T O
TURISMO& OSPITALITÀ nel Trentino
11
2026



Fondo sanitario anche per i lavoratori stagionali

Positiva l'estate del turismo trentino, ma la redditività resta sotto pressione
Bene l'autunno, cauta preoccupazione per la stagione invernale

Il Trentino si prepara al Natale
Mercatini tra città, borghi e montagne

Rifugi trentini, sicurezza e sostenibilità al centro
Assemblea annuale, bilancio positivo e progetti realizzati

Alto Garda e Ledro, nasce il tavolo della mobilità e viabilità
Amministrazioni comunali e categorie economiche insieme

80 ASSOCIAZIONE ALBERGATORI ED IMPRESE TURISTICHE DELLA PROVINCIA DI TRENTO
FEDERALBERGHI • TRENTINO
DOLOMITI DOLOMITEN DOLOMITES DOLOMITS
FONDAZIONE UNESCO SOCIO SOSTENITORE

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

ADV ESPERIA

Sommario

4 Fondo sanitario anche per i lavoratori stagionali
6 Fondo FAST - Sintesi delle prestazioni erogate

8 Turismo trentino, estate positiva ma la redditività resta sotto pressione
12 Il Trentino si prepara al Natale
14 Rifugi trentini, sicurezza e sostenibilità al centro del confronto
16 «No people = no future; no home = no people»
18 Tavolo 27, il lavoro che apre nuove opportunità
20 «Bolle di Creatività»: il Trentodoc si racconta attraverso le eccellenze dell'ospitalità trentina
22 Rovereto capitale dell'arte, la candidatura passa dal territorio
24 Il Sentiero del Marzemino, tra vigne, castelli e palazzi
26 Trentino, un patrimonio d'acqua da proteggere prima che sia troppo tardi

28 Sintesi del Quarto Rapporto SRM «Turismo, Impresem& Territorio 2026»
31 Ospitalità, innovare e imparare a delegare
32 La formazione di Cat Turismo
36 Da luoghi di passaggio a luoghi da vivere
38 Oltre la stagione
40 Grandi eventi sportivi: il calendario dell'inverno 2026/27
42 FINE Italy, Riva del Garda al centro del turismo del vino
44 Hospitality 2027, a Riva del Garda le nuove prospettive dell'ospitalità
45 HACCP e sicurezza alimentare: un vademecum a supporto degli operatori
46 Dubbi novembre 2026

"Alcuni articoli di questa rivista sono stati redatti con il supporto di strumenti di intelligenza artificiale (AI-assisted) e sottoposti a revisione e controllo editoriale umano"

11.2026	Anno LIV
Chiusura editoriale: 29 ottobre 2026	**In copertina:** Giovanni Battaiola durante l'assemblea annuale del 2025

Registrazione Tribunale di Trento no 163 R.S. del 17/11/1971 Roc n.5504 del 21/07/1998
Direzione, Redazione, Amministrazione: Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO - Tel. 0461.923666 - asat@asat.it
Direttore Responsabile: Andrea Rudari
Comitato di Redazione: Davide Cardella, Andrea Rudari, Stefano Hueller, Fabia Sartori, Francesca Maffei, Monica Basile, Laura Licati, Luca Scaramazza, Giovanna Tasin, Arianna Bertagnolli
Abbonamento annuo: € 40,00
Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento, Via Degasperi, 77 - 38123 TRENTO
Grafica e pubblicità: OGP OGP srl - Agenzia di Pubblicità Via dell'Ora del Garda, 61 - Tel. 0461 1823300 - info.ogp@ogp.it - www.ogp.it
Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS

Insieme si cresce

Davide Cardella

Il numero di novembre arriva in un periodo particolarmente significativo per la nostra Associazione. Le pagine che seguono raccontano, infatti, dei diversi momenti di incontro e confronto che si sono alternati sul nostro territorio nelle ultime settimane. A questi appuntamenti si aggiungerà il nostro tradizionale incontro autunnale che, quest'anno, assumerà un valore speciale perché rappresenterà la conclusione ufficiale delle celebrazioni per gli ottant'anni di Asat.

In un tempo in cui la velocità delle decisioni, la complessità dei mercati e l'evoluzione continua delle aspettative degli ospiti sembrano talvolta spingere verso percorsi individuali, questi momenti ci ricordano invece il significato profondo dell'associazionismo. Essere parte di un'associazione non significa soltanto condividere una rappresentanza o un insieme di servizi. Significa soprattutto appartenere a una comunità di imprenditori e professionisti che scelgono di confrontarsi, di ascoltarsi e di costruire insieme una visione comune. Il confronto, infatti, è uno degli strumenti più preziosi di cui disponiamo. È attraverso il dialogo che emergono esigenze, idee e prospettive diverse; è dalla capacità di discutere, anche partendo da posizioni differenti, che nasce una maggiore consapevolezza delle sfide che ci attendono. Ogni assemblea, ogni riunione, ogni occasione di incontro rappresenta un momento di crescita individuale e collettiva: un'opportunità per arricchire il proprio punto di vista e, allo stesso tempo, per contribuire al rafforzamento dell'intero sistema turistico trentino.

La storia stessa di Asat testimonia il valore di questo percorso condiviso. Ottant'anni di attività non si misurano soltanto nel tempo trascorso, ma soprattutto nella capacità di generazioni di operatori di riconoscersi in un progetto comune, affrontando insieme cambiamenti economici, sociali e culturali che hanno trasformato profondamente il settore dell'ospitalità. Se oggi il turismo trentino può contare su una rappresentanza autorevole e su una rete associativa diffusa e dinamica, è sicuramente grazie a questo patrimonio di partecipazione e responsabilità condivisa.

PROSEGUE A PAG. 19

4

Fondo sanitario anche per i lavoratori stagionali



Dal 1° novembre la contribuzione a FAST per i dipendenti stagionali del turismo trentino

3' e 55"

Battaiola: «Un elemento in più per attrarre lavoratori»

Un nuovo intervento sul welfare dei lavoratori del turismo trentino, con l'obiettivo di rafforzare anche l'attrattività del territorio nei confronti della manodopera stagionale. È questo il significato dell'addendum all'Accordo integrativo territoriale del 9 febbraio 2026, che dà attuazione alla disciplina prevista in materia di fondo sanitario e introduce, per i lavoratori stagionali delle aziende che applicano il CCNL Turismo H052, la contribuzione al Fondo FAST. «Oggi è un momento molto importante, oserei dire una giornata storica perché è stato siglato l'accordo in cui, fra i primi in Italia, i lavoratori che lavoreranno in Trentino nel nostro settore, con contratto CCNL Federalberghi-FIAVET, potranno avere le prestazioni che sono previste per chi ha un contratto a tempo indeterminato riconosciute anche a chi ha un contratto a tempo determinato». «I lavoratori che arrivano in Trentino avranno tutti i vantaggi, gratuiti o scontati, rispetto al trattamento sanitario, con visite oculistiche, dentistiche e altre prestazioni (per approfondimenti consultare la scheda alle pagine ——). È importante perché diventa un valore aggiunto che ci auguriamo convinca qualche lavoratore a scegliere il Trentino».

La novità riguarda le aziende del settore turismo e ricettivo della provincia di Trento che applicano il CCNL Turismo sottoscritto da Federalberghi, Faita e dalle organizzazioni sindacali Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs. I destinatari sono i lavoratori e le lavoratrici stagionali dipendenti da queste aziende. L'obbligo contributivo decorre dalla data di assunzione e le prestazioni sanitarie sono disciplinate dal regolamento del Fondo FAST. «In Trentino, lavorare nel nostro settore, significa avere un contratto integrativo, un mese in più di NASpI e da oggi un fondo sanitario riconosciuto allo stagionale. Questo ci mette in una posizione di vantaggio rispetto ad altri territori e va nell'ottica di un riconoscimento per i nostri lavoratori per ciò che fanno per il turismo trentino». Il nuovo intervento si inserisce quindi in un percorso più ampio di contrattazione territoriale e di strumenti destinati ai lavoratori del comparto. «La qualità del turismo non si struttura solamente grazie alla riqualificazione ed alla qualità delle strutture ricettive: dare ai lavoratori qualcosa in più rispetto all'abitudine è un aspetto importante. Credo che questo sia un atto assolutamente importante».

In alto: A sinistra Fabio Poletti e a destra Giovanni Battaiola.

Dal punto di vista operativo, dal 1° novembre 2026 la contribuzione al Fondo FAST, pari a 13 euro mensili a carico dell'azienda, sostituirà l'indennità C.I.P. 01/2023 prevista dal precedente accordo territoriale. Per i lavoratori stagionali già in forza al 31 ottobre 2026 è prevista una disciplina transitoria: l'indennità continuerà a essere erogata fino alla scadenza del contratto a termine in corso, comprese le proroghe senza soluzione di continuità. «Il fatto che abbiamo bisogno di lavoratori significa che dobbiamo mettere a terra sempre di più iniziative che convincano i lavoratori a venire sul nostro territorio. Se un lavoratore deve scegliere, abbiamo dei vantaggi rispetto ad altri territori».

Battaiola sottolinea anche il ruolo svolto dal Fondo FAST nell'avvio della nuova misura. «Va fatto un ringraziamento al presidente **Francesco Bechi**, perché per la prima volta il Fondo FAST ha deciso di intraprendere questa iniziativa per i lavoratori stagionali ed ha scelto come partner proprio il Trentino. È un presidente decisamente lungimirante». Bechi, dal canto suo, esprime soddisfazione per l'accordo e per la possibilità di estendere le prestazioni del Fondo FAST anche ai lavoratori stagionali trentini. «Siamo felici di accogliere i lavoratori che operano nel settore turistico trentino. È un'attestazione della qualità dei servizi che FAST è in grado di offrire, attraverso una serie di prestazioni di assistenza integrativa e di supporto alle cure e agli accertamenti sanitari, rivolte ai lavoratori del settore turismo, stagionali e non». L'estensione, sottolinea il presidente del Fondo, rappresenta un passaggio importante anche sul piano culturale. «Abbiamo accolto con grande piacere questa possibilità. Anche i colleghi dell'Alto Adige hanno intrapreso un percorso analogo alcuni anni fa e ci sono tutte le motivazioni per proseguire su questa strada. È importante che i collaboratori del settore turistico possano contare su queste prestazioni nelle aziende trentine che li assumono. Si tratta anche di un cambiamento di mentalità: la qualità e l'attenzione verso i lavoratori devono essere condivise all'interno delle strutture ricettive». In un comparto fortemente caratterizzato dalla stagionalità, aggiunge Bechi, è fondamentale mantenere alta l'attenzione sul welfare e sulle esigenze dei collaboratori. «Stiamo valutando anche la possibilità di introdurre ulteriori prestazioni integrative in futuro. Come presidente del Fondo FAST, ma anche come collega di Battaiola, sono molto orgoglioso di aver condiviso questo percorso e molto soddisfatto del risultato raggiunto». Il percorso che ha portato all'accordo, sottolinea infine Battaiola, è stato lungo e costruito attraverso il confronto tra le parti. «È un'iniziativa che ha visto comunque una genesi molto lunga. Come sempre i risultati si ottengono grazie alle persone: per questo non è un risultato scontato quello che abbiamo portato a casa. Il percorso intrapreso con il contratto di secondo livello, con la NASpI aggiuntiva e con questo Fondo FAST è frutto di un confronto schietto tra le parti datoriali e sindacali, ognuno in difesa delle proprie posizioni, nell'interesse dell'economia».

L'addendum decorre dal 1° novembre 2026 e resterà in vigore per la durata dell'Accordo integrativo territoriale del 9 febbraio 2026.





Foto www.publicdomainpictures.net

Fondo FAST – Sintesi delle prestazioni erogate

0' e 55"

Il Fondo FAST è il fondo di assistenza sanitaria integrativa previsto dal CCNL Turismo, costituito dalle organizzazioni datoriali e sindacali del settore con l'obiettivo di offrire ai lavoratori iscritti una tutela sanitaria aggiuntiva rispetto alle prestazioni garantite dal Servizio Sanitario Nazionale.

Il Fondo mette a disposizione un articolato sistema di prestazioni sanitarie che comprende visite mediche specialistiche, esami diagnostici, accertamenti clinici, interventi chirurgici e ricoveri ospedalieri, oltre a trattamenti fisioterapici e riabilitativi. Sono inoltre previste specifiche coperture per le cure odontoiatriche, con particolare riferimento alla prevenzione, alle estrazioni e all'implantologia, nonché contributi per l'acquisto di lenti correttive e ausili ortopedici. Particolare attenzione viene riservata alla prevenzione e alla tutela della salute, attraverso programmi di screening, controlli diagnostici e prestazioni dedicate al monitoraggio di alcune patologie croniche. L'offerta comprende anche ulteriori prestazioni specialistiche, tra cui alcuni trattamenti farmacologici, accertamenti oncologici e servizi di consulenza medica.

Le prestazioni possono essere erogate attraverso una rete di strutture sanitarie convenzionate, gestita in collaborazione con UniSalute, oppure mediante il rimborso delle spese sostenute dagli iscritti, secondo le modalità e i limiti stabiliti dai piani sanitari. Il Fondo prevede inoltre il rimborso dei ticket sanitari per determinate prestazioni effettuate presso il Servizio sanitario nazionale.

FAST
FONDO ASSISTENZA SANITARIA TURISMO

NUOVI ORIZZONTI

OLTRE 80 CORSI GRATUITI PER ANDARE OLTRE NEL TURISMO

Ente Bilaterale
Turismo del Trentino

L'Ente Bilaterale Turismo del Trentino propone percorsi formativi nelle aree **cucina**, **beverage**, **servizio sala e piani, marketing**, **comunicazione**, **linguistica**, **conoscenza del territorio**, **ricevimento e accoglienza**. Essere un operatore specializzato oppure un'impresa turistica all'avanguardia regala importanti soddisfazioni professionali ed economiche.

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.

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

www.ebt-trentino.it



NOVITÀ
CORSI CERTIFICATI DI SOMMELIER

STUDIO BI QUATTRO

Turismo trentino, estate positiva ma la redditività resta sotto pressione



Bene anche l'autunno, con un settembre e un ottobre in crescita. Per l'inverno, prenotazioni in ritardo rispetto allo scorso anno il clima internazionale che invita alla prudenza

7' e 17"

L'estate turistica trentina si è chiusa con il segno positivo, sia sul fronte delle presenze sia su quello dei ricavi medi. Una risposta del mercato che ha confermato la capacità del territorio di attrarre ospiti e di valorizzare la propria offerta, ma che non si è tradotta automaticamente in una maggiore redditività per le imprese. A pesare sono stati soprattutto i costi, a partire da quelli energetici, ai quali si sono aggiunti gli aumenti delle derrate alimentari e dei materiali di consumo. Un quadro che restituisce un andamento a due velocità: da una parte i risultati commerciali, dall'altra margini sempre più condizionati dalle spese di gestione. Ne abbiamo parlato con il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**, che ha tracciato un bilancio della stagione estiva, analizzando i segnali positivi dell'autunno e guardando con cautela alle prospettive invernali.

L'estate si è chiusa con risultati positivi. Qual è il bilancio complessivo della stagione?

«Possiamo ritenerci soddisfatti della risposta del mercato. I dati relativi alle presenze sono positivi e lo stesso vale per l'ADR (Average Daily Rate), il ricavo medio per camera, che ha registrato una crescita. Questo significa che le strutture hanno saputo intercettare la domanda e ottenere risultati interessanti anche sul piano dei ricavi. C'è però un aspetto che non possiamo trascurare: la redditività. L'aumento dei costi, in particolare quelli energetici, ma anche delle derrate alimentari e dei materiali di consumo, ha inciso pesantemente sulla gestione. Non parliamo soltanto dell'energia necessaria per il condizionamento, ma di un incremento generalizzato delle spese. Avere più presenze e ricavi migliori non significa, quindi, guadagnare automaticamente di più. Una parte importante di questi risultati viene erosa dai costi, sui quali le imprese hanno margini di intervento molto limitati».

C'è un altro elemento che merita attenzione: la settimana di Ferragosto non ha registrato il tutto esaurito

«È un dato significativo. Nonostante sia tradizionalmente uno dei periodi di maggiore affluenza, non abbiamo riempito tutte le strutture. Al contrario, abbiamo osservato

In alto: Giovanni Battaiola.

