo industriale possono raggiungere in tempi ragionevoli. Affidarsi all'attuale sistema alberghiero rende tutto più difficile, indipendentemente dalla buona volontà degli esercenti**

gia fra turismo e produzione locale, in particolare agricola che da un innalzamento della qualità trae benefici maggiori da politiche aziendali volte alla valorizzazione del territorio come offerta di qualità. Il sacrificio pertanto, al momento ipotetico, di qualche ettaro di campagna o di bosco, non sarà inutile ma finalizzato al miglioramento della futura offerta turistica trentina.

Sorprende quindi la reazione politica ai cambiamenti proposti. Come già avvenuto con il dibattito sugli alberghi chiusi, ora si teme che la possibilità di costruire in zone agricole porti a un'urbanizzazione incontrollata. Considerando i costi e la complessità delle operazioni, se nei prossimi dieci anni si vedranno alcuni nuovi progetti, sarà già un buon risultato.

Infine, va sottolineato che il turismo alberghiero è fondamentale per sostenere l'economia, più di altre forme di ricettività. Vari studi dimostrano che l'economia turistica, pur essendo vasta, è principalmente sostenuta dagli alberghi. Spero che almeno su questo concetto si sia tutti d'accordo.

**Enzo Bassetti**

Vicepresidente Unat - Confcommercio Trento

OBBLIGO DI ADESIONE ALL'ARCHIVIO NAZIONALE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

# Archivio nazionale delle strutture ricettive: obbligo da non trascurare

Entro il 28 ottobre tutte le strutture ricettive devono ottenere il codice univoco nazionale (CIN), pena sanzioni e possibili esclusioni dai portali di vendita

Nel dicembre scorso il Ministero del Turismo ha introdotto una nuova norma che prevede la creazione di un archivio nazionale delle strutture ricettive. L'argomento è stato oggetto di specifiche comunicazioni da parte di UNAT.

Torniamo sull'argomento a causa della sua importanza e dell'obbligatorietà di adempiere a quanto previsto. Il provvedimento ha l'obiettivo di censire le strutture turistiche e monitorare tutte le unità immobiliari date in affitto, inclusi gli appartamenti ad uso turistico. In particolare, per questi ultimi sono previsti strumenti obbligatori, come dispositivi per la rilevazione di gas combustibili, monossido di carbonio e la presenza di estintori.

Nelle intenzioni del legislatore l'obiettivo è migliorare la trasparenza nei confronti dei turisti, garantendo che le strutture presenti sul mercato siano riconosciute e certificate dall'ente pubblico. Si tratta anche di un mezzo per aiutare le autorità a identificare con certezza le strutture ricettive, combattere l'abusivismo e facilitare i controlli.

È vero che in diverse Regioni esisteva già una banca dati in materia ma non ovunque. Questa iniziativa mira a uniformare la raccolta dei dati e a coprire l'intero Paese. In Tren-



tino, ad esempio, pur non essendo previsto un codice specifico per le strutture alberghiere ed extralberghiere, già disciplinate da leggi provinciali e presenti in elenchi pubblici, esisteva un codice di riconoscimento per gli appartamenti turistici,

## Istruzioni su [www.unat.it](http://www.unat.it)

Segnaliamo ai soci che non avessero ricevuto la comunicazione inviata sia alle strutture alberghiere che extralberghiere sono disponibili sul sito [www.unat.it](http://www.unat.it) per i soci registrati le relative istruzioni con tutti i dettagli per procedere all'ottenimento del codice CIN.

il CIPAT. Quest'ultimo sarà ora sostituito dal codice nazionale e tutte le strutture verranno dotate di un codice univoco nazionale. La procedura per ottenere il codice avviene collegandosi alla piattaforma disponibile all'indirizzo <https://bdsr.ministeroturismo.gov.it/>

Il processo è iniziato mesi fa in maniera graduale, coinvolgendo le regioni un po' alla volta, per rendere più fluidi gli accessi al portale.

Per la nostra provincia l'apertura alle richieste è avvenuta il 28 agosto e ci sono 60 giorni di tempo per completare la procedura. Sono previste sanzioni per chi non ottempera all'obbligo e anche per chi, una volta



## UNAT ADERISCE AL PROGETTO TRENTINO PER TUTTI E ALLA CERTIFICAZIONE MARCHIO OPEN

Entro il 30 settembre 2024 è previsto un contributo dei costi del verificatore

ottenuto il codice, non lo pubblicizza.

È infatti richiesto che il CIN sia utilizzato in alcune attività, come l'esposizione all'esterno della struttura e l'indicazione in tutti gli annunci online e offline dell'azienda. Questo significa che deve essere riportato sul proprio sito, su ogni materiale promozionale e su eventuali presenze in portali di terzi, come quelli di promozione e vendita (es. APT o Booking). Inoltre, al di là di questo obbligo, tour operator e portali di vendita online hanno già iniziato a richiedere il CIN alle strutture ricettive clienti, per evitare sanzioni. Ciò implica che alcune di queste piattaforme potrebbero escludere dalla vendita le strutture che non forniscono il codice.

Pertanto è consigliabile eseguire tempestivamente questa nuova procedura, senza aspettare l'ultimo giorno utile, e applicare con attenzione tutti gli obblighi di utilizzo.

UNAT è a disposizione dei soci per ulteriori approfondimenti o assistenza nella procedura di richiesta. Un'ultima raccomandazione: l'accesso (tramite SPID) al portale porta a una scheda in cui sono riassunti i dati della struttura, già forniti dalla Provincia al sistema nazionale. Anche per questo la procedura in verità è molto semplice: una volta verificati i dati basta confermarli. Se però i dati non fossero del tutto corretti invitiamo a sospendere la procedura e contattare l'associazione per valutare il miglior modo di procedere.

Enzo Bassetti

UNAT partecipa costantemente ai vari tavoli di lavoro promossi a livello provinciale che rappresentano un momento di confronto e dialogo tra l'Amministrazione e gli attori del mondo economico territoriale.

Tra questi va sicuramente menzionato il "Progetto Trentino Per Tutti", già vincitore di un bando promosso dal Ministero per le Disabilità, che persegue l'obiettivo di promuovere una cultura inclusiva nello sviluppo del turismo rendendo l'intero territorio provinciale accessibile a tutti, indipendentemente dalle abilità fisiche, cognitive o sensoriali.

