

T

O

TURISMO & OSPITALITÀ nel Trentino

04

2026

Inverno positivo per il turismo trentino

Trentino e Paralimpiadi: oltre le medaglie

Gli atleti medagliati e
le loro storie

I frequentatori dei rifugi del Trentino

Presentazione della
ricerca condotta
da TSM-Accademia
della montagna

Viva Ospitalità: Next Generation

I giovani
raccontano il futuro
dell'accoglienza
trentina

Riva del Garda Fierecongressi

La più grande sede
per eventi dell'intero
territorio del Lago di
Garda



ASSOCIAZIONE ALBERGATORI
ED IMPRESE TURISTICHE
DELLA PROVINCIA DI TRENTO
FEDERALBERGHI • TRENTO



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

DAL MERCATO AI NUOVI POTERI

Le speranze dei giovani


















20-24 maggio

XXI EDIZIONE

festivaleconomia.it



Sommario

-  4 Inverno positivo per il turismo trentino
-  6 Stagione invernale tra grandi eventi e nuove dinamiche
-  12 Il Garda riparte: primavera promettente
-  14 Paralimpiadi invernali Milano Cortina 2026
-  16 Trentino e Paralimpiadi: oltre le medaglie
-  18 I frequentatori dei rifugi del Trentino
-  22 Viva Ospitalità: Next Generation
-  26 Guerra in Iran e turismo
-  28 Pasqua italiana: 10,6 milioni in viaggio, l'85% nel Belpaese
-  30 Speciale menzione per il presidente CNGA Raimondo
-  32 La formazione di Cat Turismo
-  36 Uno sguardo indietro per fare passi avanti
-  38 Camminario
-  40 La nuova età dell'oro per l'economia europea
-  42 Riva del Garda Fierecongressi, la più grande sede per eventi dell'intero territorio del Lago di Garda
-  44 Mio Trentino e Guest Card strumenti utili per l'accoglienza
-  46 Dubbi aprile 2026

04.2026	Anno LIV
Chiusura editoriale: 27 marzo 2026	In copertina: Turisti sulla neve

Registrazione Tribunale di Trento no 163 R.S. del 17/11/1971 Roc n.5504 del 21/07/1998
 Direzione, Redazione, Amministrazione: Via Degasperì, 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, Sonia Ioriatti, Luca Scaramazza, Giovanna Tassin, Arianna Bertagnoli
 Abbonamento annuo: € 40,00
 Editore: Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento,
 Via Degasperì, 77 - 38123 TRENTO
 Grafica e pubblicità: OGP srl - Agenzia di Pubblicità
 Via dell'Orca del Garda, 61 - Tel. 0461.1823300 - info.ogp@ogp.it - www.ogp.it
 Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS



Tra resilienza e opportunità: il futuro prossimo del turismo

Davide Cardella 

Il passaggio tra la stagione invernale appena conclusa e quella estiva alle porte rappresenta, come ogni anno, un momento cruciale di riflessione per il comparto turistico trentino. Un momento che, quest'anno più che mai, si inserisce in un contesto complesso, ma al contempo ricco di opportunità.

Si è da poco spento l'eco dei grandi eventi sportivi internazionali delle Olimpiadi e delle Paralimpiadi, che hanno catalizzato l'attenzione globale e contribuito a rafforzare il posizionamento della montagna come destinazione di eccellenza. Un'eredità importante, non solo in termini di visibilità, ma anche di infrastrutture, competenze organizzative e capacità di accoglienza che rappresentano un asset strategico per il futuro prossimo.


Parallelamente, il quadro geopolitico internazionale continua, però, a generare elementi di incertezza. Le tensioni globali, unite a dinamiche economiche ancora instabili, incidono inevitabilmente sui comportamenti di consumo e sulle scelte di viaggio. In questo scenario, anche il tema dell'aumento dei costi energetici torna ad essere centrale: una variabile che, seppur indirettamente, rischia di comprimere il potere di spesa delle famiglie e influenzare la propensione alla vacanza.

In tale contesto, il Trentino conferma tuttavia i propri punti di forza distintivi: una destinazione percepita come sicura, accessibile e di elevata qualità. La prossimità geografica rispetto ai principali mercati di riferimento, unita alla varietà dell'offerta – dalla montagna attiva al benessere, dalla cultura all'enogastronomia – rappresenta un vantaggio competitivo rilevante, soprattutto in fasi di incertezza.

Inverno positivo per il turismo trentino

Buona tenuta tra festività e Giochi Olimpici

3' e 49" 

Monica Basile e
Fabia Sartori 

Si chiude con segnali complessivamente positivi la stagione turistica invernale in Trentino, nel periodo che va dalle festività natalizie fino alla metà di febbraio, includendo anche l'effetto di Olimpiadi. L'analisi consuntiva evidenzia un andamento stabile, con elementi di debole calo sul fronte dell'occupazione delle camere e di crescita su quello della redditività, pur con differenze tra territori e categorie alberghiere. È quanto emerge dall'analisi svolta dall'ufficio marketing e ricerche Asat con il software H-Benchmark nel periodo compreso tra il 20 dicembre 2025 ed il 19 febbraio 2026 (termine del periodo delle paralimpiadi), in comparazione con lo stesso periodo dell'inverno scorso.

Nel complesso, il sistema ricettivo trentino mostra una buona capacità di tenuta rispetto alla stagione precedente. L'occupazione si mantiene su livelli elevati, pur mostrando un calo del 2,3% rispetto allo stesso periodo dell'inverno 2024/2025, sostenuta in particolare dai picchi legati a Natale e Capodanno, mentre il periodo successivo beneficia di una domanda più distribuita ma comunque costante. Il tasso di occupazione, in particolare, è passato dal 75,5% dello scorso anno al 73,8% dell'anno in corso. Il ricavo medio per camera conferma una dinamica positiva, segnale di un mercato che continua a premiare la destinazione, nonostante un contesto competitivo sempre più articolato. Si evidenzia, infatti, un incremento di 22,4 euro rispetto allo scorso inverno, passando dai 205 euro mediamente per una notte in camera doppia con trattamento B&B a 227,4 euro.