Nella pagina seguente: estate in Val Rendena.

una crescita a maggio e giugno, un buon andamento a settembre e risultati positivi anche a ottobre. È un cambiamento importante, al quale sta contribuendo il lavoro di comunicazione e promozione portato avanti dall'intero sistema turistico trentino: Trentino Marketing, Apt, consorzi e imprese turistiche. L'obiettivo è distribuire maggiormente i flussi nell'arco della stagione, incentivando gli ospiti a scegliere il territorio anche nei mesi diversi da quelli di altissima affluenza. I primi risultati si vedono e le imprese iniziano a beneficiarne. È una direzione fondamentale: un sistema turistico non può reggersi soltanto su pochi periodi di altissima concentrazione, ma deve riuscire a lavorare con maggiore continuità».

Cambiano anche le modalità di prenotazione. Quali segnali arrivano dai canali di vendita?

«Un aspetto particolarmente positivo è la crescita delle prenotazioni dirette, attraverso i siti delle strutture e i rispettivi canali web. Significa che sempre più ospiti scelgono di rivolgersi direttamente all'albergo, senza passare necessariamente dalle piattaforme intermediative e dalle relative commissioni. Lo considero anche un segnale di fidelizzazione e di affezione: il cliente conosce la struttura, apprezza il prodotto e torna a sceglierlo. Il sistema è maturato molto sotto questo profilo. Anche i dati sulla disponibilità delle camere sulle Ota, le piattaforme di prenotazione online, hanno evidenziato una minore dipendenza da questi canali. Non significa che siano venuti meno, ma che le imprese sono riuscite a rafforzare le proprie modalità di vendita diretta. È un risultato importante perché consente di costruire un rapporto più immediato con l'ospite, che non sceglie necessariamente soltanto in base al prezzo, ma anche per la qualità e le caratteristiche dell'offerta».

Ci sono territori che stanno ottenendo risultati migliori di altri?

«Certamente. Le performance delle diverse Apt non sono omogenee e dipendono in larga misura dalla capacità di costruire e proporre prodotti turistici riconoscibili e competitivi. I territori che stanno crescendo maggiormente, sia in termini di presenze sia di ADR, sono quelli che hanno investito con convinzione sulle proprie peculiarità. Penso, per esempio, a quei territori dove il comparto outdoor è stato sviluppato attraverso investimenti e una progettualità continuativa. La differenza la fa proprio questo: non basta proporre qualche iniziativa sporadica, occorre credere in un progetto, strutturarlo e portarlo avanti con convinzione nel tempo».

Quanto conta, in questo percorso, la collaborazione tra imprese e Apt?

«È un rapporto fondamentale, che deve essere franco, sereno e concreto. Le Apt devono individuare le peculiarità del territorio, lavorare sulle infrastrutture e trasformare le potenzialità in prodotti effettivamente fruibili. Quando si promuove una destinazione, bisogna essere in grado di offrire all'ospite un sistema che funzioni in un determinato periodo, con date di apertura e chiusura definite. Non basta avere un sentiero, un impianto o un museo: devono esserci negozi, impianti di risalita, operatori che propongono esperienze, dalla bike al rafting, dalle degustazioni alle attività culturali, fino agli eventi e alle animazioni territoriali. Serve un'organizzazione complessiva che permetta al turista di trovare servizi e opportunità durante il soggiorno. È questa la condizione per allungare le stagioni e rendere davvero attrattiva una destinazione».

L'autunno sembra confermare questa tendenza. Quali sono i dati?

«Il periodo compreso tra il 31 agosto e il 1° novembre ha registrato risultati molto positivi. A livello provinciale le presenze sono cresciute del 6%, mentre l'ADR ha segnato un incremento dell'8%. Anche l'occupazione è aumentata del 6%, con la montagna che ha fatto registrare una crescita particolarmente significativa. Sono numeri che confermano come il lavoro sulla destagionalizzazione stia iniziando a produrre effetti».



Quali sono le dinamiche nei diversi territori?

«I laghi hanno registrato livelli di riempimento molto elevati. Fino al periodo di altissima stagione la disponibilità delle camere è stata ampia, mentre dalla terza settimana di settembre il numero delle strutture aperte si è ridotto a circa il 40%. Quelle che hanno scelto di proseguire l'attività hanno, però, potuto contare su un riempimento molto alto. Anche in montagna si osserva una dinamica interessante: dalla terza settimana di settembre è rimasto aperto circa il 55% delle strutture e, anche nella parte finale del periodo, le poche rimaste operative (circa il 6% del totale) hanno ottenuto buoni livelli di occupazione, superiori al 50%. È un segnale importante: chi decide di tenere aperto, se inserito in un territorio che offre servizi e opportunità, può ottenere risultati soddisfacenti anche al di fuori dei mesi tradizionalmente più frequentati».

Passando all'inverno, il quadro appare meno favorevole. Come stanno andando le prenotazioni?

«È necessario fare una distinzione rispetto allo scorso anno. La stagione invernale precedente era stata condizionata dalle Olimpiadi, che avevano generato un'anticipazione molto forte delle prenotazioni, con un fenomeno di prebooking particolarmente accentuato. Inoltre, una parte del Trentino era interessata direttamente dall'evento, mentre altri operatori e turisti avevano scelto destinazioni alternative sempre sul nostro territorio. Questo aveva prodotto dati particolarmente importanti. Oggi le prenotazioni risultano nettamente inferiori rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Se, invece, prendiamo come riferimento il 2024 (due anni fa, ndr), il confronto è comunque negativo per la montagna e per i laghi, anche se bisogna considerare che per quest'anno il calendario, con la Pasqua a marzo, determina una stagione invernale più corta».

Quali fattori stanno incidendo sulla domanda?

«La situazione è complessa e risente di diversi elementi. Innanzitutto il contesto internazionale, caratterizzato da instabilità geopolitica e conflitti, che inevitabilmente condiziona la capacità di spesa delle famiglie e la propensione a viaggiare. Anche le tensioni legate agli equilibri internazionali e l'esito delle elezioni Midterm negli Usa Trump sono elementi che dovremo valutare nei prossimi mesi. A questo si aggiunge un mercato italiano che mostra difficoltà: la capacità di spesa dei nostri connazionali è diminuita. Nel frattempo, le strutture ricettive e gli impianti di risalita hanno dovuto adeguare le tariffe per far fronte all'aumento dei costi, in particolare quelli energetici legati al riscaldamento e all'elettricità. Infine, anche le condizioni meteorologiche di questo periodo, con temperature miti e giornate particolarmente calde ad ottobre, non favoriscono per ora la percezione dell'avvicinarsi della stagione invernale».

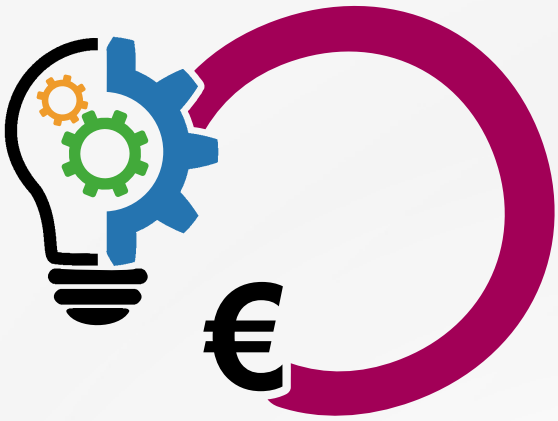
Il Trentino può comunque contare su un sistema di innevamento programmato ormai consolidato

«È sicuramente un elemento importante. Grazie ai bacini e agli investimenti realizzati, il Trentino è in grado di garantire l'innevamento programmato su tutto il demanio sciabile. Tuttavia, in questa fase molti potenziali ospiti sono ancora indecisi. Chi prenota con largo anticipo lo fa perché ha già deciso di trascorrere la vacanza in montagna; chi, invece, è più incerto tende ad attendere, osservando l'evoluzione della situazione internazionale, le condizioni meteorologiche e l'arrivo del freddo. In passato abbiamo sempre parlato di cauto ottimismo. Quest'anno, purtroppo, il sentimento è più vicino a una cauta preoccupazione. Naturalmente sappiamo che, anche in altre stagioni, le prenotazioni hanno avuto accelerazioni importanti nelle settimane precedenti l'avvio dell'inverno, ma oggi dobbiamo prendere atto di un quadro meno favorevole».

Resta comunque il lavoro sui mercati esteri, che negli ultimi anni ha dato risultati importanti

«Sì, ed è un patrimonio sul quale dobbiamo continuare a investire. Il lavoro di comunicazione e promozione sui mercati internazionali ha permesso di costruire uno zoccolo di clientela straniera che sceglie il Trentino con continuità. Lo vediamo soprattutto durante l'estate e nelle cosiddette "belle stagioni", con una crescita proveniente dall'Europa orientale e dai mercati più vicini. Si tratta di una componente importante, che contribuisce a rendere meno dipendente il sistema dalla sola domanda italiana. Non siamo ancora di fronte a fenomeni di overtourism legati a visitatori che raggiungono il territorio soltanto per una fotografia, senza pernottare: il nostro obiettivo resta attrarre ospiti che soggiornino, utilizzino i servizi e generino ricadute economiche per le imprese e per tutto il territorio».

CONNESSIONE. COPERTURA. CRESCITA.
LA FORZA DELLA "C"; IL VALORE DI CONFIDI.

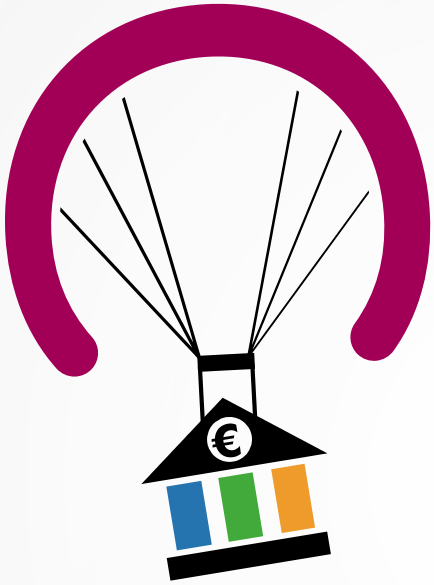


C come CONNESSIONE

Semplifichiamo l'accesso al credito

Con le nostre garanzie, aiutiamo le imprese a ottenere finanziamenti in modo semplice e rapido, con meno burocrazia e condizioni più favorevoli.

Confidi è il ponte che collega le tue idee alle risorse necessarie, rafforzando la fiducia reciproca tra banche e imprenditori.



C come COPERTURA

Tuteliamo banche e imprenditori

Con le nostre garanzie, riduciamo il rischio per le banche e, di conseguenza, agevoliamo gli imprenditori. Offriamo una solida protezione in caso di insolvenza, senza la necessità di ulteriori garanzie personali.

Confidi è il paracadute che protegge banche e imprenditori.



C come CRESCITA

Insieme per lo sviluppo del territorio

Con le nostre garanzie, stimoliamo l'economia locale e rafforziamo il tessuto produttivo del Trentino. Ogni impresa che sosteniamo è un seme che cresce con cura e protezione.

Confidi è il vaso che accoglie e sostiene questa crescita, creando le condizioni perché ogni impresa possa mettere radici, fiorire e contribuire al benessere collettivo.

www.confiditrentinoimprese.it

CONFIDI TRENTINO IMPRESE

STUDIO BI QUATTRO

Il Trentino si prepara al Natale

Mercatini tra città, borghi e montagne

2' e 30"
Andrea Rudari

Da novembre all'Epifania, il Trentino torna a vestirsi di luci, profumi e tradizioni. Anche nel 2026 i mercatini di Natale offriranno l'occasione di scoprire il territorio passeggiando tra casette di legno, prodotti artigianali, specialità locali e iniziative per grandi e piccoli. Dalle piazze delle città ai borghi raccolti tra le montagne, ogni appuntamento propone un modo diverso di vivere l'attesa delle feste.

A Trento, il Mercatino di Natale sarà allestito dal 20 novembre 2026 al 6 gennaio 2027 in piazza Fiera e piazza Mostra. Le bancarelle proporranno idee regalo, decorazioni e sapori del territorio, in un percorso che invita a esplorare anche il centro storico e i suoi palazzi. Tra una passeggiata e l'altra, non mancheranno le occasioni per assaggiare le specialità della cucina trentina e riscaldarsi con una bevanda calda.

Atmosfera diversa, ma altrettanto suggestiva, a Rovereto, dove «Rintocchi di Luce» animerà la città dal 20 novembre al 6 gennaio. Luminarie e installazioni trasformeranno vie e piazze in uno scenario festoso, accompagnato da laboratori, spettacoli e proposte dedicate all'artigianato e all'enogastronomia. Il programma comprende anche iniziative per le famiglie, una pista di pattinaggio e il tradizionale trenino.



A Levico Terme, il Mercatino di Natale Asburgico tornerà dal 21 novembre al 6 gennaio nel Parco Secolare degli Asburgo. Gli alberi storici e i sentieri del parco faranno da cornice alle casette con manufatti, addobbi e prodotti tipici: un contesto che richiama il passato mitteleuropeo della località e invita a vivere il mercatino senza fretta.Sul Garda trentino, Arco e Riva proporranno un Natale particolare, dove l'atmosfera delle feste incontra il paesaggio del lago. Ad Arco, dal 13 novembre al 6 gennaio, il centro storico accoglierà stand, idee regalo, gastronomia e attività per le famiglie. A Riva del Garda, «Di Gusto in Gusto», in programma nello stesso periodo, metterà invece in primo piano i sapori e le eccellenze enogastronomiche del territorio.

Il fascino dei mercatini si ritrova anche nei piccoli borghi. A Rango, nel Bleggio Superiore, le bancarelle si inseriranno tra vicoli, portici e antiche case contadine, con artigianato e specialità locali, dal 14 novembre al 31 dicembre. A Canale di Tenno, l'appuntamento è previsto dal 28 novembre al 20 dicembre: qui il borgo medievale diventa parte integrante dell'esperienza, tra scorci suggestivi e atmosfere raccolte. Anche Ala, con «Natale nei Palazzi Barocchi» dal 28 novembre al 20 dicembre, permetterà di scoprire il patrimonio storico della città in una veste natalizia. In Val di Fassa, il calendario coinvolgerà diverse località: a Canazei il mercatino «Maitin» è previsto dal 27 novembre al 27 dicembre, mentre a Moena il «Mercatino di Natale della Fata» si svolgerà dal 28 novembre al 6 gennaio. A Campitello di Fassa le casette apriranno dal 5 dicembre al 6 gennaio e a Vigo di Fassa dal 4 dicembre al 6 gennaio. Le iniziative uniscono prodotti locali, artigianato e tradizioni alpine, con le Dolomiti a fare da sfondo.

Che si scelga una città vivace, un parco storico o un borgo di montagna, i mercatini sono anche un invito a conoscere il Trentino attraverso le sue comunità, i sapori e i saperi artigiani. Prima di partire, è consigliabile verificare sui siti ufficiali date, orari e programmi aggiornati: alcune manifestazioni concentrano le aperture nei fine settimana o prevedono variazioni durante le festività.

Istituto de Carneri: formare i professionisti del turismo di domani



L'Istituto Ivo de Carneri di Civezzano rappresenta un importante punto di riferimento per la formazione delle nuove generazioni interessate a lavorare nel settore turistico e dell'ospitalità.

L'offerta formativa si distingue per due percorsi pensati per rispondere alle esigenze di un settore in continua evoluzione. L'indirizzo **Tecnico turistico quadriennale** integra competenze giuridico-economiche, linguistiche, digitali e organizzative, con particolare attenzione alla valorizzazione del territorio, alla promozione delle destinazioni e alla gestione dei servizi turistici. Il percorso si completa attraverso tirocini in Trentino e all'estero, occasioni preziose per confrontarsi con le imprese, conoscere diversi modelli di ospitalità e sviluppare competenze linguistiche.

Il Corso di formazione professionale per **Animatore Turistico Sportivo** prepara figure capaci di progettare e realizzare attività di animazione, sport, intrattenimento e socializzazione, contribuendo alla qualità dell'esperienza degli ospiti nelle strutture ricettive e nelle destinazioni turistiche.





Completano l'offerta didattica l'indirizzo **Biotecnologie sanitarie**, per approfondire le scienze, le tecnologie di laboratorio e i temi della salute, e l'**Odontotecnico**, che unisce conoscenze scientifiche, precisione manuale e innovazione tecnologica.

Un valore aggiunto è rappresentato dal **convitto**, che offre agli studenti un contesto protetto di crescita personale, responsabilità e relazioni.