In tale contesto, attraverso la Certificazione "Marchio Open", si intende rendere il Trentino una destinazione di qualità per tutte le persone con disabilità, con strutture, servizi ed esperienze pensate per loro, facendo dell'inclusione un carattere distintivo del nostro territorio.

Non bisogna dimenticare che nel 2026 il Trentino ospiterà alcune gare dell'evento olimpico "Milano Cortina 2026" ed è quindi necessario farsi trovare pronti a questo appuntamento proponendo agli ospiti strutture ricettive accessibili ed inclusive.

Le Olimpiadi e le successive Paralimpiadi costituiscono infatti un elemento catalizzatore del cambiamento, promuovendo progetti di accessibilità che miglioreranno la qualità della vita di tutti i cittadini, senza distinzioni.

Il Marchio Open richiede qualità dell'accoglienza, infrastrutture e servizi dedicati per le persone con disabilità fisica, sensoriale, intellettuale ed agli anziani e alle famiglie intergenerazionali. Questi requisiti devono essere verificati da un «Verificatore Marchio Open» accreditato e iscritto in apposito Registro. Le prime strutture che otterranno la Certificazione Open saranno sostenute economicamente mediante la concessione di un contributo legato alla tariffa da applicare per l'attività del Verificatore accreditato e nel limite massimo di euro 600,00.

La Provincia mette infatti a disposizione, entro il 30 settembre 2024, un contributo a copertura dei costi di questo intervento. Questa



attività precederà l'audit dei verificatori e ha l'obiettivo di supportare le strutture ricettive nel valutare il proprio "grado di accessibilità" e avviare il processo di valutazione vero e proprio. Si tratta in buona sostanza di un'attività di affiancamento per

la mappatura dei requisiti richiesti dai disciplinari "Marchio Open".

La prima fase riguarda appunto la preanalisi dei requisiti in cui va verificato in autonomia il livello di accessibilità della propria struttura.

Nella seconda fase si sottopone la propria struttura ad una verifica volta a dimostrare il possesso dei requisiti normativi, criteri obbligatori e requisiti migliorativi in riferimento al Disciplinare di ambito per il tipo di attività.

Superato l'audit di certificazione, bisogna compilare l'apposito modulo Domanda di Rilascio Certificazione Marchio Open richiedendo il rilascio del Marchio Open all'Agenzia della Coesione Sociale della Provincia autonoma di Trento.

Quest'ultima comunica l'esito entro 60 giorni dal ricevimento della domanda. Qualora l'istruttoria abbia avuto esito positivo, l'Agenzia rilascia la certificazione del Marchio Open, abilita l'organizzazione all'utilizzo del Marchio Open e provvede d'ufficio ad iscrivere la struttura nell'apposito Registro pubblico.

Per conoscere tutti i dettagli del progetto suggeriamo di visitare il questo sito: <https://www.trentinofamiglia.it/Certificazioni-e-reti/Marchio-Open>

Siamo convinti che la certificazione del marchio Open possa contribuire a diffondere una nuova mentalità nel panorama turistico trentino, un nuovo approccio capace di prestare il massimo ascolto alle aspettative del cliente qualunque esse siano. Per dedicare poi la giusta attenzione e il dovuto impegno per soddisfarle nel migliore dei modi: è un innovativo concetto di qualità turistica, la cui accessibilità e fruibilità da parte di tutti sono parte integrante e imprescindibile, caratterizzato da soluzioni progettuali, tecnologiche e strumentali adeguate e piacevoli anche dal punto di vista estetico.

# Firmato il nuovo CCNL firmato da Federalberghi e FAITA-Federercamping

L'accordo, sottoscritto dopo quattro anni di trattative, introduce novità per aziende e lavoratori

Dopo quattro anni di trattative, lo scorso 5 luglio è stato sottoscritto l'accordo per il rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti del settore Turismo, che sostituirà il precedente contratto scaduto nel dicembre 2018 e che resterà in vigore fino al 31 dicembre 2027, firmato da Federalberghi e FAITA-Federercamping, con la partecipazione di Confcommercio, insieme alle organizzazioni sindacali dei lavoratori Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl e Uiltucs-Uil.

Soddisfatto **Alberto Granzotto, Presidente di FAITA**: “Siamo felici di essere finalmente giunti alla firma di questo accordo che mancava da molti anni e che rappresenta un fondamentale fattore di sviluppo insieme alla sostenibilità e alla digitalizzazione. Sono soddisfatto da imprenditore e da rappresentante della categoria. È un risultato importante che ci stimola a fare meglio e di più, imprese e addetti, per far crescere il nostro segmento in maniera più marcata, accogliendo e formando le nuove leve che costituiranno l'asset principale ed imprescindibile del futuro sviluppo”.

## A chi si applica

L'accordo appena sottoscritto si applica ai **lavoratori delle aziende turistiche**: personale occupato in alberghi, villaggi



turistici, campeggi, ostelli, bed and breakfast, case e appartamenti per vacanze e, più in generale, in tutte le attività turistico ricettive, alberghiere ed extralberghiere.

Secondo i dati ufficiali **INPS**, si tratta di **circa 290 mila lavoratori** (410 mila in periodi di alta stagione), occupati presso più di 28.000 datori di lavoro. Secondo i dati **CNEL**, il CCNL appena rinnovato è altamente rappresentativo dei lavoratori del settore, essendo applicato a più dell'81% dei dipendenti del comparto turistico ricettivo. Secondo **FAITA**, il settore **open-air** **impegna circa 100.000 addetti**, di

**Il CCNL appena rinnovato è altamente rappresentativo dei lavoratori del settore, essendo applicato a più dell'81% dei dipendenti del comparto turistico ricettivo**

cui 50.000 diretti.

## Le novità per i lavoratori

L'accordo di rinnovo del CCNL Turismo ha stabilito un **aumento dei salari**, definendo i nuovi valori retributivi, fermi dal 2016. L'aumento sarà erogato gradualmente: per i lavoratori inquadrati al quarto livello, la prima tranche, pari a 70 euro, sarà pagata con la retribuzione del mese di luglio 2024; l'ultima arriverà a novembre 2027 (raggiungendo così un aumento complessivo di 200 euro).

Altra importante novità è l'introduzione di **nuove qualifiche**, resasi necessaria per restare al passo delle evoluzioni del mercato del lavoro. Entrano

così a far parte ufficialmente del quadro giuridico le qualifiche **legate alle attività di wellness, food and beverage, nuove tecnologie, marketing e social media management**. Per esempio, nell'ambito delle attività di wellness e termali, sono state introdotte le nuove figure di coordinatore della spa, dietista, personal trainer, operatore di assistenza termale e addetto al centro benessere.