Entrando nel dettaglio delle categorie, emerge come le strutture di fascia medio-alta abbiano performato meglio rispetto a quelle di livello inferiore in termini di redditività media. Gli hotel a quattro stelle e quattro stelle Superior mostrano una maggiore capacità di intercettare una domanda internazionale e con maggiore propensione alla spesa, traducendo questa

tendenza in risultati più solidi sia in termini di occupazione sia di ricavo medio. Le cifre parlano, infatti, di un prezzo medio in camera doppia per trattamento B&B cresciuto di 23,3 euro (da 231,2 euro a 254,5 euro) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per le strutture a quattro stelle e quattro stelle Superior. Lo stesso indicatore per i tre stelle e tre stelle Superior vede un aumento di 21,7 euro (da 162,1 euro a 183,8 euro). Le strutture a tre stelle e tre stelle superior, pur mantenendo buoni livelli di riempimento, evidenziano una maggiore sensibilità alle oscillazioni della domanda, soprattutto nei periodi meno centrali della stagione. Infatti, il tasso di occupazione per i tre stelle e tre stelle Superior cala del 2,7% (da 74,2% a 72,2%), mentre per gli hotel di categoria superiore il calo è del 2,9% (da 79,5% a 77,2%).

Dal punto di vista territoriale, è la montagna a trainare l'intero comparto. Le località alpine si confermano il cuore dell'offerta invernale trentina, grazie a condizioni favorevoli per gli sport sulla neve e a un'offerta consolidata che continua ad attrarre sia il mercato italiano sia quello estero. Qui si registrano i livelli più elevati di occupazione e una buona tenuta dei ricavi, sostenuti anche dalla capacità degli operatori di valorizzare servizi e qualità dell'esperienza. L'occupazione scende del 2,4% (da 78,1% a 76,2%) e il prezzo medio per stanza doppia in B&B sale di 25,8 euro (da 233,4 euro a 259,2 euro).

Le aree lacustri presentano un andamento più differenziato. Pur beneficiando di una domanda legata al turismo di relax e benessere, risentono in misura maggiore della stagionalità invernale, con risultati meno brillanti rispetto alla montagna, soprattutto nei periodi lontani dalle festività. Tuttavia, il segmento mostra segnali di interesse, in particolare da parte di una clientela alla ricerca di soggiorni brevi e meno legati alla componente sciistica. In questo caso il calo del

tasso di occupazione è del 4% (da 62,1% a 59,6%) e l'incremento del prezzo medio per camera doppia in B&B si ferma ad un più 5,1 euro (da 148,6 euro a 153,7 euro).

Le città, con Trento e Rovereto in primo piano, confermano un ruolo più stabile e meno soggetto alle dinamiche stagionali tipiche delle località turistiche. L'occupazione evidenzia un calo del 6,2% (da 70,7% a 66,3%), mentre il ricavo medio per camera doppia in B&B si posiziona su livelli coerenti con

una domanda più diversificata, salendo di 9,5 euro (da 129,8 euro a 139,3 euro).

In sintesi, il bilancio della stagione invernale evidenzia un settore solido, capace di adattarsi alle diverse fasi della domanda e di valorizzare le proprie specificità territoriali. Restano alcune differenze tra categorie e ambiti geografici, ma il quadro generale conferma la competitività del Trentino nel panorama turistico invernale, con prospettive incoraggianti anche per i mesi successivi.



Trentino
 Corrente: 433 strutture
 di cui: 75 in No-Star, 1 in 3*, 16 in 2*, 102 in 3*, 57 in 3S*, 92 in 4*, 15 in 4S*, 5 in 5*,
 per un totale di 13150 camere disponibili.



Trentino
 Corrente: 305 strutture
 di cui: 24 in No-Star, 1 in 1*, 15 in 2*, 139 in 3*, 52 in 3S*, 66 in 4*, 16 in 4S*, 5 in 5*,
 per un totale di 41906 camere disponibili.

Stagione invernale tra grandi eventi e nuove dinamiche

Il turismo trentino guarda oltre la neve

7 e 45" ⌚

La stagione invernale in Trentino si chiude con un bilancio complessivamente positivo, ma segnato da elementi di forte discontinuità rispetto al passato. Le Olimpiadi invernali Milano Cortina 2026 hanno inciso sui flussi e sulle modalità di fruizione delle destinazioni, mentre il meteo e il calendario hanno ridefinito tempi e abitudini della vacanza sulla neve. Ne emerge un quadro variegato, in cui convivono soddisfazione e nuove sfide, tra cambiamenti nei mercati, attenzione crescente alla qualità dell'esperienza e una gestione sempre più flessibile delle stagioni.

In basso: passeggiata con ciaspole.

Nella pagina a fianco: un momento di relax sulla neve.

A pagina 8: sci di fondo.



Le testimonianze raccolte raccontano un turismo invernale in evoluzione, dove accanto ai buoni risultati emergono nuove complessità. Le Olimpiadi hanno inciso sui flussi, ma hanno anche offerto una vetrina internazionale importante. Cambia il comportamento dei turisti, si accorciano i soggiorni e cresce il peso della componente esperienziale. In questo contesto, le destinazioni trentine sono chiamate a reinventarsi, puntando su qualità, diversificazione e capacità di adattamento. A emergere con forza è anche una maggiore segmentazione della domanda: accanto allo sciatore tradizionale cresce chi cerca esperienze più ampie, dalla natura al benessere, fino alla gastronomia.

■ Diego Zorzi, presidente della sezione Asat Valle di Fiemme

«Quella appena conclusa è stata una stagione "particolare", difficilmente confrontabile con le altre. Il motivo principale è "l'effetto Olimpiadi", che ha modificato la composizione delle presenze: meno persone complessivamente, ma con camere occupate da contingenti legati all'evento. Dicembre e gennaio si sono mantenuti in linea con gli anni precedenti, mentre febbraio ha registrato un andamento anomalo proprio a causa delle dinamiche olimpiche. Marzo, invece, si è rivelato positivo, sostenuto anche dalle nevicate tardive. La neve di fine stagione non cambia la programmazione ma può incentivare soggiorni brevi e rafforzare le aspettative dei turisti, che ormai si attendono condizioni invernali anche a marzo: quando nevicata, il turista è invogliato a partire anche all'ultimo momento. Le piste, in località come Alpe Lusia e Pampeago, si presentano ancora pienamente invernali e questo contribuisce a mantenere attrattivo il territorio. Più complessa la lettura della Pasqua, spesso in competizione con il desiderio di primavera e con l'apertura dei laghi. La clientela resta diversificata: italiani, mercati dell'Est, tedeschi e britannici, con un'offerta che va oltre lo sci alpino, includendo sci di fondo ed escursionismo. Tuttavia, lo sci alpino resta il principale motore dell'inverno».