LIVOCAMPUS
IMPARA A SCEGLIERE

Istituto Ivo de Carneri Civezzano

OGP

OPENDAY 2026-2027

TUR⁴, BIO e ODO

14-28 novembre,
12 dicembre, 16 gennaio

Ore 14.30 - 16.00
Ore 16.00 - 17.30

ATS

13-27 novembre,
11 dicembre, 15 gennaio

Ore 14.00 - 15.00
Ore 15.00 - 16.00

Prenota il tuo appuntamento
www.livocampus.it/openday

Via Murialdo, 30 - 38045 Civezzano (TN)
Tel. 0461 857003 • Tel. ATS 0461 415078
info@livocampus.it • **www.livocampus.it**

Rifugi trentini, sicurezza e sostenibilità al centro del confronto

All'assemblea annuale dei gestori, a Maso Martis, il bilancio di una stagione positiva e il punto sui progetti per il comparto



4' e 30"
Laura Licati

Si è tenuta il 27 ottobre, a Maso Martis, l'assemblea annuale dell'Associazione Gestori Rifugi del Trentino, intitolata «I rifugi in dialogo: Territorio, Ambiente e Gestione». Al centro dell'incontro il bilancio delle attività dell'anno, una stagione positiva e le principali sfide che attendono il comparto, tra sicurezza, sostenibilità, innovazione e rapporto con le istituzioni.

La presidente **Roberta Silva** ha illustrato agli oltre 70 rifugisti presenti e alle autorità i risultati raggiunti e le iniziative realizzate a sostegno dei gestori. La stagione ha registrato una presenza di frequentatori distribuita su più mesi, con una crescente partecipazione di visitatori provenienti anche da Paesi extraeuropei, confermando il ruolo dei rifugi nell'offerta turistica trentina. Tra i progetti seguiti durante l'anno la presidente ha evidenziato: «Rifugi Trentini Cardioprotetti», sviluppato in collaborazione con la Provincia autonoma di Trento e il Soccorso Alpino, ormai in fase di conclusione e finalizzato a rafforzare la sicurezza e la capacità di intervento in caso di emergenza in montagna. L'Associazione ha, inoltre, promosso una più facile frequentazione dei corsi obbligatori sulla salute e sicurezza sul lavoro e HACCP, anche attraverso la modalità FAD, per agevolare chi lavora in quota e rendere più accessibili gli aggiornamenti.

Spazio anche all'innovazione, grazie alla collaborazione con l'Università di Trento e a una challenge che ha coinvolto oltre 40 studenti di ingegneria. I partecipanti hanno sviluppato proposte basate sull'Intelligenza Artificiale per migliorare la gestione delle risorse idriche ed energetiche, la pianificazione dei rifiuti, la distribuzione dei flussi turistici e la comunicazione multilingue con gli ospiti dei rifugi. «Abbiamo chiesto ai ragazzi soluzioni rivolte al futuro che aiutino i gestori senza togliere nulla al rapporto umano, che resta l'anima del rifugio», ha spiegato Silva. La presidente ha, poi, proposto di avviare una riflessione sulla figura professionale del rifugista, con l'obiettivo di arrivare a un maggiore riconoscimento delle competenze e delle professionalità richieste da questo lavoro. Una professione che racchiude capacità gestionali, conoscenze tecniche, attenzione alla sicurezza, competenze in ambito ambientale e alimentare, ma anche doti relazionali e di accoglienza. L'obiettivo è valorizzare il ruolo del rifugista e riconoscere la complessità di un'attività che richiede preparazione, responsabilità e capacità di affrontare le particolari condizioni operative della montagna.

Nella pagina seguente: l'intervento di Battaiola.

Nel corso dell'assemblea è intervenuto l'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni**, che ha evidenziato il costante lavoro e la disponibilità degli uffici provinciali che operano a supporto dei rifugi, in particolare per accompagnare i gestori nelle pratiche amministrative e nella richiesta di incentivi per la riqualificazione e efficientamento energetico e idrico degli immobili e negli adempimenti necessari allo svolgimento delle attività. Failoni ha sottolineato l'importanza di garantire un sostegno continuativo a queste realtà, che operano spesso in condizioni logistiche e organizzative complesse. Nel suo intervento ha affrontato anche il tema della gestione dei plantigradi, illustrando le attività che la Provincia autonoma di Trento porta avanti per il monitoraggio degli animali e la gestione della loro presenza sul territorio. Un argomento particolarmente rilevante per chi vive e lavora quotidianamente in montagna e si confronta direttamente con le dinamiche legate alla presenza dei grandi carnivori.

Il tema della rappresentanza del comparto all'interno del sistema turistico provinciale è stato approfondito anche da **Giovanni Battaiola**, presidente dell'Asat, l'Associazione Albergatori e Imprese Turistiche della Provincia di Trento, e di Trentino Marketing. Battaiola ha ricordato come i gestori dei rifugi siano soci Asat e come questo legame abbia trovato un riconoscimento concreto nella recente modifica statutaria dell'associazione. Il nuovo statuto prevede, infatti, che il presidente dell'Associazione Gestori Rifugi del Trentino entri stabilmente a far parte della Giunta esecutiva dell'Asat, garantendo così una presenza diretta e stabile del comparto all'interno dell'organismo di rappresentanza. Una scelta che punta a dare maggiore voce alle specificità di un settore strategico per il turismo montano. Il presidente ha inoltre richiamato il lavoro di comunicazione e promozione portato avanti da Trentino Marketing, sottolineando l'importanza delle attività realizzate per valorizzare il territorio e rafforzarne il posizionamento turistico. In questo contesto anche i rifugi rappresentano una componente importante dell'offerta trentina, non soltanto come strutture ricettive, ma come luoghi capaci di raccontare l'identità della montagna e offrire un'esperienza autentica ai visitatori.

L'incontro si è concluso con un momento di confronto con i rappresentanti dei servizi provinciali: per APPA **Gabriele Rampanelli**, per il Servizio Geologico **Franco Daminato** e per il Servizio Foreste **Giovanni Giovannini**, accompagnato dal maresciallo **Roberto Monte**. Al centro del dialogo, alcuni temi di particolare interesse per la gestione dei rifugi e la tutela del territorio montano, tra cui autorizzazioni, manutenzione dei sentieri, salvaguardia ambientale e gestione dei fenomeni franosi. Tra le priorità evidenziate da Appa figurano la tutela delle risorse idriche, la corretta gestione degli scarichi e delle relative autorizzazioni, la manutenzione degli impianti di trattamento, la raccolta differenziata e la gestione dei rifiuti. Attenzione anche al risparmio energetico, alla riduzione degli sprechi e all'adozione di pratiche gestionali sempre più sostenibili. Un richiamo importante alla responsabilità dei gestori e dei proprietari nel mantenere strutture e documentazione in regola, prevenendo possibili criticità ambientali. Il Servizio Geologico ha, invece, illustrato gli strumenti cartografici provinciali per conoscere e valutare i rischi geologici e idrogeologici. In particolare, è stata richiamata l'importanza delle Carte della Pericolosità e della Carta di Sintesi della Pericolosità, strumenti indispensabili prima di programmare interventi di manutenzione, ampliamento o realizzazione di opere accessorie, soprattutto nelle aree caratterizzate da elevati livelli di rischio. Tra gli aspetti operativi di maggiore interesse sono stati approfonditi anche i controlli sulle autorizzazioni allo scarico, la presenza e l'accessibilità dei pozzetti di campionamento, la manutenzione dei grigliatori e la corretta organizzazione delle aree di deposito dei rifiuti. Indicazioni concrete per aiutare i gestori a prevenire irregolarità e affrontare con maggiore consapevolezza gli adempimenti ambientali.



L'incontro ha rappresentato un'importante occasione di dialogo tra operatori e istituzioni, confermando la necessità di una collaborazione costante per affrontare le sfide legate alla gestione dei rifugi, alla sicurezza e alla salvaguardia dell'ambiente.

«No people = no future; no home = no people»

A Soraga l'assemblea annuale della sezione Asat Centro Fassa

3' e 24"

Con lo slogan «No people = no future - no home = no people» si è tenuta a Soraga l'assemblea annuale della sezione Centro Fassa dell'Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento (Asat).

A fare gli onori di casa il presidente **Guglielmo Lasagna**, insieme a tutto il direttivo di sezione. Nel pomeriggio si è svolta dapprima la parte privata dell'assemblea, che ha visto le elezioni del nuovo direttivo chiamato a guidare la sezione nei prossimi tre anni. Al gruppo uscente si sono affiancati anche volti nuovi, giovani e donne, portando una ventata di novità e di ottimismo all'interno di una squadra sempre più impegnata ad affrontare le sfide quotidiane, con uno sguardo rivolto al futuro. Da ciò nasce anche lo slogan scelto per l'assemblea: partire dalle persone e esigenze dell'oggi per costruire il futuro.

A Lasagna è spettato poi il compito di introdurre la parte pubblica, con i saluti di rito e un bilancio del lavoro svolto nel mandato appena concluso. Un lavoro caratterizzato da numerosi incontri sul territorio con tutti i principali interlocutori: dalla parte politica e amministrativa – Comun General de Fascia, Comuni e rappresentanti in Consiglio provinciale – agli impiantisti, che hanno un ruolo importante anche per lo sviluppo turistico della valle, fino ai colleghi e ai rappresentanti di Asat provinciale, con i quali sono state portate avanti tanto le istanze generali della categoria quanto quelle specifiche del territorio fassano. Lasagna ha voluto ricordare anche il forte rapporto instaurato con i rappresentanti delle forze dell'ordine locali, con i quali è nato un rapporto professionale fondato sulla collaborazione e sul reciproco rispetto. Sono stati, quindi, richiamati alcuni dei temi concreti che hanno interessato l'attività della sezione: da quello ormai annoso legato ai presidi medico-sanitari fino alla questione, più recente, degli ammaloramenti del sistema di conduzione dell'acqua potabile.



Il tema della casa per i collaboratori

Dal canto suo, **Matteo Torresani** ha voluto portare all'attenzione dei colleghi il lavoro svolto sul tema della disponibilità di alloggi per i collaboratori, una questione ancora aperta e irrisolta sotto molti aspetti. Il primo problema, ha sottolineato Torresani, è quello legislativo, poiché oggi le norme non consentono ai Comuni di minori dimensioni di usufruire di agevolazioni e sistemi di sostegno alla tassazione. A questo si aggiunge la mancanza di dati sufficienti sui quali basare un'analisi definitiva del fenomeno: quanti sono effettivamente i lavoratori che operano in zona, da dove provengono e dove risiedono durante la stagione.

«Da soli non si ottiene nulla»

Francesca Brunel ha voluto sottolineare l'importanza del lavoro di squadra: «Da soli non si ottiene nulla, il singolo spesso non riesce a risolvere i propri problemi7. Da qui un forte invito alla partecipazione alla vita della sezione, per creare una vera e propria comunità di albergatori, capace di affrontare insieme le problematiche del settore e del territorio.

Il sostegno dell'Asat provinciale

Dal presidente provinciale di Asat **Giovanni Battaiola**, collegato online, mentre in sala erano presenti il direttore provinciale **Davide Cardella** e il referente di zona **Andrea Rudari**, è arrivato il riconoscimento per il lavoro svolto in questi anni dalla sezione Centro Fassa. Battaiola ha rimarcato come i temi della casa, dell'ambiente e della nuova classificazione alberghiera siano tra quelli sui quali anche Asat provinciale è impegnata con convinzione. Senza dimenticare la necessità di una maggiore formazione per il personale alberghiero e la ricerca di nuove forze, anche attraverso progetti di coinvolgimento di lavoratori provenienti da altri Paesi, come l'Argentina.

Hanno, quindi, portato il proprio saluto i primi cittadini di Soraga, **Valerio Pederiva**, e di San Giovanni di Fassa, **Giulio Florian**, che hanno voluto confermare il lavoro svolto in questi anni dalla categoria, sia a tutela degli operatori sia a servizio degli ospiti della valle. Agli albergatori è arrivato inoltre il saluto di **Fausto Lorenz**, presidente di ApT di Fassa, presente in sala insieme al direttore **Nicolò Weiss**; di **Claudio Bernard**, presidente, e **Elisa Maccagni**, amministratore delegato di Catinaccio Buffaure S.p.A. A chiudere gli interventi è stato, a sorpresa, **Gaetano Rasom**, presidente di HC Fassa, con un intervento rivolto alla platea degli albergatori.

L'assemblea si è così conclusa con un momento conviviale offerto da Fassa COOP, nel segno della partecipazione e della collaborazione, con un nuovo direttivo chiamato a proseguire il lavoro della sezione e ad affrontare le sfide di un territorio nel quale persone, casa e futuro del turismo sono temi sempre più strettamente legati tra loro.



Tavolo 27, il lavoro che apre nuove opportunità



L'Asat al fianco del progetto

1' e 48"

A Spini di Gardolo nasce un nuovo spazio di inclusione, formazione e reinserimento sociale. L'Asat contribuisce al progetto mettendo a disposizione competenze e percorsi formativi per la ristorazione.

Il lavoro come strumento di dignità, autonomia e reinserimento sociale. È questo il principio che anima Tavolo 27, il nuovo ristorante-pizzeria che sorgerà accanto alla Casa circondariale di Trento, a Spini di Gardolo, nell'ambito del Distretto dell'economia solidale promosso dalla Provincia autonoma di Trento. Un progetto che mette in rete istituzioni, Terzo settore, imprese e associazioni di categoria per offrire opportunità concrete alle persone coinvolte in percorsi di esecuzione penale. In questa iniziativa si inserisce anche il contributo dell'Asat, che ha scelto di sostenerla mettendo gratuitamente a disposizione competenze professionali e strumenti formativi. Un impegno che sottolinea il valore della formazione come ponte verso il mondo del lavoro e come occasione per costruire nuove prospettive professionali. A riconoscimento di

questa collaborazione, in occasione dell'inaugurazione di Tavolo 27, l'Asat ha ricevuto una targa celebrativa per il contributo offerto alla realizzazione del progetto.

Il nome Tavolo 27 richiama l'articolo 27 della Costituzione italiana, che sancisce il senso di umanità della pena e la sua finalità rieducativa. Un riferimento che esprime pienamente la filosofia dell'iniziativa, nella quale il lavoro diventa occasione per acquisire competenze, assumersi responsabilità e ritrovare un ruolo attivo nella società. La gestione del ristorante-pizzeria sarà affidata a Spinipizza Impresa Sociale Srl, realtà costituita da quattro enti del Terzo settore trentino: Kaleidoscopio, Comunità Murialdo, APAS e Con.Solida. Professionisti della ristorazione affiancheranno le persone inserite nei percorsi lavorativi, con il supporto di tutor aziendali e la possibilità di accedere a tirocini e successive opportunità di assunzione. A regime, il progetto potrà coinvolgere contemporaneamente sei-otto persone. Tavolo 27 si inserisce, inoltre, in una filiera sociale che collega le attività produttive svolte all'interno della struttura penitenziaria, come la coltivazione dei prodotti dell'orto, ai laboratori esterni di trasformazione e al servizio di ristorazione. Un modello di collaborazione che mette in relazione diverse realtà e valorizza il lavoro lungo tutta la filiera. Il locale sarà uno spazio aperto alla cittadinanza, ai lavoratori della zona industriale, alle famiglie e a chi percorre la vicina ciclovia dell'Adige. Accanto al servizio di ristorazione, sono previste iniziative sociali e culturali, con l'obiettivo di fare di Tavolo 27 un nuovo punto d'incontro per Trento Nord e per l'intera comunità. L'apertura è prevista per la fine dell'anno.



... SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Insieme si cresce

Per questo motivo, mentre chiudiamo simbolicamente un anno dedicato alla celebrazione della nostra storia, è importante guardare anche al futuro. Le sfide che attendono il comparto richiedono competenze, innovazione e capacità di adattamento, ma richiedono anche coesione. Nessuna impresa può affrontare da sola tutte le trasformazioni in atto; una comunità associativa forte, invece, può accompagnare il cambiamento, interpretarlo e trasformarlo in opportunità.

L'invito, dunque, è a continuare a partecipare, a portare idee e contributi, a vivere l'Associazione come uno spazio di dialogo aperto e costruttivo. Perché il valore dell'associazionismo non risiede soltanto nei risultati che ottiene, ma nella capacità di creare relazioni, generare conoscenza e rafforzare quel senso di appartenenza che, oggi come ottant'anni fa, rappresenta una delle risorse più importanti per il futuro del turismo e dell'ospitalità trentina.