Un'attenzione particolare è stata dedicata ai **giovani** e alle **donne**. Per i giovani che entrano in azienda sono stati definiti dei **percorsi di carriera** che prevedono il passaggio al livello superiore dopo quindici mesi di servizio sia per gli addetti al food and beverage sia per gli addetti all'animazione.

Per le lavoratrici (che rappresentano il 55% della forza lavoro nel settore,) sono stati **migliorati i benefici concessi ai genitori** durante i periodi di congedo obbligatorio e facoltativo, con ricadute positive su tredicesima, quattordicesima, ferie e permessi. Per le **donne vittime di violenza**, l'accordo amplia le tutele, prevedendo 3 mesi più ulteriori 3 mesi di congedo retribuito al 100% per le lavoratrici **inserite in percorsi di protezione** debitamente certificati dai servizi sociali del Comune di residenza, dai centri antiviolenza o dalle case rifugio.

Cambia anche la disciplina contrattuale dei **contratti a termine**: che diventano **prorogabili oltre i 12 mesi**, ma fino a **un massimo di 24**, in determinate ipotesi individuate dal CCNL. Ciò riguarda ad esempio



## Forum Open Air Faita

A Roma, il 28 e 29 ottobre 2024

FAITA-FederCamping nei giorni del 28 e 29 ottobre organizzerà il **primo Forum italiano dedicato interamente al comparto dell'ospitalità all'aria aperta**. In quell'occasione si terrà anche l'annuale **Assemblea Nazionale della Federazione**, che negli ultimi anni si era svolta alla **fiera di Rimini** e che sarà aperta anche alle imprese non associate.

Questo evento di due giorni è stato concepito come **piattaforma di confronto e aggiornamento** per i 2.600 imprenditori italiani del settore e per **discutere le principali tematiche** della filiera. Il Forum di FAITA vedrà la partecipazione di stakeholder di primo piano, soggetti istituzionali di riferimento, aziende leader e importanti attori del settore. Nell'area dedicata alle **aziende partner** verranno presentati servizi e prodotti di interesse per gli operatori del settore.

Oltre agli eventi principali, l'evento includerà **attività formative e informative**, integrando i lavori in plenaria. Queste sessioni sono state progettate per offrire ai partecipanti strumenti pratici e conoscenze aggiornate per **affrontare le sfide del settore** e migliorare le loro competenze professionali. La **formazione continua** è infatti un elemento chiave per mantenere alto il livello di competitività delle imprese del turismo open-air.

**Link per iscrizioni e programma consultabili sul sito <https://federcamping.it/>**

i **grandi eventi** che si terranno in Italia nei prossimi anni, come il Giubileo del 2025 e le Olimpiadi invernali del 2026.

### Le novità per le aziende

Il nuovo CCNL porta con sé delle novità anche per le aziende del settore turistico. Innanzitutto, le aziende avranno la possibilità di **sviluppare percorsi di reinternalizzazione degli appalti**, mirati a migliorare la qualità del servizio offerto ai clienti e a incrementare la stabilità dei rapporti di lavoro.

Quanto all'assegnazione dei **premi di risultato** (normalmente connessi a connessi a incrementi di produttività, competitività, qualità e redditività) potrà scattare anche in base al **criterio del giudizio della clientela**, indice che sarà **misurato tramite il tasso di fidelizzazione e le recensioni certificate**. L'accordo ha inoltre potenziato il **contributo destinato ai fondi di assistenza sanitaria integrativa** di categoria (Fast e Qu.A.S), con l'intento di offrire ai lavoratori del settore **una rete di protezione** ancora più efficace.

L'ANALISI

# Settembre: tempo di bilanci estivi per le agenzie viaggi trentine

Tra rincari, preferenza per mete meno blasonate e nuovi trend turistici, l'estate 2023 conferma il mare come destinazione principale

Una stagione che ha ricalcato l'andamento estivo consueto per i trentini in viaggio, ma con qualche nota interessante da evidenziare.

La fascia media con le famiglie rimane fedele alla vacanza estiva, ma è stata penalizzata dal rincaro soprattutto dei villaggi, ristorazione e servizi a cui si aggiunge quello dei voli tra aumenti, cancellazioni, ritardi e mancata assistenza.

Per spendere meno si è optato per mete meno blasonate prenotando con largo anticipo e preferendo periodi meno congestionati.

In Italia siamo legati alle vacanze scolastiche concentrate in estate, ma giugno e settembre stanno piacendo molto.

La permanenza media è stata di una settimana a dimostrazione che alla vacanza non si rinuncia, ma si preferisce ridurre qualche giorno.

Seppur agosto si conferma il mese preferito e più caro, luglio non è da meno, a fronte dell'aumento della domanda anche i prezzi si stanno allineando al periodo di altissima stagione.

Il mare resta la meta prediletta, c'è una propensione alle vacanze outdoor e agli agriturismo.

Seguono le città d'arte e un ri-



torno dei giovani alla montagna. La fascia medio-alto spendente non demorde ed ha incrementato la domanda di tour importanti, viaggi culturali con una spesa media elevata a conferma che la forbice si sta sempre più allargando.

Settembre e l'autunno più in generale, sono molto richiesti, ma l'invito è di non prenotare sotto data nella speranza di spendere meno.

Le mete sono le consuete: il Mediterraneo, le isole a Sud Italia, il Mar Rosso anche se ha avuto una flessione considerevole.

Estate a parte, noi siamo già

**La permanenza media è stata di una settimana a dimostrazione che alla vacanza non si rinuncia, ma si preferisce ridurre qualche giorno**

proiettati al lungo raggio invernale e alle mete esotiche.

Capodanno è sempre gettonato e ormai da mesi si stanno confermando importanti vacanze, le mete preferite rimangono Zanzibar, Kenya, Sud Africa, Maldive, gli USA e qualche Polinesia.

Novità l'Algeria un viaggio tra natura e cultura che va programmato per tempo, una valida alternativa a Marocco e Giordania.

«Le nostre agenzie incoming - afferma la presidente Sandra Paoli - rappresentano 1/3 del business generato dalle agen-

LAVORO

## Rinnovo CCNL AGENZIE VIAGGI

Il 26 luglio 2024, dopo 13 ore di contrattazione, è stato sottoscritto tra la FIAVET (Federazione Italiana Associazioni Imprese Viaggi e Turismo) e le organizzazioni sindacali Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil il CCNL il rinnovo per i dipendenti delle imprese di viaggi e turismo, non trovando il recepimento di tutte le modifiche normative proposte da Fiavet.