■ William Gatti, presidente della sezione Asat Folgaria

«A Folgaria il bilancio è decisamente positivo. Si evidenzia un aumento delle presenze alberghiere e un più 8% negli ingressi agli impianti di risalita a fine febbraio. Un dato significativo perché si innesta su una stagione precedente già favorevole, confermando un trend di crescita: si è aggiunto un risultato positivo a un altro positivo. La neve ha contribuito, anche in un contesto climatico non sempre ideale, con temperature talvolta elevate ma comunque compensate da buone condizioni delle piste. Per la Pasqua si è scelta una gestione più prudente, concentrando l'apertura su poche strutture, una strategia che consente di ottimizzare risorse e costi. Da segnalare anche l'aumento della clientela straniera, in linea con le tendenze generali del turismo alpino, un elemento che contribuisce a rendere più stabile la domanda e ad allungare i periodi di permanenza».

■ Marco Masè, presidente della sezione Asat Madonna di Campiglio

«Definirei la stagione di Madonna di Campiglio "buona", con aspettative raggiunte e condizioni climatiche favorevoli. Anche gli impianti hanno registrato segnali positivi e la ski area ha funzionato bene. Non tutti gli anni si possono registrare incrementi a doppia cifra, ma il risultato è comunque soddisfacente. Le Olimpiadi hanno, però, introdotto dinamiche insolite: in alcuni periodi si è verificato uno spostamento di clientela da località coinvolte direttamente nelle gare, per timore di affollamenti o disagi. Questo ha generato flussi diversi dal solito, con redistribuzioni temporanee della domanda. Nel complesso, l'evento viene visto come un'oppor-



tunità, capace di dare visibilità internazionale al Trentino e di lasciare in eredità infrastrutture utili per il futuro. Un investimento che potrà portare benefici nel medio periodo. Si nota anche un cambiamento nelle abitudini: gennaio cresce grazie alla maggiore affidabilità della neve, mentre marzo perde appeal, complice il clima più variabile e il calendario scolastico meno favorevole. La clientela estera rappresenta circa la metà delle presenze».

■ Nicola Cemin, presidente della sezione Asat Primiero

«Una stagione positiva per il Primiero, con un incremento complessivo intorno al 4%, in linea anche con i dati di benchmark condivisi con l'Apt. Un risultato costruito su una buona partenza, favorita anche dal periodo di Sant'Ambrogio, e su un marzo sostenuto da eventi e iniziative locali che hanno contribuito a prolungare la stagione. Non sono mancati momenti di flessione - durante le festività natalizie e in alcuni periodi di febbraio e marzo - ma le settimane centrali dell'inverno hanno garantito ottime performance, così come il periodo successivo alle festività di gennaio, che ha dato soddisfazioni

diffuse tra gli operatori. La Pasqua si conferma incerta, con poche prenotazioni alberghiere e alcune strutture già chiuse a fine marzo. Tuttavia, si registrano segnali incoraggianti per il turismo di prossimità, soprattutto nella ristorazione, con visitatori giornalieri che scelgono la montagna per una pausa breve».

■ Lorena Tretter, presidente della sezione Asat Fai della Paganella

«Nel complesso la stagione è stata positiva, con una maggiore presenza di turisti stranieri, soprattutto a Molveno, dove i soggiorni risultano più lunghi rispetto a quelli degli italiani. Tuttavia, emerge una criticità legata alla durata della stagione: la mancanza di prenotazioni ha indotto molte strutture a chiudere già a metà marzo, rinunciando di fatto al periodo pasquale. In alcuni casi si sperava di arrivare a Pasqua, ma l'assenza di richieste per marzo ha portato a decisioni anticipate di chiusura, con alcune strutture che hanno colto l'occasione per avviare lavori di manutenzione. Una scelta dettata dalla difficoltà di prevedere la domanda e dalla necessità di ottimizzare i costi in un contesto sempre più variabile».

■ **Beatrice Bottamedi,** presidente della sezione **Asat Andalo**

«Concludiamo una stagione positiva, con un gennaio molto forte e un marzo migliore delle aspettative. Portare risultati a marzo non è mai scontato, nonostante sia spesso il periodo con le migliori condizioni di neve e meteo. Eppure, proprio marzo resta difficile da promuovere: persiste la convinzione che non sia più un mese adatto allo sci, nonostante le piste siano spesso migliori rispetto a gennaio. Questo vale anche per il segmento family, che non sempre percepisce il valore di una vacanza in questo periodo. La clientela è ancora prevalentemente italiana, ma si registrano aperture verso nuovi mercati, come Polonia, Repubblica Ceca e Croazia, spesso organizzati in gruppi. Il focus, sottolinea, deve spostarsi sempre più sulla qualità dell'esperienza e non solo sui numeri. Anche ad Andalo molte strutture hanno chiuso prima di Pasqua, lasciando aperta solo una parte dell'offerta ricettiva».

■ **Guglielmo Lasagna,** presidente della sezione **Asat Centro Fassa**

«La stagione è partita bene, con dicembre e gennaio in linea con gli anni precedenti e una buona presenza di

clientela polacca, che ha contribuito a riempire in particolare il mese di gennaio. Febbraio ha, invece, registrato un calo, legato alle Olimpiadi e alla riduzione delle prenotazioni last minute, frenate dal timore di disagi che poi, nei fatti, non si sono verificati. È mancata soprattutto la domanda sotto data, con arrivi concentrati su chi aveva già prenotato in anticipo. Marzo si è mantenuto stabile, ma il finale di stagione ha visto un rapido calo della domanda, con molte strutture che hanno scelto quindi di chiudere già dal 22 marzo. Le ultime settimane restano sempre difficili da riempire e molto legate all'andamento del meteo».

■ **Davide Moser,** presidente della sezione **Asat Moena**

«Confermo un buon andamento per dicembre e gennaio, in linea con l'anno precedente, che era già stato positivo. Febbraio è stato però penalizzato dalle Olimpiadi, soprattutto nelle prime settimane, con un calo sensibile delle presenze. La situazione è migliorata a fine mese e a marzo, anche se con numeri leggermente inferiori rispetto allo scorso anno ma comunque superiori a quelli di due anni fa, segno che il trend resta positivo nonostante le oscillazioni. La Pasqua si presenta debole, concentrata su pochi giorni e con una domanda limitata. Molte strutture hanno chiuso e quelle

rimaste aperte, soprattutto orientate al cliente individuale, hanno registrato difficoltà. Tra le possibili strategie future, Moser suggerisce un maggiore ricorso agli eventi di fine stagione per attrarre visitatori e compensare le flessioni della domanda tradizionale».