Davide Cardella

«Bolle di Creatività»: il Trentodoc si racconta attraverso le eccellenze dell'ospitalità trentina

A Palazzo Roccabruna la cerimonia di premiazione del social contest

3' e 34"
Arianna Bertagnolli

Portare il Trentodoc oltre i confini del territorio, farlo conoscere attraverso nuovi linguaggi e trasformare ogni esperienza in un'occasione di racconto e promozione. È questo lo spirito che ha animato «Bolle di Creatività», il social contest che il 29 ottobre ha riunito a Palazzo Roccabruna, a Trento, numerosi operatori dell'ospitalità, della ristorazione e del commercio per celebrare la creatività e la capacità di fare rete. Un appuntamento particolarmente partecipato, che ha restituito il senso di un progetto condiviso: valorizzare le bollicine di montagna non soltanto come prodotto d'eccellenza, ma come espressione di un territorio, delle sue imprese e delle persone che ogni giorno contribuiscono a renderlo unico. L'iniziativa, promossa da Asat – Federalberghi Trentino, Confcommercio Trentino e Confesercenti del Trentino, in collaborazione con Trentino Marketing e l'Istituto Trentodoc, ha dimostrato come la comunicazione digitale possa diventare uno strumento efficace per raggiungere nuovi pubblici e raccontare il Trentino attraverso esperienze autentiche.

La cerimonia, aperta dai saluti istituzionali dell'Assessore provinciale al Turismo **Roberto Failoni**, ha concluso un percorso che ha coinvolto numerose realtà imprenditoriali, chiamate a interpretare il Trentodoc attraverso contenuti originali. Sette le categorie in concorso, valutate da una giuria tecnica composta da **Sabrina Schench**, direttrice dell'Istituto Trentodoc, **Marisol Zambotti**, Brand & Communication di Trentino Marketing, **Cristian Maitan**, miglior sommelier d'Italia 2023, ed **Emanuele Trono**, content creator di Enoblogger. Dall'allestimento di un corner alla mise en place, dagli abbinamenti gastronomici agli aperitivi, fino ai brindisi più creativi: ogni contenuto ha offerto una diversa interpretazione del Trentodoc, mettendo in luce la capacità delle imprese di valorizzare il territorio.

Particolarmente significativa la presenza delle strutture alberghiere associate ad Asat tra i vincitori, a conferma del ruolo dell'ospitalità nella valorizzazione delle produzioni locali e nella promozione di esperienze autentiche. Nella categoria «Brindisi Creativi» il riconoscimento è stato assegnato al Luxury Alpine Spa Hotel Ciampedie di San Giovanni di Fassa, per un reel che racconta il Trentodoc attraverso la bellezza delle Dolomiti, trasformando il brindisi in un momento di benessere, convivialità e contatto con la natura. Un invito a rallentare e a vivere il territorio, dove un calice diventa parte di un'esperienza da ricordare e condividere. Il premio per la categoria «Aperitivo» è andato al Tevini Dolomites Charming Hotel di Commezzadura, che ha interpretato con eleganza il legame tra montagna e Trentodoc attraverso la metafora della conquista della vetta. Un racconto che valorizza passione, impegno e ricerca dell'eccellenza, reso ancora più autentico dalla presenza del maître e sommelier **Marco Biancucci**. Al Lagorai Resort & Spa di Cavalese è stato invece conferito il premio speciale Asat – Federalberghi Trentino, per la capacità di raccontare l'identità trentina attraverso un'esperienza che intreccia ospitali-



tà, enogastronomia, paesaggio e tradizioni. Un contenuto nel quale il territorio non rappresenta soltanto una cornice, ma diventa parte integrante dell'accoglienza, esprimendo la sinergia tra natura, cultura e passione imprenditoriale. Tre riconoscimenti diversi, accomunati dalla capacità di trasformare l'ospitalità in un racconto autentico, nel quale il Trentodoc diventa ambasciatore del territorio e delle persone che contribuiscono a renderlo speciale.

Un ringraziamento particolare va a **Marco Masè** del Ristorante Gallo Cedrone e a **Nicola Sicher** del Pineta Nature Resort, che hanno scelto di sostenere concretamente l'iniziativa mettendo generosamente in palio due premi esperienziali, espressione dell'eccellenza dell'ospitalità e della ristorazione trentina. Due realtà che rappresentano, ciascuna con la propria identità, la qualità, la passione e la capacità di valorizzare il territorio attraverso esperienze di alto livello. Il loro contributo va oltre il valore dei premi: testimonia un modo di fare impresa che crede nella collaborazione, nella condivisione e nella promozione reciproca. Un gesto che racconta concretamente lo spirito associativo e la volontà di mettere le proprie eccellenze a disposizione di un progetto comune. A Marco Masè e Nicola Sicher va, quindi, il sincero ringraziamento di Asat – Federalberghi Trentino, per la disponibilità e la generosità dimostrate e per aver contribuito a rendere ancora più significativa un'iniziativa che pone al centro la qualità dell'accoglienza e il valore delle relazioni tra gli operatori.

La partecipazione e l'entusiasmo che hanno accompagnato la premiazione confermano l'importanza di investire in progetti capaci di mettere in relazione settori diversi, creando nuove opportunità di visibilità per le imprese. «Bolle di Creatività» ha dimostrato che anche un contenuto social può diventare uno strumento prezioso di promozione, quando nasce da un'esperienza autentica e dalla capacità di raccontarla con passione. Perché dietro ogni calice di Trentodoc c'è un intero territorio fatto di persone, paesaggi, professionalità e storie da condividere. Ed è proprio questa la forza dell'iniziativa: aver trasformato tante singole voci in un racconto comune, capace di portare l'eccellenza trentina ben oltre i confini delle nostre montagne.

Rovereto capitale dell'arte, la candidatura passa dal territorio

Mauro Nardelli: «Collegare Mart, Casa Depero e i paesaggi della valle in un progetto culturale condiviso»

4' e 45"

Il Mart da una parte, il centro storico dall'altra, castelli, vigneti e borghi della Vallagarina sullo sfondo. Rovereto dispone già di un patrimonio culturale e paesaggistico importante, ma la sfida è metterlo a sistema, trasformandolo in un'esperienza riconoscibile per chi visita la città e il territorio. È da questa prospettiva che **Mauro Nardelli**, presidente della sezione Asat Vallagarina, guarda alla candidatura di Rovereto a Capitale italiana dell'Arte contemporanea: un'opportunità da sostenere, ma soprattutto da tradurre in un progetto concreto, con ricadute che vadano oltre l'eventuale riconoscimento. «La vera domanda non è soltanto se Rovereto debba candidarsi, ma quale progetto vogliamo realizzare attraverso questa candidatura», osserva Nardelli nel documento di proposte e riflessioni elaborato in vista del percorso di confronto avviato dal Comune. Il punto, per il rappresentante degli albergatori della Vallagarina, è fare in modo che la candidatura diventi l'occasione per rafforzare il posizionamento turistico della città, coinvolgendo l'intero territorio e costruendo servizi destinati a rimanere anche dopo la conclusione dell'iniziativa.

Sotto: il Mart a Rovereto.



Una città d'arte riconoscibile

Il primo intervento riguarda l'identità della destinazione. Per Nardelli, chi arriva a Rovereto dovrebbe riconoscere immediatamente di trovarsi in una città d'arte, già dalla stazione ferroviaria, dai parcheggi e dalle principali vie d'accesso, prima ancora di raggiungere il Mart, Casa Depero o il centro storico. «Una città d'arte deve avere un'identità visibile, coerente e riconoscibile, ciò che non è oggi», scrive. Da qui la necessità di lavorare sulla segnaletica, sulla comunicazione, sugli spazi pubblici e sull'organizzazione dei percorsi, affinché il visitatore possa orientarsi con facilità e comprendere il legame tra i diversi luoghi d'interesse. Il patrimonio, da solo, non basta se non è facilmente accessibile e leggibile. La proposta è, quindi, di avviare fin da subito interventi concreti: indicazioni coordinate, punti informativi riconoscibili, percorsi chiari e collegamenti semplici tra le attrazioni. Un sistema dell'accoglienza che non servirebbe soltanto alla candidatura, ma risponderebbe alle esigenze quotidiane di turisti e visitatori.

Dal Mart al paesaggio della Vallagarina

Il cuore culturale del progetto è il Mart, che Nardelli considera non soltanto un museo di grande richiamo, ma un soggetto capace di generare cultura e relazioni anche al di fuori delle proprie sedi. Accanto al museo, Casa Depero rappresenta il collegamento con la storia artistica di Rovereto e con una concezione dell'arte che compren-

de grafica, design, pubblicità, teatro e vita quotidiana. La proposta è mettere in relazione queste risorse con il paesaggio della Vallagarina, i castelli, i palazzi storici, i borghi, le cantine e le comunità locali. «Rovereto non vuole soltanto essere una città che ospita un grande museo. Vuole essere la città nella quale il museo incontra il territorio e nella quale l'arte contemporanea diventa strumento per leggere, valorizzare e trasformare Rovereto e il paesaggio della Vallagarina». L'obiettivo è superare la separazione tra città e aree esterne, costruendo un unico sistema culturale. Il Mart potrebbe diventare il punto di partenza di una rete nella quale Rovereto mette in relazione l'arte con la propria storia e la Vallagarina offre il contesto nel quale sviluppare nuovi progetti. Non si tratterebbe di trasformare il museo in un semplice prodotto turistico, ma di utilizzare la sua capacità culturale per attivare collaborazioni e nuove occasioni di conoscenza.

Il Sentiero del Marzemino e il coinvolgimento delle imprese

Tra le proposte più concrete figura il Sentiero del Marzemino (vedi pezzo a pagina ––), che potrebbe diventare uno dei progetti rappresentativi della candidatura. L'idea è andare oltre il tradizionale itinerario enogastronomico, facendo incontrare arte contemporanea, vino e paesaggio attraverso installazioni, interventi temporanei e attività di ricerca e divulgazione. «L'opera non deve competere col paesaggio, deve aiutare a leggerlo», sottolinea Nardelli. Artisti, architetti, designer e giovani creativi potrebbero essere coinvolti in progetti capaci di valorizzare ciò che già esiste, rendendo il territorio un luogo di produzione culturale. Anche scuole, agricoltori, viticoltori e comunità locali potrebbero partecipare alla costruzione delle iniziative. In questa visione, un ruolo importante spetta alle imprese. Hotel, ristoranti, negozi, cantine e aziende non dovrebbero essere considerati soltanto come possibili finanziatori, ma come protagonisti del progetto. «Introduciamo con le imprese un vero patto cultura-impresa-territorio», propone Nardelli. Le attività economiche potrebbero ospitare installazioni, incontri, contenuti e piccole esperienze, contribuendo a rendere più diffusa e riconoscibile l'identità culturale della destinazione. Per il comparto turistico si aprirebbe così la possibilità di collegare maggiormente l'offerta ricettiva alle risorse culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche, ampliando le occasioni di visita e rafforzando il racconto complessivo della Vallagarina.

Accessibilità ed eredità della candidatura

Per rendere effettiva questa integrazione, Nardelli individua un altro passaggio strategico nella mobilità. La proposta è costruire una vera walking city, nella quale chi arriva in treno possa muoversi facilmente a piedi, in bicicletta o con i mezzi pubblici tra la stazione, il centro storico, il Mart e Casa Depero. La stessa logica dovrebbe estendersi progressivamente ai comuni della Vallagarina, attraverso collegamenti integrati e, dove necessario, servizi dedicati o stagionali. Il progetto richiede inoltre una governance condivisa, con il Comune di Rovereto e i principali soggetti culturali affiancati da Comuni, ApT, Trentino Marketing, imprese, associazioni di categoria, scuole e cittadini. La candidatura, secondo Nardelli, deve essere un



percorso partecipato e non soltanto amministrativo. Resta infine la questione più importante: che cosa rimarrà al territorio? Per il presidente della sezione Asat Vallagarina, il successo non può essere misurato esclusivamente dal numero degli eventi o dei visitatori, ma dalla capacità di lasciare una rete culturale stabile, nuove opportunità per i giovani, percorsi riconoscibili e relazioni durature tra arte, paesaggio ed economia locale. La candidatura può diventare, così, un'occasione di sviluppo anche per il turismo, a condizione che si traduca in interventi concreti e in una collaborazione effettiva tra istituzioni, cultura e imprese. Una prospettiva nella quale Rovereto non si propone come destinazione isolata, ma come porta d'accesso a un territorio più ampio, da scoprire attraverso il suo patrimonio artistico, la sua storia e le sue produzioni. Nardelli precisa, infine, che «il documento relativo all'ipotesi di candidatura di Rovereto al bando per la Capitale italiana dell'arte contemporanea è stato trasmesso, in data 24 settembre 2026, al gruppo di lavoro, del quale Asat fa parte. La partecipazione di Asat al percorso di lavoro è pertanto un fatto documentato, che merita di essere adeguatamente riconosciuto».


Foto www.visittrentino.info

Il Sentiero del Marzemino, tra vigne, castelli e palazzi

3' e 48"

Mauro Nardelli, consigliere del Cda di ApT Rovereto Vallagarina Monte Baldo e presidente della sezione Rovereto Vallagarina di Asat – Federalberghi del Trentino

Dare vita a un'idea è...un progetto che nasce da un'intuizione di Asat Vallagarina e diventa realtà grazie al lavoro di ApT Rovereto Vallagarina Monte Baldo e ATA – Trentino Marketing



Il Sentiero del Marzemino, tra vigne, castelli e palazzi, nasce da una domanda semplice, ma strategica: come valorizzare il Marzemino attraverso il territorio nel quale è nato e di cui rappresenta una parte integrante? Non è soltanto un vino da degustare, ma un'espressione della storia, della cultura, del paesaggio e della tradizione produttiva della Vallagarina. Un elemento identitario che può diventare la chiave per far conoscere il territorio in tutte le sue dimensioni. Da questa intuizione è nata l'idea di superare la logica della singola cantina o della semplice degustazione, costruendo una proposta capace di accompagnare il visitatore alla scoperta dei luoghi, delle persone e delle storie della Vallagarina. Non si tratta soltanto di tracciare un itinerario, ma di creare un'esperienza che permetta di conoscere i protagonisti della produzione vitivinicola e il legame tra il vino, la terra e la comunità.

Il territorio dispone di un patrimonio straordinario: vigneti, cantine, paesi, castelli, palazzi, arte, cultura e tradizioni. Risorse che possono esprimere un potenziale turistico ancora maggiore se valorizzate attraverso una proposta coordinata e riconoscibile. Il turista contemporaneo cerca esperienze autentiche: non vuole soltanto visitare un luogo, ma viverlo, comprenderne le caratteristiche e incontrare chi lo abita. Il Sentiero del Marzemino può

rispondere a questa esigenza, valorizzando Rovereto e la Vallagarina, ampliando le occasioni di visita e favorendo una maggiore permanenza sul territorio. Può inoltre creare nuove opportunità di collaborazione e dare visibilità alle eccellenze legate al vino, all'arte e alla cultura. La vera forza del progetto sta nella capacità di creare connessioni: tra cantine e territorio, tra città e campagna, tra cultura e vino, tra operatori e visitatori. È questa la prospettiva che può trasformare un percorso in un vero progetto territoriale.

In questo processo è centrale il lavoro di ApT Rovereto Vallagarina Monte Baldo, insieme ad ATA – Trentino Marketing, per costruire un prodotto turistico strutturato e mettere in rete le realtà coinvolte attorno a una visione comune. L'obiettivo è andare oltre l'enoturismo tradizionale, legato alla visita in cantina e alla degustazione, per sviluppare una vera e propria enocultura, capace di raccontare la storia, il paesaggio, l'arte, le persone e le tradizioni, restituendo il rapporto tra il vino e la comunità che lo produce. Il sentiero può diventare un ponte tra la cultura del vino e quella del territorio, mettendo in relazione Rovereto con la dimensione rurale della Vallagarina. Da una parte i centri abitati, il Mart, i musei e i luoghi dell'arte; dall'altra le colline, i vigneti, le cantine e il paesaggio agricolo. Due mondi complementari che possono integrarsi in un'unica esperienza turistica. Il visitatore potrà passare dalla città alla campagna, scoprire le cantine e conoscere le produzioni locali. Ogni tappa contribuirà a un racconto unitario: vigneti, cantine, borghi e luoghi d'arte diventeranno parti di una proposta integrata. Il vino sarà una porta d'ingresso alla cultura della Vallagarina, mentre la cultura permetterà di comprenderne meglio il valore. L'obiettivo non è semplicemente portare persone sul sentiero, ma fare in modo che il percorso generi conoscenza e opportunità per l'intero territorio. Un prodotto turistico, infatti, si distingue da un semplice itinerario proprio per la capacità di mettere in relazione luoghi e attività, creando una proposta articolata e ricadute diffuse. Per raggiungere questo risultato è fondamentale coinvolgere chi opera quotidianamente sul territorio. Cantine, strutture ricettive, B&B, ristoranti e operatori turistici possono diventare punti di riferimento per il visitatore, contribuendo a raccontare il sentiero e a trasmettere il valore delle eccellenze locali.