La presidente Sandra Paoli a nome della nostra regionale ha dato voto favorevole, ma pur riconoscendo il lavoro fatto dai delegati con professionalità e competenza, si è dichiarata non pienamente soddisfatta del risultato che a fronte della parte economica accordata non è stato ricompensato nella parte contrattuale dalla parte sindacale.

Le agenzie viaggi sono prevalentemente piccole imprese che hanno sofferto più di



tutti nel periodo Covid: l'attuale marginalità ridotta, il costo del tempo/lavoro per operare si è decuplicato, associato a molta più burocrazia da seguire e anche concorrenza sleale nata proprio in pandemia.

Nonostante ci sia un ritorno all'agenzia di viaggi e dunque una evidente richiesta di nuove risorse adeguate in hard skill e soft skill, è necessario creare i presupposti per la parte datoriale volti ad offrire un lavoro più accattivante e sostenibile con le esigenze delle nuove generazioni.

zie viaggi in Trentino, ci confermano che la stagione si sta allineando alla precedente anche se va segnalato che la capacità di spesa per il mercato domestico ha influito sulle scelte della vacanza spostandola l'attenzione sull'extra alberghiero. Siamo soddisfatti in ogni caso per l'andamento che viene abbondantemente compensato dal mercato internazionale più incline alle stagioni autunnali».

«Due le novità: una presenza maggiore di tedeschi che hanno preferito il Trentino a scapito dell'Alto Adige perché con proposte più competitive. Forte interesse arriva da nuovi mercati: Emirati Arabi, Canada e Bulgaria che chiedono strutture di qualità. Le prenotazioni per l'inverno sono già oltre le aspettative spalmate soprattutto su

Campiglio e Canazei. La notorietà della destinazione fa la differenza sulla scelta».

«La richiesta verso le stagioni "belle, ma meno frequentate" si intensifica anche grazie all'offerta sempre molto articolata

tra eventi, enogastronomia, natura e cultura. Anche il clima è un fattore determinante per la scelta, seppur ci abbia penalizzati a inizio estate ora ci sta regalando un fine estate e un autunno da godere a pieno».

[www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it)

L'INFORMAZIONE QUOTIDIANA  
PER LA TUA IMPRESA



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
TRENTINO



# TU NEL TURISMO



## Oltre 70 corsi **GRATUITI** per scoprire nuovi orizzonti per il tuo futuro!

Per saperne di più ritira il nostro opuscolo da:  
*sede Ebtt, sindacati, associazioni datoriali,  
centri per l'impiego oppure scansiona  
il QR code e visita il nostro sito.*



Ente Bilaterale  
Turismo del Trentino

Dal 1992 impegnata per la crescita e la professionalità  
di chi lavora nel settore del turismo

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



www.ebt-trentino.it

AUTOTRASPORTO



# Il trasporto su gomma in crisi in Italia

## A rischio la consegna delle merci che per l'80% viaggia su gomma

È emergenza per l'autotrasporto conto terzi nel nostro paese e si preannuncia un futuro ancor più disastroso.

La carenza di autisti ormai endemica sta procurando nel nostro Paese ma anche nell'Europa occidentale un serio problema al mondo dell'autotrasporto su gomma.

Numerosi i fattori che hanno influito. L'invecchiamento della popolazione e la prossimità alla pensione di molti autisti, ma anche purtroppo la disaffezione dei giovani a tale mansione un tempo sicuramente faticosa ma oggi giorno con l'alta tecnologia che esiste sui mezzi di trasporto non è più così.

Negativamente hanno influito anche le campagne denigratorie verso il settore, anche per le politiche Green che ne hanno minato l'appeal.

E non parliamo di soli aspetti economici in quanto oggi la remunerazione del personale viaggiante ha raggiunto valori pari a quella dei quadri aziendali. Ma, non esistono istituti professionali che prevedono questo percorso di studio. In passato il servizio militare ha formato tantissimi autisti cosa che oggi non accade più.

Anche gli autisti dell'est che negli anni duemila emigrarono in Italia attratti dal trattamento economico e dal basso costo della vita nel loro paese, oggi



con un valore parificato di questi fattori sono rientrati.

Da non dimenticare poi che il conseguimento della patente per autoveicoli categoria C e la conseguente CQC carta di qualificazione del conducente ha dei costi molto elevati che non tutti possono affrontare.

Questa difficile situazione ha portato ad una tempesta perfetta.

Si sta delineando una riduzione del numero delle imprese di autotrasporto in Italia che non riescono a soddisfare le esigenze del mercato. Se poi sommiamo alla mancanza di personale viaggiante l'elevato costo del lavoro dovuto all'incidenza degli oneri sociali e delle imposte,

**Si sta delineando una riduzione del numero delle imprese di autotrasporto in Italia che non riescono a soddisfare le esigenze del mercato**

cosa che nelle imprese di trasporto dell'est sono favorite da una paga di base ridotta, avendo così la possibilità di compensare la differenza remunerativa con l'entità di trasferta che sono detassate, la competitività delle imprese di autotrasporto italiane è pressoché nulla. Per non parlare dei divieti settoriali e della permeabilità dell'arco alpino e della annosa quanto spinosa problematica della copertura sanitaria attraverso il modello A1, degli autisti stranieri residenti nel loro paese ma assunti regolarmente in Italia.

Questi elementi stanno portando a una crescita di grandi aziende di autotrasporto nei paesi dell'est proprio grazie alla disponibilità di autisti ed ai minori costi di gestione e stanno impoverendo l'autotrasporto su gomma del nostro paese.

Le soluzioni a nostro avviso vanno in più direzioni. Dovremmo utilizzare delle politiche che permettano nuovi ingressi di lavoratori stranieri per questa emergenza autisti ma soprattutto adottare politiche più previdenti per formare giovani italiani ed europei a questa mansione.

Si deve creare una formazione e una sensibilizzazione che permetta di formare nuovi autisti, utilizzando gli istituti professionali e creando dei corsi formativi ad hoc.

Ma il tempo ormai è scaduto.