■ **Paola Graifenberg,** presidente della sezione **Asat Valle di Sole**

«La Pasqua si conferma un periodo complesso e molto legato al meteo. Le alte temperature al momento delle prenotazioni hanno frenato la domanda, con alcune disdette. Resta però uno spazio per il last minute, soprattutto in caso di nuove neviccate. A livello complessivo, tuttavia, la stagione invernale si conferma solida anche dal punto di vista economico. A fronte di una lievissima flessione dell'occupazione media, si registra infatti un aumento della redditività. La durata media del soggiorno si mantiene stabile attorno ai 6,2 giorni, indicando una sostanziale continuità nei comportamenti di prenotazione. L'avvio di stagione è stato particolarmente positivo, con dicembre e gennaio in crescita grazie soprattutto al contributo dei mercati stranieri. Febbraio ha mostrato una buona tenuta complessiva: il calo fisiologico della clientela estera è stato compensato da un ritorno significativo della domanda italiana, mantenendo stabili le presenze. Anche il finale di stagione ha dato segnali incoraggianti: marzo ha confermato i livelli di occupazione dell'anno precedente, mentre aprile ha evidenziato un'accelerazione sensibile. Nel complesso, emerge il profilo di una stagione equilibrata, capace non solo di reggere sul piano dei volumi, ma soprattutto di generare un valore economico maggiore per il comparto ricettivo, confermando una tendenza sempre più orientata alla qualità della domanda».



I VINI DI MONTAGNA



RASSEGNA DELLA VITICOLTURA DI MONTAGNA A PALAZZO ROCCABRUNA

DEGUSTAZIONI DI VINI DI MONTAGNA

a cura dell'Enoteca Provinciale del Trentino

22-24 APRILE | 17.30-21.30

25 APRILE - 3 MAGGIO | 11.00-13.00 / 17.30-21.30

La domenica apertura solo alla mattina
Ingresso libero, degustazione a pagamento

EVENTI SPECIALI

23 APRILE

Degustazione a cura di CERVIM
Petite Arvine

24 APRILE

Il segreto dell'acqua di montagna:
dal Sakè alle fermentazioni

27 APRILE

Grappa del Trentino e cioccolato

28 APRILE

Show cooking cucina coreana

29 APRILE

Degustazione di fermentati
e bevande d'autore

30 APRILE

Convegno laboratorio FEM
"I vini trentini di Montagna e il loro terroir"

2 MAGGIO

Convegno PIWI "Il progetto Spumares"

2 MAGGIO

PIWI del Trentino-Alto Adige:
assaggi resistenti e assaggi al buio

Per informazioni e prenotazioni:

www.palazzoroccabruna.it

Via S. Trinità 24 a Trento

Tel. 0461 887101



■ Maria Teresa Lanzinger, presidente della sezione Asat Trento

«Per la città, il periodo festivo è andato bene. Coerente con quello che ci si aspettava: mercatini hanno dimostrato di essere apprezzati e ci ha permesso di vivere bene il fine settimana, Natale e Capodanno e fino al 6 gennaio. Dopo il 6 gennaio, finiti i mercatini, la città fino al dopo Pasqua non c'è un motivo particolare per visitare la città dal punto di vista turistico e si lavora con il business. Tutto secondo le aspettative. L'effetto olimpiadi non ha inciso sulla nostra realtà se non in misura molto tenue. In linea con le aspettative».

■ Alberto Barbieri, Hotel Montana sul Monte Bondone

«Dopo Pasqua si chiude, ma sul Bondone molte strutture restano aperte più a lungo rispetto ad altre zone. Le condizioni sono ideali, con neve di qualità e clima favorevole, e questo lascia spazio a un po' di ottimismo anche per il finale di stagione. Nel complesso, i risultati dell'inverno sono stati molto buoni: abbiamo uguagliato e in parte superato i numeri dello scorso anno. In particolare, a fronte di presenze stabili o leggermente inferiori, si registra un aumento degli incassi e del valore medio per ospite, un indicatore sempre più rilevante. Anche i dati di H-Benchmark evidenziano questa tendenza, con una maggiore attenzione alla redditività oltre che ai volumi. La clientela si divide tra un 60% di italiani e un 40% di stranieri, con una presenza significativa di ospiti dell'Est Europa, in particolare dalla Repubblica Ceca, dove il calendario scolastico differenziato favorisce i flussi distribuiti lungo la stagione. In crescita anche il segmento delle scuole, soprattutto nei periodi di bassa stagione come il post festività e la coda di marzo».



Le presenze turistiche della stagione invernale 2025-2026 si attestano su livelli in linea con quelli dell'anno precedente, che aveva fatto registrare numeri record. Un risultato che conferma la solidità del comparto, accompagnato da una crescita del fatturato di alcuni punti percentuali, sostenuta anche da un adeguamento dei prezzi reso necessario dall'aumento generalizzato dei costi a carico delle imprese. Nel complesso, il giro d'affari del turismo trentino supera nettamente il miliardo di euro, a testimonianza del ruolo strategico del settore per l'economia del territorio. L'effetto Olimpiadi si è fatto sentire in modo significativo, in particolare in Val di Fiemme, dove si sono registrati risultati molto positivi, con ricadute favorevoli anche su altre aree limitrofe. In Val di Fassa, invece, si è osservata una certa flessione, legata anche alle iniziali preoccupazioni dei turisti rispetto all'impatto dell'evento olimpico. Gli aumenti di prezzo connessi alle Olimpiadi sono stati comunque contenuti e circoscritti soprattutto a quelle zone, con incrementi limitati a pochi punti percentuali.

Segnali incoraggianti arrivano anche dall'area del Garda, dove si registra un miglioramento delle presenze, sostenuto in particolare dai mercati dei Paesi DACH, come Germania, Austria e Svizzera. Sul fronte della domanda, tuttavia, non sono mancate criticità: a partire da marzo si è rilevato un calo della clientela italiana, influenzato anche dalle tensioni internazionali e dall'aumento dei costi energetici. Tra gli stranieri, si evidenzia l'assenza pressoché totale dei turisti israeliani e una riduzione degli arrivi dal mondo arabo e da alcuni mercati asiatici.

Nel complesso, il tasso di occupazione delle camere durante la stagione invernale si è mantenuto tra il 70% e l'80%, confermando una buona tenuta generale del sistema turistico nonostante le incertezze del contesto internazionale.

... SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Tra resilienza e opportunità: il futuro prossimo del turismo trentino

Permangono, al contempo, alcune criticità strutturali che il sistema è chiamato ad affrontare con determinazione. Tra queste, la crescente difficoltà nel reperimento di personale qualificato, che rischia di incidere sulla qualità del servizio e sulla sostenibilità operativa delle imprese. Si tratta di una sfida che richiede visione, investimenti e un rafforzamento delle politiche di attrattività del settore. Guardando avanti, la stagione primaverile-estiva si apre dunque sotto il segno della cautela, ma anche della fiducia. Il turismo trentino ha dimostrato negli anni una straordinaria capacità di adattamento e resilienza, valorizzando il proprio capitale territoriale e umano.