Un progetto di enoturismo ha bisogno di persone preparate, capaci di accompagnare il visitatore alla scoperta delle produzioni vitivinicole, della cultura del cibo e dell'identità della Vallagarina. La formazione assume, quindi, un ruolo fondamentale. ApT e ATA – Trentino Marketing possono favorire la crescita professionale degli operatori e rafforzare i collegamenti tra cantine, sistema alberghiero, B&B di qualità e ristorazione, sviluppando le competenze necessarie per un'accoglienza sempre più esperienziale. La sfida è trasformare una rete di singoli operatori in una comunità unita da una visione condivisa. Il sentiero sarà tanto più forte quanto più ciascuno lo sentirà come un progetto proprio, capace di valorizzare la propria attività e rafforzare, allo stesso tempo, l'identità della Vallagarina.

Desidero rivolgere un ringraziamento particolare alla struttura di ApT Rovereto Vallagarina Monte Baldo, che sta portando avanti il lavoro necessario alla realizzazione del progetto, e ad ATA – Trentino Marketing, che lo ha accompagnato con disponibilità e attenzione, rappresentando un interlocutore prezioso. L'intuizione di Asat Vallagarina trova così concretezza attraverso la collaborazione tra i soggetti coinvolti. L'obiettivo è fare dei Sentieri del Marzemino una proposta turistica riconoscibile e duratura, capace di valorizzare le risorse locali e trasformare il legame tra vino, cultura e paesaggio in un'esperienza autentica per chi visita la Vallagarina.



Trentino, un patrimonio d'acqua da proteggere prima che sia troppo tardi

Innalzare gli argini dei laghi alpini: una risposta concreta all'emergenza idrica da Piero Maffei, albergatore di Madonna di Campiglio

2' e 40"
Francesca Maffei

Il Trentino custodisce un patrimonio naturale di valore inestimabile: centinaia di laghi e laghetti d'alta quota, autentiche riserve d'acqua incastonate in un paesaggio unico. Non sono solo un elemento paesaggistico da cartolina: sono una risorsa vitale per l'ambiente, per i boschi, per i prati, per l'agricoltura e, in ultima analisi, per le comunità che vivono in questi territori.

I dati confermano che non si tratta di un allarmismo. La Provincia di Trento ha di recente confermato un livello medio di severità idrica sul territorio, introducendo misure straordinarie che consentono ai Consorzi di bonifica di chiedere la riduzione dei deflussi minimi vitali nei corsi d'acqua. Il bollettino primaverile dell'Osservatorio nazionale sulla siccità ha inserito il Trentino tra le aree più colpite dal deficit di pioggia della scorsa primavera, e l'Osservatorio delle Alpi Orientali mantiene un livello di allerta per la carenza idrica nei bacini dell'Adige e del Brenta che interessano la provincia.

Il 2026, pur non avendo ancora raggiunto la gravità del 2022 (l'anno in cui il cuneo salino risalì il Po per oltre quaranta chilometri) segue una traiettoria climatica preoccupante: temperature più alte della media 1991-2020 e una neve che, anziché fungere da riserva a rilascio lento, si scioglie e defluisce a valle con mesi di anticipo, riducendo la disponibilità d'acqua proprio nei mesi estivi di massimo fabbisogno, anche a seguito di un inverno avaro di neve, con rare nevicate persino sui ghiacciai.



Sotto: lago di Tovel.

Di fronte a questo scenario, la politica e gli enti territoriali sono chiamati a decisioni chiare. Una delle misure più immediate ed efficaci sarebbe l'innalzamento del livello dei laghi alpini, elevando gli argini di almeno un paio di metri attraverso barriere naturali già disponibili in loco. Un intervento che, tradotto in termini pratici, significherebbe alcuni milioni di metri cubi d'acqua in più a disposizione del territorio, senza alcun impatto significativo sull'ambiente, sul paesaggio o sull'equilibrio geologico delle aree interessate.

Si tratta di una capacità aggiuntiva non trascurabile se paragonata alle misure già adottate dalla Provincia per far fronte alla crisi: l'accordo recentemente approvato dalla Giunta provinciale con la Regione Lombardia prevede il rilascio di un massimo di 10 milioni di metri cubi d'acqua dagli invasi idroelettrici trentini di Malga Bissina e Malga Boazzo per ciascuna stagione irrigua, a beneficio del comparto agricolo lombardo. Se il Trentino è già chiamato a cedere risorse idriche ai territori limitrofi in difficoltà, a maggior ragione deve dotarsi degli strumenti per ampliare le proprie riserve, anche in vista di future situazioni di scarsità. Non si tratta di un'opera faraonica. Molti laghi alpini hanno un emissario di dimensioni contenute, poco più di un torrente di modeste proporzioni: questo significa che, in numerosi casi, l'innalzamento dell'argine richiederebbe interventi limitati, con costi contenuti rispetto ad altre grandi opere idrauliche. Un fattore che rende la proposta non solo ambientalmente sostenibile, ma anche concretamente realizzabile in tempi ragionevoli.

Restano naturalmente da approfondire gli aspetti tecnici, normativi e di tutela paesaggistica, che meritano il confronto con gli enti competenti, i tecnici del settore e le associazioni ambientaliste, il cui contributo è essenziale per progettare interventi realmente equilibrati. Ma il punto di partenza non può più essere rinviato: i dati degli ultimi mesi confermano che il Trentino non può più permettersi di rincorrere l'emergenza dopo che si è manifestata. Servono decisioni tempestive e responsabili, capaci di coniugare tutela ambientale e sicurezza idrica per le prossime generazioni.



Sintesi del Quarto Rapporto SRM «Turismo, Imprese & Territorio 2026»

Il turismo italiano guarda al futuro: nuove destinazioni, imprese innovative e centralità delle persone nell'era dell'AI

Turismo 2026: crescita più selettiva e competitività europea

6' e 44"

Secondo lo scenario centrale delle previsioni elaborate da SRM (centro studi collegato al gruppo Intesa Sanpaolo), nel 2026 il turismo italiano raggiunge 548,9 milioni di presenze, in crescita del 2,5% rispetto ai 535,5 milioni del 2025. L'aumento è sostenuto soprattutto dalla domanda internazionale. Il valore aggiunto turistico diretto si attesta a 121,9 miliardi di euro, mentre il peso complessivo del turismo sull'economia nazionale raggiunge l'11,3%, considerando anche gli effetti indiretti e indotti. Una prospettiva positiva che si inserisce in uno scenario geopolitico ed economico particolarmente complesso. Secondo l'indagine 2026 di UN Tourism tra gli esperti del settore, le prime due criticità per il turismo internazionale sono l'aumento dei costi di trasporto e alloggio (67% vs 40% del 2025) e le conseguenze del conflitto in Medio Oriente (66%). Nonostante queste incertezze, le prospettive di crescita confermano ancora una volta la forte resilienza della domanda turistica e del desiderio delle persone di viaggiare, conoscere nuovi luoghi, incontrare culture diverse e vivere esperienze.

L'Indice di Competitività Turistica Regionale (ICTR) di SRM al 2024, che confronta 98 regioni di Italia, Spagna, Francia e Germania, conferma il forte posizionamento italiano: 19 delle 21 regioni italiane figurano nelle prime 50 posizioni, contro 12 spagnole, 11 francesi e 8 tedesche. Il Veneto guida la graduatoria, seguito dalla Provincia autonoma di Bolzano e dalle Canarie. Nel Mezzogiorno, Campania, Sardegna e Puglia superano la media italiana dell'ICTR e complessivamente cinque regioni su otto si collocano al di sopra della media delle 98 regioni europee analizzate, L'Italia presenta il valore medio dell'ICTR più elevato tra i quattro Paesi (123,8), sostenuto soprattutto dalla struttura dell'offerta (129,3) e dall'intensità turistica (138,5), rispetto alla performance della domanda (103,5). Uno dei principali punti di forza del turismo italiano è infatti la varietà e la qualità dell'offerta, che combina città d'arte, destinazioni balneari e montane, enogastronomia, tradizioni culturali e brand territoriali riconosciuti. La sfida è ora valorizzare anche i territori con potenzialità turistiche ancora poco espresse, in particolare borghi e aree interne, attraverso migliori collegamenti, servizi e organizzazione.

La voce degli operatori alberghieri: investimenti e performance delle imprese

Il Rapporto SRM dà ampio spazio alla voce degli albergatori italiani, con una survey a 1000 imprese che approfondisce le strategie di investimento, le trasformazioni organizzative e le scelte strategiche in relazione

alle performance economiche. Due imprese su tre hanno investito negli ultimi tre anni. La spesa per investimenti si concentra soprattutto su manutenzione straordinaria e ampliamento delle strutture (38%), rinnovo degli arredi (37%) ed estensione dei servizi ricettivi (10%). Guardando alle priorità per i prossimi cinque anni, emerge una particolare attenzione all'efficientamento energetico e idrico, alla riduzione dei rifiuti, alla salubrità degli ambienti e alla formazione del personale e del management. Gli operatori puntano quindi a contenere i costi di gestione, migliorare la qualità dell'accoglienza e rafforzare le competenze, integrando progressivamente sostenibilità ed efficienza nelle proprie strategie aziendali. Le imprese che investono mostrano risultati economici mediamente più elevati. Nel 2024 registrano un fatturato medio di 1,92 milioni di euro, contro 1,54 milioni delle non investitrici, e un EBITDA di 441 mila euro, rispetto a 342 mila. Pur senza attribuire automaticamente un rapporto causale agli investimenti, emerge un'associazione positiva tra intensità dell'investimento e performance aziendale. Particolarmente significativo è il profilo delle imprese che orientano le risorse verso ampliamento dei servizi, digitalizzazione e sostenibilità, caratterizzate da livelli medi di EBITDA superiori alla media delle investitrici. Si delinea così un cluster dell'innovazione, nel quale investimenti tecnologici, attenzione alla sostenibilità e capacità organizzativa tendono a rafforzarsi reciprocamente.

Tecnologia e Intelligenza Artificiale: una nuova frontiera della competitività alberghiera

Una delle principali novità del Rapporto SRM 2026 è l'approfondimento dedicato alla trasformazione digitale e all'Intelligenza Artificiale nelle imprese alberghiere, una tecnologia destinata a incidere sull'organizzazione aziendale, sui processi decisionali, sulla relazione con il cliente e sulle competenze professionali. Dalla voce dei 1.000 albergatori emerge un percorso di innovazione avviato, ma ancora lontano da una diffusione generalizzata. Il 37,1% delle imprese ha già investito o prevede investimenti in AI per il 2026-2027 in almeno un ambito aziendale. In particolare, il 7,4% ha già realizzato investimenti, mentre un ulteriore 29,7% li ha programmati senza averne ancora effettuati. A queste si aggiunge il 23,7% delle imprese che sta valutando possibili applicazioni, senza aver ancora assunto decisioni di investimento. Le scelte si concentrano soprattutto sulle attività più vicine al cliente: il 19% delle imprese ha già investito o prevede investimenti nell'AI applicata al customer care, il 17% nel marketing e nelle vendite e il 10% nel revenue management e pricing. Seguono la gestione della reputazione online, la manutenzione delle strutture, la sicurezza informatica e l'organizzazione dei processi interni. Chatbot multilingue, gestione automatizzata delle richieste, personalizzazione delle offerte e analisi delle recensioni rappresentano alcune delle applicazioni più immediate, mentre nelle funzioni gestionali più complesse l'adozione procede con maggiore prudenza. L'indice medio di maturità AI, pari a 1,85 su 5, sintetizza il livello di adozione e di interesse verso queste tecnologie nelle diverse funzioni aziendali, confermando una trasformazione ancora nelle fasi iniziali. I principali ostacoli riguardano costi, integrazione con i sistemi gestionali, competenze, affidabilità delle soluzioni, privacy e qualità dei fornitori. La sfida è quindi accelerare il passaggio dalle intenzioni agli investimenti concreti, integrando l'AI nei processi aziendali per migliorare efficienza, conoscenza della domanda e qualità dell'ospitalità. L'AI risulta maggiormente presente nelle strategie delle imprese già orientate all'investimento: il 50,5% degli alberghi che hanno investito nell'ultimo triennio ha già realizzato o programmato investimenti in almeno un'applicazione AI, contro il 12,7% delle imprese non investitrici. Dimensione aziendale, inter-



nazionalizzazione e cultura digitale rappresentano ulteriori fattori associati alla diffusione di queste tecnologie. Una prospettiva ancora più innovativa riguarda il modo in cui l'AI sta modificando la ricerca e la scelta delle strutture ricettive da parte dei turisti. La crescente diffusione di motori intelligenti e agenti digitali trasforma progressivamente i tradizionali meccanismi di visibilità e intermediazione. Per gli alberghi non è più sufficiente essere presenti online: diventa sempre più importante rendere la propria offerta riconoscibile e interpretabile dai sistemi di Intelligenza Artificiale, attraverso informazioni aggiornate, dati strutturati, reputazione digitale e descrizione chiara dei servizi. Il vero salto competitivo non dipende quindi dalla semplice adozione di strumenti di AI, ma dalla capacità delle imprese di integrare tecnologia, dati e competenze nei propri modelli organizzativi, migliorando efficienza, conoscenza della domanda e personalizzazione dell'esperienza turistica.

Nell'era dell'AI cresce il valore del fattore umano

La diffusione dell'Intelligenza Artificiale rende ancora più evidente un elemento distintivo del turismo: quanto più cresce il ruolo della tecnologia, tanto più diventa strategica la qualità della relazione umana. L'AI può automatizzare attività ripetitive, velocizzare le risposte e personalizzare i servizi, ma l'esperienza turistica continua a fondarsi su accoglienza, empatia, ascolto, creatività e capacità di interpretare esigenze individuali. Il fattore umano è decisivo dentro l'albergo, nel rapporto tra ospite e personale, ma anche fuori dall'albergo, nell'interazione con ristoratori, commercianti, guide, operatori culturali, servizi e comunità locali. Il turista non valuta soltanto la struttura nella quale soggiorna, ma l'intera destinazione che lo accoglie. Questa centralità delle persone si riflette anche nel mercato del lavoro. Nel 2025 il turismo ha raggiunto in Italia una media di 1,596 milioni di lavoratori dipendenti, in aumento del 7,3% rispetto all'anno precedente e del 22,7% rispetto ai livelli pre-pandemici. Il 58,5% ha meno di 40 anni, le donne rappresentano il 51,7% e i lavoratori stranieri il 29%. Alla crescita dell'occupazione si accompagna, però, una crescente difficoltà nel reperire e trattenere le professionalità necessarie. Gli operatori alberghieri attribuiscono particolare importanza a problem solving, comunicazione, flessibilità, capacità di adattamento e lavoro di gruppo, insieme alle competenze linguistiche e tecnico-professionali. Le difficoltà di reperimento riguardano soprattutto cucina, intrattenimento, bar e servizi alla persona. Diventano quindi centrali la formazione, le condizioni organizzative del lavoro, le retribuzioni, il welfare e le opportunità di crescita professionale. L'innovazione tecnologica richiede nuove competenze digitali e manageriali, ma contribuisce anche ad accrescere il valore delle capacità relazionali che qualificano l'esperienza turistica.



Dalla crescita dei flussi alla crescita del valore

Il Quarto Rapporto SRM restituisce l'immagine di un turismo italiano solido e competitivo, chiamato a trasformare la propria capacità attrattiva in maggiore valore per le imprese e per i territori. Tre sono le leve fondamentali: investimenti, competenze e innovazione. A queste si affianca la necessità di rafforzare la governance delle destinazioni e ampliare le opportunità di sviluppo anche nei territori che oggi intercettano una quota limitata della domanda. La sfida è costruire un turismo capace di coniugare competitività internazionale, diversificazione territoriale e qualità dell'accoglienza, valorizzando le identità locali e accompagnando la trasformazione tecnologica delle imprese. Il futuro del turismo sarà sempre più digitale e intelligente, ma continuerà a dipendere dalla capacità delle persone, delle imprese e dei territori di offrire esperienze di qualità, creare relazioni e trasformare ogni presenza turistica in valore economico, sociale e culturale.

Ospitalità, innovare e imparare a delegare

Margherita Tisi, presidente Asat Madonna di Campiglio, racconta il passaggio generazionale nell'impresa alberghiera: più organizzazione manageriale, spazio alla vita privata e una promozione internazionale più forte per valorizzare Campiglio e la valle

1' e 52"
Francesca Maffei

Come è nata la tua vocazione all'ospitalità?

«Ho iniziato a 13 anni nell'agriturismo di famiglia, con mia sorella: otto camere, un ristorante da 50-60 coperti e il rapporto quotidiano con gli ospiti. L'accoglienza mi è sempre venuta naturale, avendo anche studiato Management per l'ambiente e il turismo. Entrare nell'azienda di mio marito Daniele (Hotel Cerana, 5Stelle, ndr) ha significato confrontarmi con una realtà più strutturata».