## L'EVENTO

# Giovani Imprenditori: SHARE-IT OLBIA 2024

La delegazione Trentina ha preso parte all'evento promosso dal gruppo giovani imprenditori Confcommercio tenutosi ad Olbia il 24 e 25 giugno 2024

Il Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Trentino, rappresentato dal Presidente **Paolo Zanolli** dalla vicepresidente **Eleonora Angelini** e da Consigliere **Damiano Odorizzi**, ha partecipato con grande entusiasmo alla decima edizione di ShareIt, l'importante meeting organizzato dal Gruppo Giovani Imprenditori Nazionale di Confcommercio ospitato quest'anno in Sardegna nella città di Olbia. L'evento, come da tradizione del format, ha offerto numerosi momenti di riflessione e di approfondimento su alcuni temi cruciali per l'imprenditoria giovanile, quali la formazione interna, l'accesso al credito, la green economy e gli strumenti e incentivi per gli imprenditori under 35.

Sicuramente uno dei momenti più rilevanti è stata la lezione in collegamento diretto con il Prof. **Julian Birkinshaw** (in collegamento da Londra), intitolata "Fast Forward". Il prof. Birkinshaw ha sottolineato l'importanza di far evolvere e adattare continuamente le proprie aziende in risposta ai cambiamenti esterni. I partecipanti hanno inoltre approfondito argomenti come il rapido mutamento dei mercati, la necessità di formare piccoli gruppi specializzati all'interno delle grandi aziende e le influenze social sulle tendenze dei consumatori.



In particolare molta attenzione è stata dedicata all'intensificazione degli scambi culturali tra nord e meridione del Paese e alle difficoltà imprenditoriali specifiche delle diverse realtà nazionali.

Come già in altre occasioni i lavori del convegno, anche per voce del Presidente Confederale **Carlo Sangalli** hanno ripresentato anche l'annoso tema del preoccupante fenomeno delle chiusure aziendali, che ha visto la scomparsa di oltre 165.000 imprese under 35 negli ultimi anni. Tale fenomeno oltre a rappresentare un indebolimento

**Molta attenzione è stata dedicata all'intensificazione degli scambi culturali tra nord e meridione del Paese e alle difficoltà imprenditoriali specifiche delle diverse realtà nazionali**

del Pil è lo spunto per riflettere su quali siano le politiche ed i sistemi di welfare a disposizione della giovane imprenditoria nel ns paese

La partecipazione a ShareIt 2024 ha rappresentato per il gruppo trentino un'occasione preziosa per svolgere un'attività di aggiornamento, di confronto diretto con le molteplici realtà italiane e per apprendere e trarre ispirazione da esperti e colleghi di tutta Italia

Paolo Zanolli commenta la partecipazione ai lavori del convegno Share-it 2024: «Questi momenti istituzionali, organizzati





## CONSIGLIO PROVINCIALE DEI GIOVANI

LE QUOTE GIOVANI APPRODANO A ROMAIL CPG A PALAZZO CHIGI E CONSIGLIO GIOVANI PER LA NORMA NAZIONALE

Il consiglio provinciale giovani della provincia ha incontrato a Roma lo scorso 18 Luglio la direzione per le Politiche giovanili del Consiglio dei Ministri per una riunione tecnica con la dott.ssa Rosaria Giannela dirigente del dipartimento politiche giovani e servizio civile universale e il coordinatore del servizio presso Palazzo Chigi Angelo Trovato Spanò. È stato poi siglato l'accordo di collaborazione con il Consiglio nazionale dei Giovani, tra la presidente nazionale Maria Cristina Pisani e la presidente trentina Eleonora Angelini per inserire anche il CPG nell'organizzazione nazionale che si occupa di report sulla condizione giovanile, proposte di Legge, rapporti con il Governo e la Commissione Europea. L'obiettivo di questi incontri è stato quello di promuovere ed analizzare dal punto di vista tecnico l'inserimento della legge sul ricambio generazionale nelle società pubbliche approvata il 6 giugno all'unanimità dal consi-

glio provinciale di Trento, anche a Roma, attraverso la prossima Legge Quadro che coinvolge più Ministeri da quello per lo sport e i giovani guidato da Andrea Abodi a quello del Ministero del Made in Italy di Adolfo Urso. Proprio in riferimento a quest'ultimo è seguito incontro presso il Ministero per analizzare le prospettive di questa proposta di legge per i giovani professionisti e imprenditori. "Siamo felici di poter dire che l'interesse da parte del Governo per questa opportunità dedicata alla nostra generazione sia concreta e rimaniamo a disposizione dell'Ufficio legislativo competente per i prossimi passaggi tecnici. Per la nostra realtà trentina è motivo di orgoglio che ci sprona a continuare a lavorare con impegno per elaborare nuovi percorsi di formazione ed opportunità rivolti agli under 36", dichiara Eleonora Angelini, anche vicepresidente GIT Confcommercio Trentino.

con spirito di network servono ai giovani imprenditori ed ai dirigenti sindacali per prendere coscienza e visione della realtà nazionale e per riaffermare l'impegno della categoria e del Gruppo nel sostenere e promuovere tutte le best practice e le politiche che possono permettere di sostenere la giovane im-

prenditoria, sia a livello locale, ma anche nazionale ed europeo. Il confronto diretto che avviene fra dirigenti sindacali dei Gruppi è inoltre un utile strumento per avere una restituzione in merito alle politiche adottate ed ai risultati istituzionali e politici maturati. Nel caso specifico della Provincia Autonoma di

## PAE -TAVOLO D'IMPRENDITORIA GIOVANILE

PRESENTATA LA DOMANDA PER IL PROGETTO COMUNE POG 2024 DEDICATO ALLA FORMAZIONE DEI GIOVANI IMPRENDITORI

Il 5 agosto u.s. il tavolo d'ambito PAE rappresentato da tutte le associazioni datoriali giovanili si è riunito per concordare la presentazione del progetto comune POG che coinvolgerà le associazioni ed i loro direttivi durante il prossimo autunno per rafforzare lo spirito di rete e la condivisione aperta delle riflessioni sulla giovane imprenditoria.

Il progetto vede la partecipazione al Wired Next Fest Trentino 2024 a Rovereto, il più importante evento gratuito dedicato all'innovazione ed all'impatto delle tecnologie ed una esperienza formativa specializzata sul tema "Come trattenere i talenti in azienda". I momenti formativi saranno completati da momenti di network e degustazione a cui interverranno anche figure di spicco come lo chef stellato Alfio Ghezzi che presenterà un breve seminario dal titolo "La cucina, la tradizione, innovazione e connessione con il mondo".