È proprio su queste basi che possiamo costruire una prospettiva positiva: continuare a innovare, a fare sistema e a investire nella qualità dell'esperienza. Perché, anche in un contesto incerto, la solidità di una destinazione come il Trentino resta un punto fermo. E rappresenta, oggi più che mai, una garanzia per chi sceglie di viaggiare.



Simone Deromedis,
Campione Skicross 2026



**CASSE RURALI
TRENTINE**



Fondate sul bene comune.

Abbiamo a cuore i nostri **sportivi**

Casse Rurali Trentine festeggiano il campione Simone Deromedis e la sua medaglia d'oro. Il gradino più alto del podio rappresenta il trionfo di un giovane talento, che cresce nel territorio con passione e fa battere il cuore trentino.



Sponsor dell'Atleta Simone Deromedis

casserurali.it



Foto www.pphere.com

Il Garda riparte: primavera promettente

1° e 14°
Giovanna Tasin

Nonostante un contesto storico ed economico complesso, segnato dall'aumento dei prezzi legati all'energia e da una persistente instabilità geopolitica, il settore turistico mostra segnali incoraggianti per questo inizio di stagione 2026.

I dati relativi alle prenotazioni per le festività primaverili come Pasqua, Ascensione e Pentecoste, nonché i ponti del 25 aprile e del 1° maggio sembrano delineare uno scenario positivo.

Sul lago di Garda si registra già la presenza dei primi turisti, in particolare provenienti dalla Germania, tradizionalmente uno dei mercati di riferimento per il territorio. Le prenotazioni raccolte nelle ultime settimane lasciano intravedere una stagione promettente. Naturalmen-

te, fattori esterni e imprevedibili potrebbero influenzare l'andamento generale, ma allo stato attuale i segnali sembrerebbero favorevoli.

Un elemento interessante riguarda, inoltre, lo spostamento dei flussi turistici internazionali: una parte della domanda che in passato si orientava verso destinazioni come la Turchia sembra oggi dirigersi verso l'Italia. Le tensioni e gli attacchi in alcune aree del Medio Oriente stanno infatti inducendo molti viaggiatori a preferire destinazioni considerate più sicure e facilmente raggiungibili, tra cui il Garda.

Altri segnali di fiducia per la stagione arrivano dalle festività dell'Ascensione e della Pentecoste, che quest'anno cadono entrambe nel mese di maggio e dal Bike Festival, appuntamento di rilievo internazionale che da anni attira migliaia di appassionati da tutta Europa, contribuendo in modo significativo all'indotto turistico locale. Le prenotazioni già confermate fanno ben sperare in un'elevata occupazione delle strutture ricettive, con ricadute positive per l'intero comparto turistico e commerciale del territorio.

Energi iiiiiiida?

Siamo il tuo
paracadute.



Scopri di più

Quando l'instabilità del mondo energetico si fa sentire, **a proteggerti ci pensiamo noi** perché produciamo e ti forniamo energia da **fonti rinnovabili italiane.**

**dolomiti
energia**

Rinnovabili. Integrati.
Indipendenti.

Paralimpiadi invernali Milano Cortina 2026

Dall'apertura all'Arena di Verona con l'accensione del braciere alla chiusura a Cortina

2' e 06" ⌚

Le Paralimpiadi invernali Milano Cortina 2026 si sono aperte all'Arena di Verona domenica 6 marzo con una cerimonia scandita da un impianto narrativo lineare e fortemente ancorato ai momenti protocollari. Lo spettacolo, intitolato «Life in Motion», ha inaugurato l'evento celebrando inclusione, resilienza e cultura italiana, con la partecipazione delle delegazioni internazionali. A seguito dello spettacolo costruito su giochi di luce e performance coreografiche, il programma è entrato nel vivo con la sfilata delle delegazioni: oltre cinquanta Paesi hanno fatto il loro ingresso in ordine alfabetico, accompagnati da una regia sobria, senza eccessi spettacolari.

La parte istituzionale ha seguito il format previsto dal Comitato paralimpico internazionale, con gli interventi ufficiali e il giuramento degli atleti. Il momento centrale è arrivato nella fase conclusiva, quando la campionessa italiana **Bebe Vio** ha acceso un «braciere

re virtuale» nell'Arena di Verona. La scelta ha sottolineato il valore simbolico dell'atleta come figura rappresentativa del movimento paralimpico contemporaneo. La cerimonia nell'Arena di Verona e l'accensione «virtuale» del braciere hanno segnato formalmente l'inizio dei Giochi. Contemporaneamente, il braciere principale, situato all'Arco della Pace a Milano, è stato riacceso con **Gianmaria Dal Maestro** come ultimo tedoforo in una cerimonia trasmessa in diretta, simbolo della continuità tra i Giochi Olimpici e Paralimpici. Un secondo braciere è stato riacceso in Piazza Dibona a Cortina d'Ampezzo, con la campionessa paralimpica **Francesca Porcellato** come ultima tedofora, a testimonianza del carattere diffuso dei Giochi.

La cerimonia di chiusura delle Paralimpiadi Invernali di Milano Cortina 2026 si è svolta domenica 15 marzo 2026 presso lo Stadio Olimpico del Ghiaccio di Cortina d'Ampezzo. L'evento, intitolato «Italian Souvenir», è stato concepito come un «album dei ricordi» collettivo per celebrare le gesta degli atleti e la bellezza dei territori ospitanti. L'evento ha avuto un tono meno formale e più celebrativo, a partire dalla parata finale degli atleti, entrati insieme senza distinzione di bandiera, secondo la tradizione paralimpica. Da segnalare che l'atleta trentino Giacomo Bertagnolli, proprio nel giorno della cerimonia di chiusura, ha vinto la sua quinta medaglia in cinque gare, conquistando l'oro nello slalom spe-





Foto www.olympics.com

ciale insieme alla guida **Andrea Ravelli**. Durante lo spettacolo a Cortina d'Ampezzo, è stato tributato un lungo applauso a Bertagnoli, citato come simbolo del record italiano di 16 medaglie complessive. La bandiera paralimpica è stata

consegnata dai sindaci di Milano e Cortina ai rappresentanti delle regioni Alvernia-Rodano-Alpi e Provenza-Alpi-Costa Azzurra, futuri ospiti dei Giochi del 2030 nelle Alpi Francesi. In conclusione, i due grandi bracieri situati all'Arco della

Pace a Milano e in piazza Dibona a Cortina d'Ampezzo si sono spenti contemporaneamente, segnando la fine ufficiale dei Giochi. Un gesto essenziale, privo di enfasi scenografica, che ha chiuso ufficialmente i Giochi.