In cosa si differenzia il modo di lavorare delle nuove generazioni dai loro predecessori?

«I miei suoceri sono sempre stati accoglienti, anche se non mancavano resistenze al cambiamento: ho dimostrato i risultati delle mie scelte. Oggi mi occupo di seguire il personale e il marketing, con altre figure a supporto. Per la generazione precedente l'hotel era tutta la vita: vederci lontani dalla struttura per loro era quasi un trauma. Ma non si può più lavorare 24 ore al giorno, bisogna dare spazio ad altro, come la famiglia e gli hobby; si vive una volta sola, lo stakanovismo non serve più. Occorre invece organizzarsi, nominare dei responsabili e delegare, con un approccio manageriale che valuti costi e ricavi».

Perché hai scelto di diventare presidente della sezione Asat di Madonna di Campiglio?

«Mi sono avvicinata alle riunioni di categoria, il confronto con i colleghi senior mi appassionava: si parlava di temi come la promozione turistica. Sono entrata in Consiglio sotto la presidenza di Christian Armani e poi ho accettato la sfida, soprattutto di dedicarvi tanto tempo, facendomi sostituire sul lavoro da due o tre collaboratori aggiuntivi. Sono felice che a Campiglio sia nato un nuovo gruppo di Giovani albergatori guidato da Matteo Aldrighetti: sono preparati, hanno viaggiato e devono far sentire la propria voce, senza rinunciare al dialogo con chi li ha preceduti».

È più difficile innovare in un hotel già affermato?

«In un albergo di successo bisogna essere cauti, perché ha già un'identità consolidata. In una struttura in difficoltà, invece, con uno scarso giro d'affari, l'innovazione tecnologica può facilmente favorire il rilancio».

Quale segno vuoi lasciare alla fine del mandato?

«Campiglio ha un potenziale enorme, vorrei rafforzare la comunicazione internazionale e gli investimenti nella promozione, valorizzando anche la bassa stagione e facendo da traino per tutta la valle. Serve però più sinergia tra le istituzioni: siamo ancora troppo frammentati, albergatori inclusi».

32

La formazione di Cat Turismo

Appuntamenti autunno 2026

CAT TURISMO
FORMAZIONE · CONSULENZA · STRATEGIA

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

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
16/11/2026	14.00-18.00	ONLINE
14/12/2026	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 70,00 + IVA** - Quota associati: **€ 60,00 + IVA**

CORSO AGGIORNAMENTO PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

I corsi di aggiornamento non hanno un rinnovo fisso in termini di tempo (è importante dimostrare la formazione costante) ma si ritiene necessario vengano frequentati almeno ogni 5 anni. Il corso è rivolto ai titolari/responsabili, al personale di cucina e di sala.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
16/11/2026	14.00-18.00	ONLINE
14/12/2026	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 70,00 + IVA** - Quota associati: **€ 60,00 + IVA**

DIRIGENTI

"Il Dirigente di ogni azienda è la persona che, in ragione delle competenze professionali e di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell'incarico conferitogli, attua le direttive del Datore di lavoro organizzando l'attività lavorativa e vigilando su di essa." La formazione dei dirigenti deve tener conto di quanto previsto dall'art. 37, comma 7, dagli obblighi previsti all'art. 18 ed è comprensiva della formazione per lavoratori (generale + specifica). Aggiornamento quinquennale.

CORSO PER DIRIGENTI (16 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
17/11/2026 18/11/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO

Quota partecipazione: € 270,00 + IVA - Quota associati: € 230,00 + IVA

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER DIRIGENTI (6 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
18/11/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO

Quota partecipazione: € 150,00 + IVA - Quota associati: € 110,00 + IVA

PREPOSTI

FORMAZIONE AGGIUNTIVA PER PREPOSTI BASE (12 ORE)

"Il Preposto secondo quanto riportato nell'art. 2 co. 1 lett. e) del D.Lgs 81/08 è persona che, in ragione delle competenze professionali e nei limiti di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell'incarico conferitogli, sovrintende alla attività lavorativa e garantisce l'attuazione delle direttive ricevute, controllandone la corretta esecuzione da parte dei lavoratori ed esercitando un funzionale potere di iniziativa". La formazione del preposto deve comprendere quella dei lavoratori (generale e specifica), e deve essere integrata da una formazione particolare, in relazione ai compiti da lui esercitati in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Aggiornamento biennale.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
18/11/2026 19/11/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO

Quota partecipazione: **€ 250,00 + IVA** - Quota associati: **€ 210,00 + IVA**

FORMAZIONE AGGIUNTIVA PER PREPOSTI AGGIOR. (6 ORE)

"Il Preposto secondo quanto riportato nell'art. 2 co. 1 lett. e) del D.Lgs 81/08 è persona che, in ragione delle competenze professionali e nei limiti di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell'incarico conferitogli, sovrintende alla attività lavorativa e garantisce l'attuazione delle direttive ricevute, controllandone la corretta esecuzione da parte dei lavoratori ed esercitando un funzionale potere di iniziativa". La formazione del preposto deve comprendere quella dei lavoratori (generale e specifica), e deve essere integrata da una formazione particolare, in relazione ai compiti da lui esercitati in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Aggiornamento biennale.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
19/11/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO

Quota partecipazione: **€ 250,00 + IVA** - Quota associati: **€ 210,00 + IVA**

ANTINCENDIO

Il corso ha come obiettivo di fornire ai lavoratori nominati addetti antincendio le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze in caso di incendio. Il corso è previsto per tutte le tipologie di aziende, differenziando però i gradi di rischio presenti nella struttura in base ai livelli indicati nell'allegato III del Decreto Ministeriale del 02 settembre 2021.

LIVELLO 1 - BASE (4 ORE)

La classificazione del Livello 1 (rischio basso) comprende le strutture alberghiere fino a 25 posti letto. Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o dal personale eventualmente nominato, in modo che venga garantita la copertura dell'intero periodo lavorativo con figure adeguatamente formate.

CORSO ANTINCENDIO **BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 1 (4 ORE)**

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
23/11/2026	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
24/11/2026	14.00-16.00	TRENTO
26/11/2026	14.00-16.00	VAL DI FASSA
02/12/2026	14.00-16.00	ANDALO

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

LIVELLO 1 - AGGIORNAMENTO (2 ORE)

CORSO ANTINCENDIO **AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 1 (2 ORE)**

Il corso è di aggiornamento deve essere effettuato con cadenza quinquennale, a decorrere dalla data di conclusione del corso base o dall'ultimo corso di aggiornamento. Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a basso rischio le strutture alberghiere fino a 25 posti letto.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
24/11/2026	14.00-16.00	TRENTO
26/11/2026	14.00-16.00	VAL DI FASSA
02/12/2026	14.00-16.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 65,00 + IVA** - Quota associati: **€ 55,00 + IVA**



LIVELLO 2 - BASE (8 ORE)

La classificazione del Livello 2 (rischio medio) comprende le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture da 101 a 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso venga superato l'esame di idoneità tecnica presso la Scuola Provinciale Antincendio. Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o dal personale eventualmente nominato, in modo che venga garantita la copertura dell'intero periodo lavorativo con figure adeguatamente formate.

CORSO ANTINCENDIO **BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 2 (8 ORE)**

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a medio rischio le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture da 101 a 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso venga superato l'esame di idoneità tecnica presso la Scuola Provinciale Antincendio.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
23/11/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
24/11/2026	14.00-17.00	TRENTO
26/11/2026	14.00-17.00	VAL DI FASSA
02/12/2026	14.00-17.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 180,00 + IVA** - Quota associati: **€ 160,00 + IVA**

LIVELLO 2 - AGGIORNAMENTO (5 ORE)

Il corso è di aggiornamento deve essere effettuato con cadenza quinquennale, a decorrere dalla data di conclusione del corso base o dall'ultimo corso di aggiornamento. Il corso di aggiornamento per il Livello 2 prevede 2 ore di parte teorica (da svolgere online) e 3 ore di parte pratica in presenza.

CORSO ANTINCENDIO **AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 2 (5 ORE)**

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a medio rischio le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
23/11/2026	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
24/11/2026	14.00-17.00	TRENTO
26/11/2026	14.00-17.00	VAL DI FASSA
02/12/2026	14.00-17.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 110,00 + IVA** - Quota associati: **€ 100,00 + IVA**

LIVELLO 3 - BASE (16 ORE)

La classificazione del Livello 3 (rischio elevato) comprende le strutture alberghiere oltre i 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture oltre i 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso venga superato l'esame di idoneità tecnica presso la Scuola Provinciale Antincendio. Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o dal personale eventualmente nominato, in modo che venga garantita la copertura dell'intero periodo lavorativo con figure adeguatamente formate.

CORSO ANTINCENDIO **BASE PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 3 (16 ORE)**

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a rischio elevato le strutture alberghiere oltre i 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture oltre i 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso venga superato l'esame di idoneità tecnica presso la Scuola Provinciale Antincendio.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
23/11/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
25/11/2026	08.30-12.30/14.00-17.00	TRENTO
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
24/11/2026	14.00-18.00	TRENTO
26/11/2026	14.00-18.00	VAL DI FASSA
02/12/2026	14.00-18.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 310,00 + IVA** - Quota associati: **€ 280,00 + IVA**

LIVELLO 3 - AGGIORNAMENTO (8 ORE)

CORSO ANTINCENDIO **CORSO AGGIORNAMENTO PER AZIENDE CON RISCHIO DI INCENDIO LIVELLO 3 (8 ORE)**

Il corso è di aggiornamento deve essere effettuato con cadenza quinquennale, a decorrere dalla data di conclusione del corso base o dall'ultimo corso di aggiornamento. Il corso di aggiornamento per il Livello 3 prevede 5 ore di parte teorica (da svolgere online) e 3 ore di parte pratica in presenza. Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a rischio elevato le strutture alberghiere oltre i 200 posti letto.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
23/11/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
24/11/2026	14.00-17.00	TRENTO
26/11/2026	14.00-17.00	VAL DI FASSA
02/12/2026	14.00-17.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 180,00 + IVA** - Quota associati: **€ 160,00 + IVA**

SICUREZZA LAVORATORI / LAVORATRICI

BASE - RISCHIO BASSO (8 ORE)

Il corso è obbligatorio per tutti i lavoratori e si suddivide in due moduli distinti: - FORMAZIONE GENERALE: concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro: 4 ore – CREDITO PERMANENTE; - FORMAZIONE SPECIFICA: in funzione dei rischi individuati sulla base della valutazione del rischio, incentrandosi sui pericoli e rischi insiti nelle mansioni specifiche e sulle relative conseguenze da prevenire nonché sull'individuazione e la conoscenza delle misure di sicurezza da adottare nello svolgimento delle proprie mansioni e di contesto lavorativo. (DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE).

La durata minima della formazione viene individuata in base alla classificazione dei settori ATECO. In particolare, per i settori della classe di rischio basso (Commercio, Bar, ristoranti, alberghi, Servizi, Terziario) sono previste: 4 ore di Formazione Generale + 4 ore di Formazione Specifica. Aggiornamento quinquennale.

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
17/11/2026	14.00-18.00	ONLINE
18/11/2026		
02/12/2026	09.00-13.00	ONLINE
03/12/2026		
09/12/2026	09.00-13.00	ONLINE
10/12/2026		
15/12/2026	14.00-18.00	ONLINE
16/12/2026		

Quota partecipazione: **€ 50,00 + IVA** - Quota associati: **€ 40,00 + IVA**
Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda).

CORSO DI AGGIORNAMENTO AI DIPENDENTI BASE RISCHIO BASSO

Il corso è obbligatorio per tutti i lavoratori che devono svolgere l'aggiornamento della formazione con cadenza quinquennale, a decorrere dalla data di conclusione del corso base o dall'ultimo corso di aggiornamento.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
17/11/2026	14.00-18.00	ONLINE
18/11/2026	14.00-16.00	
02/12/2026	09.00-13.00	ONLINE
03/12/2026		
09/12/2026	09.00-13.00	ONLINE
10/12/2026		
15/12/2026	14.00-18.00	ONLINE
16/12/2026	14.00-16.00	

Quota partecipazione: **€ 50,00 + IVA** - Quota associati: **€ 40,00 + IVA**
Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda).

PRIMO SOCCORSO

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO (4 ORE)

Il corso è di aggiornamento deve essere effettuato con cadenza triennale, a decorrere dalla data di conclusione del corso base o dall'ultimo corso di aggiornamento.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
18/11/2026	14.00-18.00	AULA – TRENTO
19/11/2026	14.00-18.00	AULA – ANDALO
30/11/2026	14.00-18.00	AULA – TRENTO

Quota partecipazione: **€ 100,00 + IVA** - Quota associati: **€ 80,00 + IVA**

MOBILSPAZIO
Italian making

Since 1982

100% Made in Italy

PROGETTAZIONE E PRODUZIONE DI ARREDI PER IL SETTORE TURISTICO



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

Da luoghi di passaggio a luoghi da vivere

Il futuro dell'ospitalità sui passi alpini, tra vocazione storica e nuove opportunità turistiche



4' e 37"
David Raccanello

Per secoli i passi alpini hanno collegato territori, favorito gli scambi e accolto viaggiatori. Oggi possono ritrovare questa vocazione, trasformandosi da semplici luoghi di transito in destinazioni capaci di generare esperienze, relazioni e valore per il territorio.

Una storia fatta di passaggi e incontri

Prima ancora di diventare mete turistiche, i passi alpini erano luoghi fondamentali per la vita delle comunità montane. Attraverso questi valichi transitavano commercianti, pellegrini, pastori e viandanti. Si trasportavano merci, si scambiavano notizie, si incontravano persone provenienti da territori e culture differenti. Lungo queste vie sorsero ospizi, locande e luoghi di ristoro che offrivano riparo, un pasto caldo e, quando necessario, assistenza. La loro funzione andava ben oltre il semplice pernottamento: rappresentavano punti di riferimento in un ambiente spesso difficile e imprevedibile. Con lo sviluppo dell'alpinismo, tra Ottocento e Novecento, molti di questi luoghi divennero basi per l'esplorazione della montagna. Successivamente, la costruzione delle strade moderne, degli impianti di risalita e delle infrastrutture turistiche trasformò profondamente il ruolo dei passi alpini. Da luoghi attraversati per necessità, divennero progressivamente luoghi raggiunti per piacere. Oggi alcuni valichi sono vere icone del turismo alpino, frequentati da automobilisti, motociclisti, ciclisti, escursionisti e sciatori. Eppure, proprio questa crescente accessibilità ha, talvolta, ridotto il passo a una tappa veloce: una fotografia, un caffè e poi, nuovamente, in viaggio. Il paradosso è evidente: luoghi nati per accogliere e favorire l'incontro rischiano di diventare semplici infrastrutture di attraversamento.

Riscoprire la vocazione originaria

Il futuro turistico dei passi alpini potrebbe partire proprio dalla riscoperta della loro funzione storica. Non si tratta di ricostruire nostalgicamente il passato, ma di reinterpretarne i valori attraverso le aspettative del visitatore contemporaneo. Un tempo il viandante cercava protezione, ristoro e compagnia. Oggi il turista cerca esperienze autentiche, tranquillità, natura, relazioni e occasioni per vivere qualcosa di memorabile. Cambiano le esigenze, ma rimane sorprendentemente attuale il bisogno di trovare un luogo nel quale fermarsi e sentirsi accolti. La sfida strategica consiste quindi nel trasformare il passaggio in permanenza, la sosta occasionale in esperienza e il visitatore in un ospite che desideri ritornare.

L'ospitalità come motore della trasformazione

In questo processo, alberghi, rifugi e strutture gastronomiche possono assumere un ruolo determinante. Un recente progetto di sviluppo strategico per una struttura ricettiva situata su un passo dolomitico ha offerto l'occa-

Nella pagina seguente: David Raccanello.

sione per approfondire questa prospettiva. La riflessione non è partita dalla classificazione alberghiera, dal numero di camere o dall'introduzione di nuovi servizi, ma da una domanda fondamentale: quale ruolo può assumere questa struttura nel futuro turistico del luogo? Ne è derivato un concetto che interpreta l'ospitalità di montagna come un'esperienza complessiva, nella quale architettura, gastronomia, paesaggio, attività e relazioni contribuiscono a creare un'identità riconoscibile. Il rifugio e l'albergo di montagna possono così tornare a essere ciò che erano in origine: una casa aperta ai viaggiatori, un luogo di riferimento e un punto d'incontro tra persone accomunate dall'interesse per la montagna.