Trento, il plus dello statuto autonomo permette un'attività politica imprenditoriale ancora più mirata e soddisfacente in termini di risultati e di presupposti economici. Ritengo inoltre che i momenti di network fra imprenditori siano un necessario strumento per la condivisione ed il confronto perché in molti casi esigenze e sensibilità diverse rispetto alle problematiche quotidiane sono il punto di partenza per poter avere una visione ampia ed esaustiva in merito alla politica della nazione».

# Apt Rovereto e Vallagarina: spazio agli imprenditori privati

## Confcommercio non indica propri rappresentanti nel nuovo CdA

Come Confcommercio ed Unione Albergatori del Trentino siamo tra i soci fondatori dell'Apt di Rovereto, Vallagarina e Monte Baldo ed ovviamente la nostra collaborazione non verrà mai meno, ci siamo sempre stati e sempre ci saremo per incentivare e valorizzare il turismo in Vallagarina. Semplicemente, come abbiamo comunicato anticipatamente al presidente **Giulio Prosser**, abbiamo ritenuto che sia arrivato il momento di dare più spazio agli imprenditori privati, che hanno creduto nell'Apt e che hanno aderito in qualità di soci, nel Consiglio di Amministrazione dell'ente, rinnovato nell'assemblea elettiva dei soci del 17 luglio scorso". È il presidente dell'Unione Commercio e Turismo di Rovereto e Vallagarina **Marco Fontanari** a specificare le motivazioni della scelta dell'Associazione maggiormente rappresentativa del terziario in Vallagarina in merito al recente rinnovo delle cariche dell'Azienda per il turismo di ambito: "Riteniamo sia arrivato il momento di dare più spazio ai soci privati per stimolare un cambio di marcia dell'ente: dobbiamo intendere l'Apt non come un assessorato al turismo per i



vari Comuni aderenti ma come motore di promozione turistica per il nostro territorio, capace di promuovere e commercializzare il nostro prodotto turistico sui principali mercati di riferimento e di favorire l'afflusso di turisti; per questo riteniamo giusto siano i soci privati a guidare questa politica che devono portare ricadute concrete su fatturati ed incassi delle nostre aziende".

Sicuramente riguardo al nuovo mandato dell'Apt, che ha visto confermato alla presidenza Giulio Prosser (candidato unico), ci si aspetta di più: a Rovereto la situazione è difficile, ci sono molte azien-

**Dobbiamo intendere l'Apt non come un assessorato al turismo per i Comuni aderenti ma come motore di promozione turistica per il territorio, per promuovere e commercializzare il nostro prodotto turistico sui mercati di riferimento e di favorire l'afflusso di turisti**

de di chiese, un bar vuoto in piazza Rosmini che non si riesce a riaprire, ci si attendeva la riapertura dell'Hotel Flora ed invece è Ancora tutto fermo. Sono convinto che ci siano imprenditori pronti ad investire nella nostra città ma solo se le probabilità di successo sono maggiori di quelle di insuccesso: ad oggi evidentemente in molti non ritengono conveniente investire in questa città oppure valutano che il momento non sia propizio. Non si possono contare i turisti solo sulle percentuali di occupazione degli alberghi, si devono vedere nelle attività economiche della città e portare ricadute concrete".

## EVENTI

## KILOMETRO DEL GUSTO, 10 LE ATTIVITÀ COINVOLTE

In corso il terzo trimestre dedicato alla trota

Una proposta innovativa ed originale, atta a valorizzare tutta la filiera del gusto e della gastronomia di qualità di Rovereto. Il percorso denominato "Kilometro del Gusto" nasce con l'intento di valorizzare, mettendole in rete, realtà imprenditoriali che operano a Rovereto, rappresentando una unicità nel proprio settore.

Nel chilometro o poco più che va dal Mart di Corso Bettini a Palazzo Betta Grillo, nel quartiere di S. Maria, il residente/visitatore può scoprire e conoscere meglio le bellezze museali, culturali e storico-architettoniche della città ed ora, grazie al progetto "Kilometro del Gusto" residenti/visitatori vengono invitati a scoprire le realtà della ristorazione che offrono un servizio di eccellenza, una proposta di qualità e una particolare attenzione all'accoglienza nella ristorazione. Questo con l'obiettivo di favorire la socialità e lo stare bene a tavola.

Quando siamo ormai giunti al terzo trimestre (dedicato alla trota salmonata) sono dieci le realtà imprenditoriali roveretane aderenti al progetto: oltre a ristorante Tema, bar/trattoria Christian, Caffetteria Bontadi, ristorante Doge e ristorante Ripizzico, tutti insediati lungo quel percorso tra il Mart e S. Maria, si sono aggiunti Caffè De Min e quattro attività storiche come Drogheria Micheli, Alimentari Finarolli, Torrefazione Bontadi e Bottega Bontadi.

Proprio queste ultime vanno ad arricchire il filone del "gusto" con propo-

ste di qualità e dal forte impatto, che ben s'inseriscono a fianco del percorso gastronomico nei sei locali che propongono piatti dedicati all'ingrediente del trimestre.

In questi ultimi nove mesi ogni trimestre è stato dedicato ad un ingrediente stagionale differente al centro dell'attività e dei piatti proposti dall'iniziativa. Il primo è stato la castagna, poi la carna salada ed ora la trota salmistrata. Ogni ristoratore aderente ha creato un piatto dedicato al "Kilometro del Gusto" e all'ingrediente prescelto per quel trimestre.

Il cliente, visitando i 5 locali nei tre mesi e completando la mappa con i bollini, può ricevere un omaggio che arricchisce l'esperienza gastronomica.

Un'idea dell'Associazione Ristoratori della Vallagarina di Confcommercio Rovereto e Vallagarina con il supporto dell'Associazione Ristoratori del Trentino, del Comune di Rovereto e dell'Azienda per il Turismo Rovereto, Vallagarina e Monte Baldo.

**KILOMETRO DEL GUSTO**

**Riscopriamo la trota salmonata**

3° INGREDIENTE LUGLIO - SETTEMBRE

## FIERE

## Visite a fiere specializzate, l'Unione raddoppia!

Domenica 15 settembre a Milano ed anche a Bologna

L'Unione Commercio e Turismo di Rovereto e Vallagarina prosegue nella sua attività promozionale di supporto agli operatori economici associati e per domenica 15 settembre 2024 organizza ben due visite ad altrettante fiere specializzate: la prima sarà al Milano Fashion&Jewels, l'evento espositivo dedicato ad accessori, abbigliamento e gioielli. Per accedere alla manifestazione, ogni visitatore potrà preventivamente registrarsi e scaricare il proprio biglietto d'ingresso sul sito [www.milano-fashionjewels.com](http://www.milano-fashionjewels.com)

La novità di quest'anno è il viaggio alla prima edizione di BeTrend di Bologna, la nuova fiera dedicata all'home decor e all'oggettistica da regalo, riservata agli operatori del settore.