CONVENZIONE 2026



ASSOCIAZIONE ALBERGATORI ED IMPRESE TURISTICHE DELLA PROVINCIA DI TRENTO
FEDERALBERGHI • TRENTO

17% DI SCONTO
SU TUTTI GLI ABBONAMENTI
RISERVATO SOCI ASAT

~~179€~~
149€
VERSIONE DIGITALE

~~279€~~
229€
VERSIONE CARTACEA

~~519€~~
428€
ABBONAMENTO FULL
=
CARTACEO
+
SITO PREMIUM
+
DIGITALE



**INQUADRA IL QR CODE
PER ADERIRE
PROMOZIONE 2026**

SCONTISTICA SPECIALE SULL'ACQUISTO DI ADV

Trentino e Paralimpiadi: oltre le medaglie



2' e 48" ⌚

Arianna Bertagnolli 📝

C'è un filo che unisce le montagne del Trentino alle piste olimpiche di Milano - Cortina. Non è solo neve, né soltanto sport. È una trama fatta di coraggio, fiducia e relazioni, capace di attraversare confini geografici e culturali. È il filo invisibile che tiene insieme una comunità e che, in queste Paralimpiadi, ha trovato una delle sue espressioni più alte.

Sette atleti trentini, sette storie diverse, un unico racconto: quello di un territorio che sa trasformare il limite in possibilità. Il Trentino, ancora una volta, non è stato solo spettatore, ma protagonista. Decisivo. Determinante. Al centro di questo racconto ci sono due nomi che ormai appartengono alla memoria collettiva dello sport italiano: **Chiara Mazzel** e **Giacomo Bertagnolli**. Insieme alle loro

guide - **Nicola Cotti Cottini**, **Fabrizio Casal** e **Andrea Ravelli** - hanno conquistato tutte e nove le medaglie trentine. Non è solo un dato sportivo: è una dichiarazione di identità. Perché nello sci paralimpico non si vince mai da soli. Si vince insieme, in un dialogo continuo tra atleta e guida, tra fiducia e istinto, tra voce e gesto. È una metafora potente, forse la più autentica, di cosa significhi oggi costruire comunità.

E poi c'è lui, **Giacomo Bertagnolli**. Per il trentino di Cavalese, cinque podi in cinque gare a queste Olimpiadi, con anche la seconda vittoria. Sale a tredici il conto delle medaglie paralimpiche in carriera. Ma ciò che colpisce davvero non è il numero dei podi. È la capacità di andare oltre: oltre il dolore alle ginocchia, oltre la fatica, oltre il già visto. Bertagnolli non si limita a vincere, ridefinisce continuamente il possibile. Accanto a lui, la storia luminosa e tenace di **Chiara Mazzel**. Quattro medaglie in queste Paralimpiadi: oro nel SuperG e tre argenti. Ma soprattutto un percorso umano che restituisce senso alla parola resilienza. La diagnosi improvvisa, il buio, gli anni di isolamento. E poi la rinascita, grazie allo sport. Lo sci, per Mazzel, non è mai stato solo competizione.

È stato libertà. È stato ritorno al mondo. È stato, in fondo, un modo per dirsi - e dirci - che la vita può cambiare direzione senza perdere valore.

Il punto è che risultati come questi non arrivano per caso. Nascono da un sistema fatto di famiglie, allenatori, istituzioni e comunità locali che lavorano insieme. Il Trentino, anche in questa occasione, mostra come questo equilibrio possa portare a risultati concreti e continui nel tempo. Al di là delle medaglie, resta il valore di ciò che rappresentano. Gli atleti paralimpici trentini non sono solo protagonisti sul piano sportivo, ma anche riferimenti importanti: per i più giovani, ma anche per le comunità e per chi ha responsabilità nelle scelte e nelle po-



litiche sportive. In un tempo spesso segnato da divisioni, lo sport torna a ricordarci qualcosa di essenziale: che esiste uno spazio in cui le differenze non separano, ma arricchiscono. In cui il limite non esclude, ma ridefinisce le regole del gioco. Milano - Cortina ci lascia questo. E

il Trentino, con i suoi sette protagonisti, ci ricorda che l'inclusione non è un concetto astratto. È una pratica quotidiana, fatta di scelte, di relazioni, di fiducia. Proprio come una discesa: si parte insieme, si ascolta, si rischia. E, se tutto funziona, si arriva lontano.





hegematic
IMPORTATORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA

CITROCASA®
PERFORMING FRESHNESS

I frequentatori dei rifugi del Trentino

Presentazione della ricerca condotta da TSM-Accademia della montagna

6' e 27" 
Laura Licati 

Nel mese di marzo sono stati presentati i risultati di una ricerca condotta da TSM-Accademia della Montagna, dedicata all'analisi dei frequentatori che scelgono di pernottare nei rifugi alpini. L'indagine, realizzata nel 2025, restituisce un quadro aggiornato del fenomeno, evidenziando sia le motivazioni che spingono le persone a salire in quota, sia le diverse modalità con cui viene organizzata e vissuta l'esperienza. Lo studio è stato promosso dal Servizio Turismo e Sport della

Provincia e sviluppato da TSM-Accademia della Montagna in collaborazione con l'Associazione Gestori dei Rifugi del Trentino, Trentino Marketing e l'Università di Trento.

L'Associazione Gestori Rifugi del Trentino ha partecipato attivamente alla ricerca, contribuendo all'individuazione dei rifugi campione e alla stesura del questionario. I rifugisti sono stati poi direttamente coinvolti nella fase di raccolta dati, somministrando i questionari agli ospiti pernottanti. Complessivamente sono stati raccolti 861 questionari, distribuiti in 19 rifugi, nell'arco di 127 giorni di rilevazione, dal 14 giugno al 19 ottobre, periodo durante il quale i gestori sono stati impegnati in prima linea nell'attività di indagine. La ricerca «I frequentatori dei rifugi del Trentino» si è concentrata sull'analisi del profilo di chi pernotta nei rifugi alpini, escludendo quindi coloro che li frequentano esclusivamente per i servizi di ristorazione. L'indagine approfondisce le caratteristiche sociodemografiche, le modalità di fruizione della montagna e le aspettative nei confronti dei servizi e della figura del rifugista. Particolare attenzione è stata, inoltre, riservata al livello di consapevolezza rispetto alle tematiche ambientali e alla sostenibilità.

Sotto: Rifugio Agostini.

A pagina 20, in basso: Rifugio Cevedale.