Il nuovo lusso: vivere, non possedere

L'evoluzione della domanda turistica rende questa prospettiva particolarmente interessante. Il lusso contemporaneo non si identifica necessariamente con grandi superfici, servizi sofisticati o classificazioni elevate. Sempre più spesso assume forme immateriali: tempo, silenzio, autenticità, libertà, natura e qualità delle relazioni. Un piccolo albergo di montagna può offrire camere essenziali ma confortevoli, un'architettura coerente con il paesaggio e una gastronomia di qualità, senza rinunciare alla convivialità tipica dei rifugi. Il grande tavolo condiviso, il camino acceso, il racconto di un'escursione o una conversazione tra sconosciuti diventano elementi distintivi dell'esperienza. Sono proprio queste situazioni a richiamare l'antica funzione sociale dell'ospitalità alpina. Il valore non consiste necessariamente nell'avere di più, ma nel vivere qualcosa che altrove sarebbe difficile trovare.

Nuove ragioni per raggiungere un passo alpino

Per trasformare un luogo di transito in una destinazione occorre, tuttavia, creare motivazioni di visita che vadano oltre la bellezza del panorama. La gastronomia può diventare un'attrazione autonoma, valorizzando prodotti regionali, preparazioni originali e collaborazioni con produttori e professionisti del territorio. Le attività outdoor possono arricchirsi di esperienze particolari: osservare l'alba in quota, vivere la montagna al tramonto, scoprire itinerari meno conosciuti o partecipare a piccoli eventi. Anche gli spazi esterni, le terrazze panoramiche e i luoghi dedicati all'incontro possono contribuire a prolungare la permanenza. L'obiettivo non è moltiplicare indiscriminatamente le attrazioni, ma costruire un'offerta coerente con l'identità del luogo, capace di suscitare il desiderio di raggiungerlo appositamente.

Collegare territori, ieri come oggi

Storicamente, i passi alpini hanno favorito gli scambi tra comunità e territori. Questa funzione di collegamento può trovare oggi una nuova interpretazione attraverso la cooperazione turistica. Strutture ricettive, impianti di risalita, servizi di mobilità, guide alpine, produttori locali e operatori turistici possono collaborare per sviluppare un'esperienza integrata. Gli impianti di risalita, ad esempio, non rappresentano soltanto infrastrutture sportive, ma strumenti di accessibilità e opportunità per vivere la montagna in modo diverso. La cooperazione permette di valorizzare competenze e risorse locali, migliorare la qualità dell'esperienza e distribuire le opportunità economiche tra più soggetti. In fondo, si tratta di reinterpretare una funzione antica: mettere in relazione persone, attività e territori.

Il futuro non è necessariamente più turismo, ma più valore

Ripensare i passi alpini significa infine interrogarsi sul modello di sviluppo turistico desiderato. La crescita dei flussi, le problematiche della mobilità e la pressione sul paesaggio rendono sempre meno sostenibile una visione fondata esclusivamente sull'aumento delle presenze. La prospettiva dovrebbe essere diversa: generare maggiore valore economico, culturale e sociale attraverso una migliore qualità dell'esperienza, una permanenza più significativa e un rapporto più consapevole con il territorio. Alberghi e rifugi possono diventare protagonisti di questa evoluzione, contribuendo a trasformare i passi alpini in luoghi da vivere, senza snaturarne l'identità. Per secoli questi valichi hanno rappresentato punti di incontro lungo il cammino. Oggi possono tornare a esserlo, con linguaggi, servizi ed esperienze nuovi. Forse il futuro dei passi alpini non consiste nell'inventare una funzione completamente diversa, ma nel riscoprire, con intelligenza e visione imprenditoriale, quella che li ha resi importanti per secoli: accogliere chi arriva, offrire ragioni per fermarsi e creare legami che vadano oltre il semplice passaggio.



Oltre la stagione

Il Trentino tra transizione climatica, innovazione e il lusso del silenzio



3' e 46"
Stefano Fait

C'è un'immagine che racconta la transizione alpina meglio di molti grafici: oltre il 70% dei rifugi del Trentino ha prolungato l'apertura ben oltre la consueta scadenza di fine settembre. Quella che fino a pochi anni fa chiamavamo «bassa stagione» si è trasformata sul Garda e nelle nostre valli in un prolungamento naturale dell'estate, complice un clima che dilata i calendari e una domanda internazionale che cerca ritmi più distesi. Ma la vera notizia non è solo la durata della stagione: è il modo in cui i territori rispondono. A quasi 2.500 metri di quota, il cantiere del Rifugio Tommaso Pedrotti rappresenta un prototipo di resilienza: riciclo sistematico delle acque grigie per i servizi igienici (con un risparmio di due metri cubi al giorno), raccolta piovana, fotovoltaico integrato con accumulo per dimezzare l'uso del generatore ed edilizia a secco. In un contesto in cui la siccità e la fusione dei nevai minacciano le sorgenti d'alta quota, il Pedrotti dimostra che l'adattamento climatico non è una rinuncia, ma un salto tecnologico e gestionale. La sostenibilità in montagna smette di essere uno slogan di marketing ed evolve nella sua forma più nobile: un'ingegneria dell'autonomia, della cura e del buon senso.

Anche guardando oltre le nostre montagne, l'autunno restituisce segnali macroeconomici decisamente più solidi rispetto al pessimismo che prevale sui media. La Germania, storico baricentro della domanda per l'arco alpino, sta sorprendendo al rialzo: gli indici PMI sono risaliti con decisione in area espansiva (53,8 il composito, con i servizi balzati a 52,9), le stime di crescita del Pil per l'anno in corso sono state riviste verso l'1,2-1,3% e il portafoglio ordini dell'industria tocca livelli storici. Non si tratta di un semplice rimbalzo ciclico. La locomotiva tedesca si sta riposizionando all'incrocio tra transizione energetica e intelligenza artificiale industriale: un ecosistema fatto di robotica, fabbriche intelligenti, veicoli elettrici più accessibili e una forte accelerazione sulle rinnovabili, che comincia a raffreddare i costi dell'elettricità. Anche il resto d'Europa tiene il passo: Spagna, Svezia, Paesi Bassi e Regno Unito registrano servizi e consumi vivaci. L'Italia stessa si difende più che bene.



Per il nostro territorio, la conferma di questa vitalità europea coincide con un'opportunità logistica storica: la conferma che dal 2027 il Frecciarossa Milano-Monaco effettuerà fermate stabili a Trento e Rovereto (con la prospettiva di connettere direttamente Berlino e Napoli entro il 2028). Il Trentino entra a pieno titolo nella spina dorsale ferroviaria europea ad alta velocità, accorciando le distanze con i mercati a più alta capacità di spesa e aprendo la strada a un turismo d'affari e di vacanza a ridotto impatto ambientale. Nel frattempo, il concetto stesso di ospitalità sta vivendo una duplice, profonda metamorfosi. Da un lato assistiamo all'esplosione del benessere e del longevity travel. Il wellness non è più una voce accessoria o una coccola per pochi: i dati internazionali confermano che le strutture con un'offerta strutturata di salute, rigenerazione fisica e nutrizione generano un ricavo complessivo per camera più che raddoppiato rispetto agli hotel tradizionali. Il benessere si emancipa dai vecchi cliché: quasi la metà degli utenti è ormai maschile, i viaggiatori d'affari vi cercano recupero ed equilibrio mentale, e la longevità diventa una pratica integrata fatta di cammino, aria pulita, sonno monitorato e movimento quotidiano.

Dall'altro lato, sui crinali dolomitici emerge quello che possiamo definire il «lusso dell'attrito» o l'ospitalità sottrattiva. La cronaca recente delle celebrità globali — da **Timothée Chalamet** a **Brad Pitt**, avvistati a camminare tra cunicoli rocciosi, caschi da ferrata e borghi montani senza alcun apparato di sicurezza ostentato — rivela una tendenza sommersa: il segmento più esclusivo del mercato non cerca più il lusso dorato, il cerimoniale rigido o l'iper-connessione. Cerca la fatica fisica autentica, la penombra della roccia, la polvere del sentiero, la sobrietà e, sopra ogni cosa, l'invisibilità. Il vero privilegio contemporaneo è sottrarre: togliere il rumore di fondo, disattivare le notifiche, riscoprire la dimensione del silenzio e dell'anonimato. Se uniamo questi elementi, la traiettoria per gli albergatori trentini è netta. La sfida non sarà saturare le strutture nei mesi di punta, un primato che rischia di generare colli di bottiglia e tensioni con i residenti, ma governare una pressione turistica che diventa continua, destagionalizzata e multiforme.

Un'ospitalità moderna ha il dovere di guardare oltre i confini del proprio check-in: deve farsi carico dell'ecosistema in cui opera. Non può esserci accoglienza di alta gamma se le nostre valli soffrono per la carenza di medici, infermieri o lavoratori dei servizi essenziali, o se i sentieri vengono affrontati senza la necessaria consapevolezza del rischio. La grande notizia per il nostro futuro risiede proprio qui: nel passaggio da un modello estrattivo a un modello generativo. Il Trentino ha tutti i numeri per proporsi non come semplice fondale da cartolina per fugaci scatti sui social, ma come una «cittadella climatica e rigenerativa permanente»: un luogo capace di coniugare alta tecnologia energetica, infrastrutture ferroviarie europee, salute della persona e custodia rigorosa del territorio.



Grandi eventi sportivi: il calendario dell'inverno 2026/27

Da dicembre ad aprile, Coppe del Mondo, grandi classiche e nuovi format scandiscono l'inverno trentino, coinvolgendo pubblici e territori diversi

4' e 47"

L'inverno in Trentino non ha un solo ritmo. Ci sono i fine settimana segnati dalle gare di Coppa del Mondo, le serate in cui una pista diventa il centro dell'attenzione internazionale, le giornate in cui migliaia di fondisti attraversano paesi e vallate, gli appuntamenti che richiamano startup e imprese, quelli che uniscono competizione e partecipazione popolare. Da dicembre alla primavera, discipline e format diversi si distribuiscono tra Val di Fiemme, Val di Fassa, Madonna di Campiglio, Val di Sole, Alta Val di Non e Passo Tonale. Una successione di momenti che cambiano il volto delle località e il modo in cui ospiti e residenti vivono la montagna.

Dicembre accende la stagione

L'avvio è subito intenso. Dall'11 al 13 dicembre la Coppa del Mondo Fis di combinata nordica a Predazzo riporta in Val di Fiemme le competizioni internazionali che uniscono salto con gli sci e sci di fondo, tra lo stadio del salto di Predazzo e il centro del fondo di Lago di Tesero. Il 17 dicembre è la volta della Visa Fis Snowboard Alpine Worldcup Carezza, con due gare di slalom gigante parallelo maschile e femminile di Coppa del Mondo sulla pista Pra di Tori, uno dei tracciati più tecnici e amati della Skiarea Carezza, situata tra il Passo di Costalunga e la Val di Fassa.

Madonna di Campiglio entra nel vivo con due appuntamenti molto diversi tra loro. Dal 9 all'11 dicembre torna SKInnovation, che porta in quota startup, investitori e professionisti e mette in relazione innovazione, impresa e turismo attraverso incontri e momenti sulla neve. Pochi giorni dopo cambia completamente atmosfera con la 3Tre Campiglio Night Slalom. Il 23 dicembre il Canalone Miramonti torna protagonista dello storico slalom maschile in notturna di Coppa del Mondo. Una pista breve e tecnica illuminata nel cuore del paese e seguita dal pubblico a pochi metri dagli atleti. Cambiano pubblico, linguaggio e atmosfera: dall'innovazione e dal confronto professionale di SKInnovation alla tradizione e allo spettacolo dello sci internazionale della 3Tre.

Sotto: Val di Fiemme-La Marcialonga.

Nella pagina seguente: Valle di Non, partenza Ciaspolada.



Foto Pio Geminiani - Archivio TM

Gennaio, il mese più "ricco"

A gennaio gli appuntamenti si susseguono quasi senza interruzioni. Il 5 gennaio La Ciaspolada torna a essere anche Campionato del Mondo

di corsa con le racchette da neve. La formula continua a tenere insieme due anime: davanti gli atleti che competono per il titolo iridato, dietro migliaia di partecipanti che affrontano il percorso con passo e motivazioni differenti.

Dall'8 al 10 gennaio il 21° Fis Tour de Ski porta in Val di Fiemme tre giornate di Coppa del Mondo di sci di fondo. Dopo skiathlon e sprint a Lago di Tesero arriva la prova simbolo: la Final Climb dell'Alpe Cermis, dieci chilometri che portano i fondisti sulle rampe di una pista da sci alpino e trasformano la salita finale nel momento più atteso dell'intero Tour.

Nello stesso fine settimana, il 9 e 10 gennaio, l'Audi Fis Ski World Cup Val di Fassa propone discesa libera e superG di Coppa del Mondo femminile sulla pista La VolatA, nella Ski Area San Pellegrino. Salti, cambi di ritmo e passaggi tecnici fanno del tracciato del Col Margherita uno dei punti più spettacolari della stagione fassana.

Il 22 e 23 gennaio torna poi la Fis Ski Cross World Cup Val di Fassa, con due gare di ski cross maschile e femminile al Park Monzoni, nella Ski Area San Pellegrino. Quattro atleti partono contemporaneamente e affrontano curve, salti, roller e cambi di terreno a velocità che possono superare i cento chilometri orari.

Il 31 gennaio arriva infine la Marcialonga di Fiemme e Fassa, la celebre granfondo internazionale di sci di fondo che attraversa le Valli di Fiemme e Fassa. I 70 chilometri in tecnica classica da Moena a Cavalese entrano nei paesi e portano lo sci di fondo nel cuore dei centri abitati. Il programma si allarga a Marcialonga Story, Baby, Stars, Minimarcialonga e Young e, dal 2027, alla nuova 30 km Just for Fun.



Foto Pio Gentilini - Archivio APT

La stagione prosegue fino ad aprile

Gli appuntamenti proseguono nella parte finale dell'inverno. Il 14 e 15 marzo la Coppa Europa di sci alpino femminile a Pejo porta in Val di Sole due gare di Super-G e le atlete di uno dei principali circuiti di passaggio verso la Coppa del Mondo.

Il 19 marzo torna la SellaRonda Skimarathon, gara di sci alpinismo in notturna disputata a coppie lungo 42 chilometri e 2.700 metri di dislivello attorno al massiccio del Sella. All'imbrunire le lampade frontali disegnano una lunga scia sulle Dolomiti, accompagnando gli atleti attraverso Pordoi, Sella, Gardena e Campolongo.

Il 3 aprile l'Adamello Ski Raid, competizione internazionale di sci alpinismo a coppie al Passo Tonale, porta il calendario fino alla primavera. Nel corso della stagione Madonna di Campiglio ospita inoltre Campioni in Pista, l'appuntamento che porta sulla neve i protagonisti di Ducati Corse, mettendo in relazione due mondi accomunati da tecnica, velocità e ricerca della prestazione collegando la località a uno dei marchi italiani più riconoscibili nel mondo.

Eventi per pubblici diversi

Gli appuntamenti dell'inverno coinvolgono pubblici differenti per interessi, età e modalità di partecipazione, dal grande sport internazionale alle manifestazioni aperte agli appassionati. Accanto agli eventi principali, il calendario tocca anche altre località, come Folgaria, Vigo di Fassa, Pozza di Fassa, con appuntamenti dedicati al salto con gli sci, al telemark e alle competizioni giovanili. A rendere possibile questa varietà c'è il lavoro di comitati organizzatori, società sportive, sci club, volontari, operatori turistici e istituzioni, impegnati nella preparazione dei tracciati, nell'accoglienza di squadre e pubblico e nell'organizzazione dei servizi.

Quando l'evento entra nell'esperienza dell'ospite

Per chi soggiorna in Trentino, un grande evento può diventare parte della vacanza anche senza esserne il motivo principale: una gara in notturna, una granfondo che attraversa i paesi, l'atmosfera di una partenza o l'incontro con atleti e squadre aggiungono un elemento in più all'esperienza del territorio. Per chi lavora nell'ospitalità, conoscere il calendario significa orientarsi meglio nei diversi momenti della stagione e cogliere le opportunità legate agli appuntamenti in programma. Un supporto importante arriva dall'App Mio Trentino, che raccoglie aggiornamenti in tempo reale su eventi, attività e servizi e accompagna il soggiorno con informazioni utili su mobilità, spostamenti e utilizzo della Trentino Guest Card. Un unico punto di accesso per seguire ciò che accade sul territorio e avere a disposizione informazioni aggiornate anche in occasione dei grandi appuntamenti sportivi.