Maggiori info e modalità di iscrizione sul sito: [www.betrend-expo.it](http://www.betrend-expo.it)

Per entrambi i viaggi il pullman partirà alle 6.30 del mattino da Trento (fermata degli autobus del parcheggio "area Ex Zuffo" presso il casello "Trento Centro" dell'Autobrennero) con fermata intermedia alla stazione ferroviaria di Rovereto alle ore 6.50 circa. Per iscrizioni, Vi invitiamo a rispondere a questo messaggio o ad inviare una mail a [ucts@ucts.net](mailto:ucts@ucts.net) o a contattare la nostra Segreteria al numero 0464.481011.



## LUOGHI STORICI

# La Spiaggia degli Olivi ha novant'anni... e di storie ne potrebbe raccontare

La storia della «dolce vita» rivana e dell'evoluzione del turismo in quasi un secolo di vita

La memoria più viva, quella più recente, la ricorda come luogo della “dolce vita” rivana. Di questa immagine se n'è scritto molto, ricordi che sono destinati a rimanere tali perché i tempi cambiano, con essi le aspettative, ma anche le regole e quello che una volta era permesso oggi non lo è più. Ci hanno provato tre diverse gestioni a riportare a fasto di quegli anni recenti la Spiaggia, ma non ci sono riusciti. Oggi il futuro della Spiaggia potrebbe essere, invece, più vicino alle motivazioni che l'hanno voluta.

Ai primi anni Trenta la Riva turistica aveva già il Circolo Forestieri, un'organizzazione con fondamenta ereditate dall'Impero austriaco che organizzava per i turisti momenti di accoglienza e di intrattenimento. La sede era in piazza Garibaldi, dove ci fu, prima del Primo conflitto, il teatro cittadino oggi rettilario.

Un luogo dove gli ospiti degli alberghi potevano trovare qualche servizio, la lettura dei giornali internazionali, un buon servizio bar, della musica, intrattenimenti danzanti serali o la proiezione di una pellicola cinematografica. Un luogo conosciuto meglio nel turismo d'oltralpe come Kursaal a cui questa piccola infra-



struttura rivana di servizio si ispirava.

L'idea che ebbe **Ettore Righi**, vulcanico presidente della già nata Azienda di Soggiorno, fu quella di dedicare a questa attività un posto più idoneo, riconoscibile e, perché no, in riva al lago. Quest'ultimo aspetto permetteva di offrire al turista, ma anche al residente, una spiaggia a ridosso del centro storico, un luogo da dedicare anche alla balneazione di cui la città turistica un po' soffriva, contando solamente sui bagni dei fratelli Gregori (oggi residence Excelsior) e a

**Ai primi anni Trenta la Riva turistica aveva già il Circolo Forestieri, un'organizzazione con fondamenta ereditate dall'Impero austriaco che organizzava per i turisti momenti di accoglienza e di intrattenimento**

quelli privati dell'Hotel Lido. La vicinanza di Righi all'architetto **Giancarlo Maroni**, rivano e già affermato professionista, nonché sovrintendente del Vittoriale degli Italiani, fece sì che questa idea si concretizzasse. Non senza discussioni. Infatti, anche nella Riva dell'epoca le discussioni e le diversità di vedute non mancavano, tanto che lo stesso Righi, il giorno dell'inaugurazione della Spiaggia, cita i “leoni da bar”, ovvero i rivani polemici che erano soliti alimentare il chiacchiericcio al bar, oggi raccolto nei social. I tem-

pi cambiano, ma non i “leoni”. “Ricordo la sera del 28 gennaio 1933 – dice Righi nel suo discorso inaugurale – l’Architetto visita la località scelta, sente tutte le “chiacchiere” e parla di tutto ad accezione che del progetto. Si unisce qualche amico tra i “fedeli” e sembra che la discussione ci porti lontano; ma poi l’artista “ha visto” quella che sarà una sua nuova opera: un pezzo di carta, quattro colpi di matita e il progetto della Spiaggia degli Olivi era fissato”.

Il 3 giugno del 1934 si inaugura la Spiaggia con una grande cerimonia con diversi appuntamenti a fare da cornice. Il progetto è completato con la costruzione della sede della “Fraglia rivana della Vela”. Ad adornare l’immobile l’olivo, che darà il nome all’opera. Pensare che il progetto fu esposto il 1 aprile del 1933 e in dodici mesi l’immobile era già aperto alla sua funzione. Il costo dell’opera ammontò a 360 mila lire (circa 500 mila euro oggi), mentre per la Fraglia furono spese 60 mila lire (circa 83 mila euro oggi), cifre importanti per l’epoca che non mancarono di sollevare qualche critica.

Il progetto di Maroni, in verità, non viene eseguito così come concepito e approvato. Si ferma ad un lotto funzionale, rimandando a momenti migliori il completamento. Mancano al completamento del progetto la copertura della terrazza, un’ulteriore sala coperta sopra questa e, ancora, la costruzione di cabine per



la balneazione. Si proverà nel 1939 a portare a compimento la costruzione, ma lo scoppio della guerra e probabilmente il trasferimento di Righi a Bolzano avviano al dimenticatoio l’opera.

La Spiaggia degli Olivi diventa così il nuovo Kursaal e lo stabilimento bagni della città. La prima infrastruttura turistica dell’Alto Garda. Concepita come luogo al servizio del turismo, per decenni avrà questa funzione. Programmi giornalieri di intrattenimento dalle 16:30 alle 18:00, camerieri in guanti bianchi, attività mu-

**La Spiaggia degli Olivi diventa così il nuovo Kursaal e lo stabilimento bagni della città. La prima infrastruttura turistica dell’Alto Garda. Concepita come luogo al servizio del turismo, per decenni avrà questa funzione**

sicale la sera dalle 20:30 alle 24:00, luogo di incontri, di cerimonie, di feste. Dagli anni Settanta del secolo scorso anche la Spiaggia cominciò a cambiare la sua funzione. Piano piano s’era costruita la nuova spiaggia da punta Lido, altre infrastrutture erano nel frattempo state realizzate, il turismo era diventato di massa, le esigenze mutate e con esse la Spiaggia, che un po’ alla volta si trasforma in quella che la memoria corrente ricorda. Tale era la convinzione della necessità della Spiaggia degli Olivi al turismo rivano che Ettore Righi chiude la sua presentazione dell’opera alla città dicendo: “L’Azienda di Soggiorno è convinta che la Spiaggia degli Olivi sia necessaria alla vita di Riva del Garda, indipendentemente dalla speculazione finanziaria, e che dovesse essere realizzata anche se costantemente passiva, alla stessa guisa di giardini, illuminazione, acquedotto e tutti i servizi pubblici di cui deve essere dotato un luogo di soggiorno”.