■ Cosa dicono i dati?

Dai risultati emerge che il pernottante tipo è un utente «maturo», non solo in termini di età ma anche di esperienza: quasi l'80% si definisce «esperto di montagna» e il 48% dichiara di aver soggiornato in rifugio «molte volte». Si tratta, inoltre, di un pubblico con un elevato livello di istruzione (57,78% laureato o un master), che ricerca consapevolmente un'esperienza di immersione nella natura e di distacco dalla quotidianità. Gli utenti mostrano un approccio attivo nella raccolta di informazioni: il 62,9% si informa direttamente sul percorso. Allo stesso tempo dimostrano sensibilità verso le tematiche ambientali, pur mantenendo una visione della montagna come spazio di libertà, accettando limitazioni soprattutto quando finalizzate alla tutela dell'ambiente. Le modalità di frequentazione risultano diversificate. I visitatori italiani (52,4%) si riconoscono prevalentemente come «trekker» o «turisti occasionali», con permanen-

ze brevi di uno o due giorni e una concezione del rifugio come meta finale dell'escursione. Gli stranieri (47,6%), provenienti soprattutto da Germania, Paesi Bassi, Stati Uniti e Regno Unito, presentano profili più tecnici, con una maggiore incidenza di «escursionisti d'alta quota» e «alpinisti», e utilizzano il rifugio come tappa all'interno di itinerari di più giorni. La dimensione sociale si sviluppa soprattutto all'interno di gruppi già costituiti (amici o familiari), confermando il rifugio come uno spazio condiviso ma non necessariamente orientato all'interazione tra sconosciuti.

Oltre la metà del campione identifica il rifugista come una figura esperta e di riferimento, non solo per l'accoglienza ma anche per la sicurezza e la conoscenza del territorio. Per quanto riguarda i servizi, le priorità riguardano la presenza di servizi igienici adeguati e la possibilità di prenotare online, mentre altri aspetti come camere private, flessibilità degli orari, offerta gastronomica e connessione internet, risultano meno rilevanti. Il rifugio, infatti, non viene percepito come una struttura alberghiera, ma come un presidio funzionale. Anche il tema dell'affollamento appare limitato: il 23% segnala una bassa presenza di persone, mentre il 51% la considera nella norma per il periodo.

Dal punto di vista ambientale, i pernottanti evidenziano un'elevata consapevolezza, in particolare rispetto alla gestione dell'acqua, dell'energia e dei rifiuti. Vi è una generale accettazione delle restrizioni quando motivate dalla tutela degli ecosistemi, mentre risultano meno condivise le misure organizzative che regolano l'accesso (come prenotazioni obbligatorie per rifugi o parcheggi). L'idea di

una frequentazione più sostenibile viene attribuita sia alle politiche istituzionali (45,4%) sia ai comportamenti individuali (34%), in una ricerca di equilibrio tra libertà e responsabilità.

Per quanto riguarda le fonti informative, emerge un sistema articolato: il 31,8% si affida a figure individuali come influencer, atleti o divulgatori, superando nettamente il peso di associazioni e brand. L'utilizzo dei social media risulta moderato: oltre la metà degli utenti ha una presenza digitale molto limitata e la maggior parte possiede meno di mille follower. La montagna viene quindi vissuta più come luogo di disconnessione che di visibilità online, in questo contesto, il rifugio si configura sempre più come un presidio territoriale fondamentale.

■ La presidente Roberta Silva e il vicepresidente Raffaele Alimonta commentano i dati

La presidente Silva ha sottolineato come questa indagine non rappresenti un episodio isolato, ma si inserisca in un percorso di analisi avviato negli ultimi anni. Un primo passaggio è stato lo studio condotto tra il 2023 e il 2024 sul profilo, le competenze e le aspettative dei gestori dei rifugi del Trentino, che ha contribuito a restituire una visione più completa e articolata di una professione spesso poco conosciuta. Successivamente, l'attenzione si è spostata sui nuovi frequentatori della montagna, alla luce dei cambiamenti segnalati da rifugisti, guide alpine e accompagnatori, fino ad allora percepiti ma non ancora supportati da dati strutturati. In questo contesto, la ricerca sui



Foto Plo Gemhiani



frequentatori dei rifugi rappresenta un passaggio decisivo: per la prima volta sono stati raccolti dati direttamente nei rifugi, permettendo di delineare un quadro più preciso e aggiornato. Ne emerge una realtà eterogenea, in cui non esiste un unico modello di frequentatore, ma modalità diverse di vivere la montagna. Particolarmente significativa è la distinzione tra italiani e stranieri: i primi tendono a considerare il rifugio come meta di un'esperienza breve, mentre per molti stranieri rappresenta una tappa all'interno di itinerari più lunghi e strutturati. La ricerca offre, inoltre, elementi utili per affrontare in modo più oggettivo il tema della pressione turistica, distinguendo tra percezioni e dati reali, e ribadisce la centralità della sostenibilità ambientale come principio guida. I rifugi emergono così non solo come luoghi di accoglienza, ma come presidi territoriali e spazi di incontro tra persone e culture diverse. Conoscere meglio i frequentatori diventa quindi fondamentale per orientare le scelte future, migliorare i servizi e preservare l'identità della montagna. Questa indagine si configura dunque come uno strumento prezioso per guardare avanti con maggiore consapevolezza e responsabilità. E proprio per questo, conoscere meglio chi li

frequenta significa poter prendere decisioni più informate, capire dove intervenire, cosa migliorare e cosa invece preservare.

Il vicepresidente Alimonta ha evidenziato come la ricerca restituisca un'immagine molto chiara del ruolo del rifugista, percepito dagli ospiti non come un semplice operatore turistico, ma come un vero e proprio punto di riferimento. Per la maggior parte dei frequentatori, il rifugista rappresenta un interlocutore competente, a cui rivolgersi per consigli e indicazioni, anche in relazione alla sicurezza e alla conoscenza dell'ambiente montano. Questo vale in particolare per la sentieristica e per l'orientamento sul territorio, ambiti

in cui viene riconosciuta una competenza specifica, mentre solo una quota marginale (7%) lo identifica principalmente come operatore turistico. Un altro aspetto rilevante riguarda l'attenzione e la sensibilità degli ospiti nei confronti delle risorse ambientali. Dalla ricerca emerge una consapevolezza diffusa rispetto alla fragilità dell'ambiente alpino e alla necessità di adottare comportamenti responsabili, elemento che rafforza ulteriormente il ruolo dei rifugi. Alimonta ha, inoltre, sottolineato come i risultati aiutino a orientare le scelte future in termini di servizi: non è necessario inseguire mode o modelli estranei al contesto della montagna, quanto piuttosto garantire qualità nei servizi essenziali. Tra questi, assumono particolare rilevanza la cura dei servizi, la valorizzazione dei prodotti locali, elementi sempre più apprezzati dagli ospiti.