FINE Italy, Riva del Garda al centro del turismo



Successo per la seconda edizione della fiera dedicata all'enoturismo

4' e 38"

Cresce il marketplace internazionale dedicato all'enoturismo: 100 espositori, 90 buyer da 26 Paesi e oltre 1.800 incontri B2B. La seconda edizione conferma il valore della manifestazione come piattaforma di business e strumento di promozione dei territori.

L'enoturismo si conferma una leva strategica per diversificare l'offerta turistica, valorizzare il patrimonio vitivinicolo e generare nuove opportunità economiche per i territori. È in questo scenario che si inserisce la seconda edizione di FINE #WineTourism Marketplace Italy, il Salone B2B organizzato da Riva del Garda Fierecongressi in collaborazione con Feria de Valladolid, che il 27 e 28 ottobre ha riunito al Quartiere Fieristico di Riva del Garda imprese, destinazioni, buyer internazionali e rappresentanti delle istituzioni. I numeri restituiscono la crescita di un appuntamento che si sta ritagliando uno spazio riconoscibile nel panorama del turismo del vino: 100 espositori, oltre il 30% in più rispetto alla prima edizione, 90 buyer professionali provenienti da 26 Paesi e più di 1.800 incontri B2B. Una partecipazione che ha coinvolto cantine, aziende vitivinicole, consorzi e destinazioni turistiche italiane, affiancati da realtà di Spagna, Germania e Slovenia. Particolarmente significativa la componente internazionale della domanda: il 70% dei buyer arrivava dall'estero, con una presenza rilevante di operatori provenienti da mercati extraeuropei.

L'obiettivo è favorire l'incontro tra chi produce vino e chi costruisce esperienze di viaggio, trasformando il patrimonio enogastronomico in proposte capaci di raggiungere nuovi pubblici. In questo senso, FINE Italy risponde a un'esigenza sempre più concreta delle imprese vitivinicole: affiancare alla vendita del prodotto l'accoglienza in cantina, le degustazioni, i percorsi tematici e le esperienze legate al paesaggio e alla cultura locale. Un'evoluzione che può contribuire a diversificare i ricavi, rafforzare la vendita diretta e ampliare le occasioni di fruizione delle destinazioni durante tutto l'anno. Il valore economico e territoriale di questo comparto è stato sottolineato anche dal Ministro del Turismo, **Gianmarco Mazzi**, intervenuto all'inaugurazione con un videomessaggio. «L'enoturismo è una forma di turismo strategica che vale 3 miliardi di euro ed è in forte crescita», ha dichiarato, evidenziando la capacità del turismo del vino di connettere prodotto, comunità e identità locali, contribuendo anche alla destagionalizzazione e alla valorizzazione dei borghi. La crescita della manifestazione conferma, inoltre, l'interesse degli operatori verso strumenti capaci di sostenere lo sviluppo commerciale del settore. «Con questa manifestazione desideriamo offrire uno strumento concreto per sviluppare nuove relazioni

commerciali e valorizzare il patrimonio vitivinicolo italiano, mettendo in connessione i territori con i buyer internazionali», ha affermato **Enzo Bassetti**, presidente di Riva del Garda Fierecongressi, richiamando l'importanza della collaborazione tra imprese e istituzioni per accompagnare l'evoluzione di un comparto strategico per il turismo e l'economia nazionale.

A rafforzare il carattere operativo dell'appuntamento hanno contribuito anche i cinque fam trip organizzati per i buyer: due in Trentino, due nel territorio veronese e uno in Sardegna. Le visite hanno affiancato agli incontri professionali la conoscenza diretta delle destinazioni e delle loro proposte enoturistiche, offrendo agli operatori l'opportunità di valutare sul campo esperienze e possibili collaborazioni. Perché un territorio possa diventare prodotto turistico, infatti, non basta disporre di un patrimonio attrattivo: occorre saperlo organizzare, raccontare e rendere accessibile ai diversi canali di vendita. Proprio il rapporto tra offerta e commercializzazione è stato al centro dei momenti di approfondimento ospitati dal «BE FINE» stage. Tra i temi affrontati, le prospettive dei mercati internazionali, le strategie per mettere in rete territori e risorse e il ruolo degli intermediari nella distribuzione delle esperienze in cantina. Le ricerche presentate durante la manifestazione hanno evidenziato, da un lato, l'interesse dei viaggiatori stranieri per il vino italiano e, dall'altro, la necessità di rendere l'offerta più strutturata, prenotabile e facilmente commercializzabile attraverso agenzie e tour operator.

«Siamo molto soddisfatti dei risultati di questa edizione, confermati dal riscontro positivo delle aziende partecipanti, che riconoscono in FINE Italy una piattaforma concreta per sviluppare nuove opportunità di business», ha dichiarato **Alessandra Albarelli**, direttrice generale di Riva del Garda Fierecongressi. Il confronto con i buyer internazionali, ha aggiunto, permette alle imprese di approfondire la conoscenza dei mercati e costruire proposte sempre più coerenti con le aspettative dei turisti del vino. La collaborazione con Feria de Valladolid rafforza la dimensione internazionale del progetto e le prospettive di sviluppo del marketplace. Per il direttore generale **Alberto Alonso** «FINE Italy rappresenta uno spazio di business, promozione e visibilità per un settore in crescita, nel quale il valore degli incontri diretti rimane essenziale per creare relazioni e opportunità». Per Riva del Garda, la manifestazione consolida così il ruolo di sede di confronto per un segmento turistico che unisce identità produttiva, ospitalità e promozione territoriale. Il prossimo appuntamento è fissato per il 26 e 27 ottobre 2027, quando FINE Italy tornerà al Quartiere Fieristico con l'obiettivo di ampliare ulteriormente la rete di relazioni tra imprese vitivinicole, destinazioni e operatori internazionali.

TURISMO DEL VINO: COSA CHIEDONO I VIAGGIATORI DACH

Il vino italiano conquista i mercati di Germania, Austria e Svizzera, ma la degustazione da sola non basta. È quanto emerge dal rapporto sul mercato DACH presentato a FINE Italy da **Roberta Garibaldi**, docente dell'Università degli Studi di Bergamo e Presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, realizzato in collaborazione con la manifestazione e Sansonina Winery di **Nadia Zenato**. L'indagine evidenzia una familiarità consolidata con il turismo del vino: il 73% degli intervistati ha partecipato ad almeno un'esperienza enoturistica negli ultimi tre anni, mentre il 59% ne ha vissuta più di una. La degustazione è l'attività più diffusa (54%), seguita dalle visite guidate in cantina (41%). Cresce però l'interesse per proposte capaci di integrare vino, gastronomia, cultura e territorio: il 27% ha visitato cantine a conduzione familiare e il 25% ha scelto aziende con ristorante. Significativa anche la durata dei soggiorni: il 72% di chi ha viaggiato con pernottamento per scoprire i territori del vino si è fermato almeno quattro giorni. Sul fronte della spesa, il 61% è disposto a investire fino a 40 euro per un tour guidato in cantina con degustazione. I dati indicano una direzione precisa per le imprese: costruire esperienze autentiche, diversificate e accessibili, capaci di valorizzare il territorio e rispondere alle aspettative dei visitatori.



Hospitality 2027, a Riva del Garda le nuove prospettive dell'ospitalità

La 51esima edizione dal 1° al 4 febbraio

2' e 05"

Molti mondi, diverse prospettive, un'unica esperienza: con questo approccio Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza si prepara alla 51esima edizione, dall'1 al 4 febbraio 2027 al quartiere fieristico di Riva del Garda. Un appuntamento che riunisce e interpreta accoglienza, ristorazione, food, beverage, tecnologia, progettazione e wellness. «Infinite perspectives – Many worlds. One kaleidoscopic experience» è il concept che accompagnerà la manifestazione nel triennio 2027-2029. Il caleidoscopio rappresenta un settore in cui mondi diversi, entrando in relazione, generano nuove combinazioni e opportunità. Hospitality si conferma così luogo di incontro e confronto tra professionisti, aziende e filiere.

Per il 2027 Hospitality conferma il format con oltre 46mila metri quadrati espositivi, articolato in quattro aree tematiche: Beverage, Food & Equipment, Contract & Wellness e Renovation & Tech. A queste si affiancano le aree speciali dedicate a mixology, vino, birra artigianale ed eccellenze gastronomiche, per offrire una panoramica delle tendenze del mondo dell'accoglienza. Tra i protagonisti dell'edizione, il wellness, sempre più integrato nell'offerta delle strutture ricettive: Hospitality presenta soluzioni per le spa, aree relax e servizi dedicati al benessere in camera, con proposte che integrano comfort, design e personalizzazione dell'esperienza dell'ospite. Una tendenza in linea con il mercato: secondo il Global Wellness Institute, la wellness economy ha raggiunto 6,8 trilioni di dollari nel 2024 e potrebbe arrivare a 9,8 trilioni entro il 2029.



Foto Giuseppe Salvi

Al centro di Hospitality 2027, anche dell'open air, segmento dinamico del turismo italiano che secondo FAITA Federcamping nel 2025 con circa 2.600 imprese ha registrato oltre 11,2 milioni di arrivi e quasi 74 milioni di presenze, con un fatturato superiore agli 8 miliardi di euro tra ricavi diretti e indotto. Un settore che trova nel Trentino e nell'area del Garda un territorio di riferimento grazie a un'offerta che integra natura, ospitalità ed esperienze outdoor. Hospitality rafforza il focus con Outdoor Boom e la seconda edizione dei Best Camping Village Awards, il contest ideato con Teamwork e patrocinato da FAITA Federcamping. Il premio valorizza accoglienza, wellness, sostenibilità, accessibilità, identità territoriale e ospitalità pet friendly. La premiazione si terrà il 3 febbraio, all'interno della manifestazione. La fiera dedica, inoltre, ampio spazio alla formazione e al confronto professionale, con incontri sui principali temi dell'accoglienza.

La dimensione internazionale dell'evento è confermata dai risultati dell'edizione 2026: oltre 750 espositori, quasi 20mila visitatori, più di 150 eventi e oltre 60 buyer provenienti da 21 Paesi. In Trentino, dove il turismo è motore di sviluppo e l'accoglienza esprime qualità e innovazione, Hospitality risponde alle esigenze di un settore in evoluzione e offre alle imprese turistiche locali prodotti e soluzioni per innovare e qualificare la propria offerta.

HACCP e sicurezza alimentare: un vademecum a supporto degli operatori

Indicazioni operative e risposte ai dubbi più frequenti sulla preparazione e somministrazione di alimenti e bevande

1' e 12"
Laura Licati

Per offrire agli albergatori uno strumento concreto di consultazione, gli uffici Asat hanno realizzato un vademecum dedicato alle principali casistiche in materia di HACCP e sicurezza alimentare. La pubblicazione nasce per fare chiarezza su situazioni che possono generare dubbi nella gestione quotidiana delle attività di ristorazione, aiutando gli operatori a rispettare le normative vigenti, tutelare la salute dei consumatori e valorizzare, al contempo, le eccellenze gastronomiche locali. Gli argomenti trattati spaziano dalla registrazione sanitaria alla produzione e conservazione degli alimenti, dalla gestione di carni, pesce, uova e latticini alla raccolta e all'utilizzo di erbe spontanee, funghi e prodotti dell'orto. Sono, inoltre, affrontati temi relativi all'acqua potabile, alle apparecchiature e all'impiego del sale iodato nella ristorazione. Tra le casistiche approfondite figurano la produzione interna di confetture, conserve e alimenti fermentati, la stagionatura e il confezionamento di salumi e formaggi, la preparazione della carne salada, e la somministrazione di prodotti a latte crudo. Un richiamo particolare riguarda il sistema di autocontrollo HACCP: ogni modifica significativa alla struttura, alle attrezzature o ai processi di lavorazione deve essere preventivamente valutata dall'Operatore del Settore Alimentare (OSA), così da individuare eventuali rischi e verificare l'adeguatezza delle misure di prevenzione adottate.



Una guida pratica pensata per accompagnare gli operatori nelle diverse situazioni, favorendo una gestione consapevole e sicura dell'attività, senza perdere di vista la qualità e l'autenticità della proposta gastronomica del nostro territorio.

Per consultare e scaricare il vademecum completo, inquadra il QR code.

46

Dubbi novembre 2026

2' e 40"

Qualora l'impresa non abbia terreni, fabbricati, impianti e macchinari, attrezzature industriali e commerciali di proprietà, ma utilizzi tali beni per la propria attività di impresa ad altro titolo (ad esempio affitto o leasing), su chi grava l'obbligo di stipulare la polizza per i danni provocati da calamità naturali ed eventi catastrofali?

Come chiarito dal Ministero, l'oggetto della copertura assicurativa per i danni da calamità naturali ed eventi catastrofali è riferito ai beni elencati dall'articolo 2424, primo comma, sezione Attivo, voce B-II, numeri 1), 2) e 3), del codice civile, a qualsiasi titolo impiegati per l'esercizio dell'attività di impresa, con esclusione di quelli già assistiti da analoga copertura assicurativa, anche se stipulata da soggetti diversi dall'imprenditore che impiega i beni. Il riferimento al Codice Civile, pertanto, deve essere inteso come un rinvio ai beni ivi elencati, ai fini della loro identificazione. L'imprenditore, dunque, deve assicurare tutti i beni impiegati nell'esercizio dell'impresa (numeri 1), 2) e 3) sezione Attivo, voce B-II) anche se sugli stessi l'impresa non ha il diritto di proprietà, con la sola esclusione dei beni già assistiti da analoga copertura assicurativa, anche se stipulata da soggetti diversi dall'imprenditore che impiega i beni.

Ho cessato l'attività ricettiva per la quale ero anche abilitato al sistema telematico "alloggiati web". Come mi devo comportare in merito?

In questo caso l'esercente dovrà semplicemente inviare una e-mail all'indirizzo gab.quest.ts@pecps.poliziadistato.it, dichiarando la data di cessazione dell'attività a suo nome e, se titolare di S.C.I.A., dovrà essere comunicata la relativa chiusura. In tal modo verranno disabilitate le credenziali informatiche associate all'esercizio e da quel momento nessun altro potrà inserire dati con quei codici.

In ambito di sicurezza dei prodotti alimentari, cosa sono i "critical control points"?

I Critical Control Points (CCP) ovvero Punti Critici di Controllo, sono le fasi specifiche di un processo produttivo in cui è necessario applicare un controllo specifico per prevenire, eliminare o ridurre a un livello accettabile un rischio per la sicurezza. Il termine è utilizzato soprattutto nel settore alimentare nell'ambito del sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points). Non tutte le fasi di un processo sono CCP soltanto quelle in cui il controllo è fondamentale per prevenire, eliminare o ridurre un rischio significativo a un livello accettabile. Ad esempio, la fase della cottura può rappresentare un Critical Control Point perché interviene sulla eliminazione dei microrganismi patogeni attraverso il raggiungimento di una temperatura adeguata.

Ho intenzione di fare interventi relativi al risparmio energetico e volevo accedere ai finanziamenti previsti dal Bando provinciale "Energia allo Sviluppo". È possibile e con quali eventuali modalità?

Purtroppo, la risposta è negativa, in quanto il Bando citato è stato finalizzato ad attività diverse da quelle ricettive. Infatti, per beneficiare del contributo previsto, l'attività deve rientrare nei seguenti codici ATECO 2025:

Sezione A: limitatamente al codice 02.2 (Utilizzo di aree forestali)

Sezione B: Attività estrattive (tutti i codici)

Sezione C: Attività manifatturiere (tutti i codici)

Sezione E: limitatamente ai codici 38 (Raccolta, recupero e smaltimento rifiuti) e 39 (Attività di risanamento e altri servizi di gestione dei rifiuti)

Sezione F: Costruzioni (tutti i codici)

Sezione G: limitatamente al codice 46 (Commercio all'ingrosso)

Sezione H: Trasporto e magazzinaggio (tutti i codici)

Sezione O: limitatamente al codice 81.3 (Attività di servizi per la cura del paesaggio)

Sezione Q: limitatamente al codice 85.53 (Attività di scuole guida)

Sezione T: limitatamente ai codici 95.3 (Riparazione e manutenzione di autoveicoli e motocicli) e 96.1 (Servizi di lavaggio e pulitura di prodotti tessili e pellicce)

Poiché le attività ricettive rientrano nella Sezione I, le stesse sono escluse dalle provvidenze del Bando.

OGD
Illustrazione:
Elia Rossi

Forza dalla Natura.

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



A fianco degli operatori del settore turistico,

Contattaci oggi per ottenere le migliori agevolazioni.

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

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

100% ENERGIA PULITA DOLOMITI ENERGIA

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Vivi le finestre in modo nuovo.

Ti aspettiamo in uno Studio Finstral.



finstral.com/studios

FINSTRAL