*Enzo Bassetti*



## AZIENDE

# Tecnostile: il partner chiave di ogni ristrutturazione

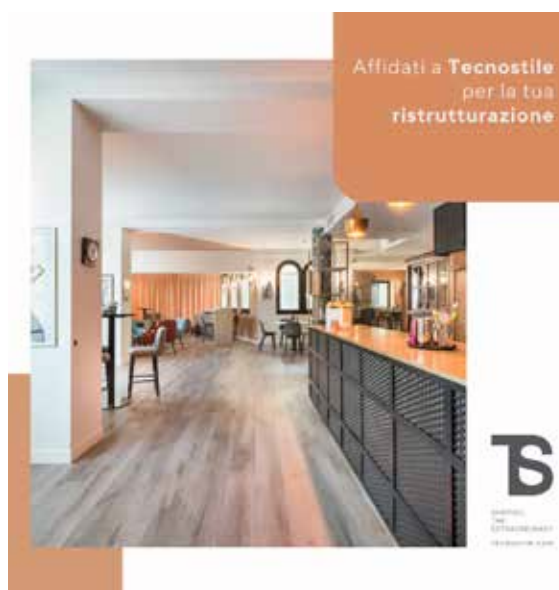
Il general contractor che garantisce successo e affidabilità in ogni ristrutturazione

In una ristrutturazione, la scelta del partner giusto può fare la differenza tra un progetto di successo e uno che porta con sé una serie di problemi e complicazioni. In qualità di General Contractor, Tecnostile offre un approccio completo che va ben oltre il semplice ruolo di un'impresa edile tradizionale.

Tecnostile si assume infatti la responsabilità dell'intero ciclo di vita di un progetto. Questo significa che, dalla fase iniziale di pianificazione fino alla consegna, Tecnostile è presente ad ogni passo, garantendo tempi e costi certi e massima qualità. L'esperienza trentennale è testimonianza della sua affidabilità e competenza nel settore.

Mentre un'impresa edile si limita ad eseguire solo il proprio lavoro, Tecnostile coordina ogni aspetto del progetto, dalla gestione di tutte le figure e imprese coinvolte, all'acquisizione dei materiali e alla sicurezza sul cantiere. Questo approccio garantisce efficienza e una migliore comunicazione, riducendo al minimo gli errori e le complicazioni lungo il percorso. La gestione centralizzata di Tecnostile permette di ottimizzare ogni fase, assicurando che ogni componente del progetto lavori in sinergia verso l'obiettivo comune.

La capacità di Tecnostile è personalizzare le soluzioni e il ser-



vizio in base alle esigenze specifiche del cliente grazie alla creazione di Business Unit specializzate in settori come l'ospitalità, il food & beverage, l'ufficio, gli studi medici e le abitazioni. Questo significa che, sia che si tratti di ristrutturare un hotel o un ristorante, creare un nuovo studio medico o realizzare un ufficio, Tecnostile ha le competenze e l'esperienza necessarie per garantire il successo del progetto. Le Business Unit specializzate consentono di affrontare le peculiarità di ogni settore, offrendo soluzioni su misura che rispondono alle specifiche esigenze operative e estetiche.

Un altro punto di forza di Tec-

**La gestione centralizzata di Tecnostile permette di ottimizzare ogni fase, assicurando che ogni componente del progetto lavori in sinergia verso l'obiettivo comune**

nostile è la sua capacità di collaborare strettamente con i progettisti, fornendo un supporto prezioso nella parte di industrializzazione del progetto e simulando con precisione il risultato finale, prima ancora di iniziare i lavori. Questo aiuta a ridurre al minimo gli errori e le complicazioni e assicura che l'esecuzione sia all'altezza delle aspettative sia del cliente che del progettista.

La metodologia di lavoro di Tecnostile include anche un attento controllo dei costi e dei tempi di esecuzione. Ogni progetto viene pianificato con precisione, stabilendo milestone chiari e verificabili che consentono di monitorare l'avanzamento e di intervenire prontamente in caso di imprevisti. Questo approccio proattivo garantisce il rispetto dei budget e delle scadenze concordate, riducendo al minimo i rischi e le incertezze per il cliente.

Infine, Tecnostile mette al centro la soddisfazione del cliente, sia che si tratti di un privato che di un'azienda. L'obiettivo è garantire tranquillità durante l'esecuzione del progetto, rispettando i tempi e i costi concordati e coordinando tutti gli attori coinvolti. Questo approccio rende Tecnostile il partner ideale per chiunque cerchi risultati affidabili e di alta qualità per la propria ristrutturazione.

Digital  
Business

Pronti all'impresa  
con la formazione

Strumenti  
per l'impresa

PMI  
Academy

Gusto  
Trentino

Fare impresa  
al femminile

Formazione  
abilitante

Maestro  
Artigiano

# La formazione a servizio del territorio

Ti aspettiamo per percorrere, al tuo fianco,  
un tratto di strada, quella del tuo successo.



longaronefiere.it

# DOLOMITI HORECA

## 4<sup>A</sup> FIERA PER L'OSPITALITÀ E LA RISTORAZIONE IN MONTAGNA



**6-7-8  
OTTOBRE 2024**

**Longarone,  
Belluno**

**Orari**  
domenica, lunedì e martedì  
10-18

**FOCUS**  
**OSPITALITÀ  
ACCESSIBILE**

**Masterclass**  
→ affilatura a pietra giapponese  
→ galateo e l'arte del vino a tavola  
→ panificazione  
e pasticceria senza glutine  
→ farine biologiche

**Esibizione**  
Team Tricolore  
Pizzaioli Acrobatici



Business partner



Partner



Con la partecipazione della



Partner Istituzionali