In conclusione, la presidente e il vicepresidente hanno voluto esprimere un ringraziamento ai rifugisti per l'impegno dimostrato, sottolineando l'importanza di proseguire su questa strada, con consapevolezza e coerenza rispetto al ruolo che i rifugi svolgono sul territorio.



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



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

Viva Ospitalità: Next Generation

I giovani raccontano il futuro dell'accoglienza trentina

2' e 07" ⌚

Arianna Bertagnolli ✍️

Che cos'è davvero l'ospitalità oggi? Come si fa sentire una persona a casa, anche quando è lontana? E soprattutto: quale volto avrà l'accoglienza di domani? Da queste domande nasce Viva Ospitalità - Next Generation, il progetto promosso da Asat - Federalberghi Trentino a partire da metà febbraio, con l'obiettivo di coinvolgere le nuove generazioni in una riflessione autentica, creativa e contemporanea sul valore dell'ospitalità. Si tratta di un'iniziativa che guarda avanti, ma con radici profonde nel territorio. Un invito rivolto ai giovani - studenti, professionisti emergenti, giovani albergatori - a raccontare, attraverso i linguaggi di oggi, cosa significa accogliere. Non solo come gesto professionale, ma come espressione culturale, relazione umana, identità.

Il progetto è aperto a un'ampia platea di giovani che rappresentano il presente e il futuro del nostro settore: studenti delle scuole superiori e alberghiere, percorsi di alta formazione, ma anche giovani albergatori, professionisti e dipendenti dell'ospitalità. Un'iniziativa inclusiva, pensata per coinvolgere tutte le energie e le competenze che ogni giorno contribuiscono a rendere unico il turismo trentino. I partecipanti sono invitati a condividere i propri lavori sui social - Instagram, Facebook o LinkedIn - utilizzando gli hashtag ufficiali #vivaospitalita e #nextgenerationASAT, contribuendo così a costruire una narrazione collettiva dell'o-

**VIVA
OSPITALITÀ**

80

**NEXT
GENERATION**

**La nuova generazione
dell'ospitalità Trentina.**
SCOPRI E PARTECIPA

ospitalità trentina, vista con occhi nuovi. La scadenza per partecipare è fissata al 15 maggio. I contenuti più significativi saranno selezionati e valorizzati in un momento simbolico e importante: l'Assemblea degli 80 anni di Asat, in programma il 29 maggio alle ore 10.30 a Riva del Garda. In quell'occasione, i migliori contributi verranno proiettati e presentati al pubblico, offrendo ai giovani autori un'opportunità concreta di visibilità e confronto diretto con albergatori, imprenditori e operatori del settore. Non solo: sarà anche un'occasione di networking, di incontro tra domanda e offerta, tra formazione e mondo del lavoro.

Viva Ospitalità - Next Generation non è solo un contest, ma un progetto culturale. Un ponte tra generazioni, capace di valorizzare il talento giovanile e di rafforzare il legame tra scuola e impresa. Partecipare significa mettersi in gio-

co, acquisire visibilità, costruire relazioni e contribuire attivamente allo sviluppo del turismo del territorio. I contenuti selezionati potranno inoltre essere utilizzati all'interno di eventi, percorsi formativi e canali ufficiali Asat, diventando parte di una narrazione più ampia e condivisa. Alla base dell'iniziativa ci sono valori fondamentali: rispetto, inclusione, passione e accoglienza

autentica. Perché l'ospitalità non è solo un servizio, ma un modo di essere. È attenzione, ascolto, cura. È la capacità di creare esperienze memorabili e relazioni durature. Il turismo di domani nasce oggi. Nasce dalle idee, dalla sensibilità e dallo sguardo delle nuove generazioni. Viva Ospitalità - Next Generation è un invito a diventare protagonisti di questo cambiamento.



Federalberghi si congratula con il dr. **Gianmarco Mazzi**, che assume oggi l'incarico di Ministro del Turismo. «In un momento cruciale per l'economia del Paese, il settore ricettivo accoglie con favore la scelta di una figura dotata di sensibilità culturale e capacità gestionali, fondamentali per governare la complessità del comparto turistico». **Bernabò Bocca**, presidente di Federalberghi, «nel rivolgere al nuovo Ministro i migliori auguri di buon lavoro a nome di tutta la categoria, rinnova

l'impegno a sostenerne l'azione, nell'interesse del Paese, rafforzando la centralità di un settore in cui trovano collocazione oltre 4 milioni di posizioni lavorative, il 14,4% del totale economia». «Il Ministro Mazzi troverà in Federalberghi un interlocutore attento e disponibile», conclude Bocca. «Il nostro obiettivo comune deve essere quello di consolidare la leadership dell'Italia nel mercato globale, valorizzando l'unicità dell'ospitalità italiana»

ASSEMBLEA ANNUALE

29 MAGGIO 2026

Riva del Garda
Centro Congressi

14.00 - Parte privata
15.00 - Parte pubblica



VIVA OSPITALITÀ

0461 923666 INT.1
 asat@asat.it



MOBILSPAZIO

Italian making

L'AZIENDA

Azienda specializzata nella produzione di arredi per strutture turistiche e comunità con oltre 400 realizzazioni tra Hotel, Residence e studentati in Italia e all'estero.





[mobilspazio.it](https://www.mobilspazio.it)



MOBILSPAZIO

Italian making



SHOWROOM

Il più grande show-room riservato agli operatori del settore turistico. All'interno dell'azienda Mobilspazio sono state realizzate ambientazioni reali di camere per hotel e residence oltre a mini appartamenti per studenti per dare la possibilità all'operatore turistico/architetto/impresa di costruzioni di toccare con mano la qualità dei prodotti, le numerose soluzioni d'arredo e il design tutto italiano.

Showroom visitabile anche virtualmente:
<https://www.mobilspazio.it/it/virtual-tour.html>



23

ULTIME REFERENZE ALBERGHIERE

Sandies Nungwi Beach - Zanzibar
Hotel Castello - L'Aquila
Albergo Florida - Alghero (SS)
Villaggio Poseidone - Marina di Ugento (LE)



CONTATTI

MOBILSPAZIO S.r.l.
Via C. Maccari, 1/a
60131 Ancona
Tel +39 071 2868423

Simone Strologo
Tel +39 335 203539
simone@mobilspazio.it
info@mobilspazio.it

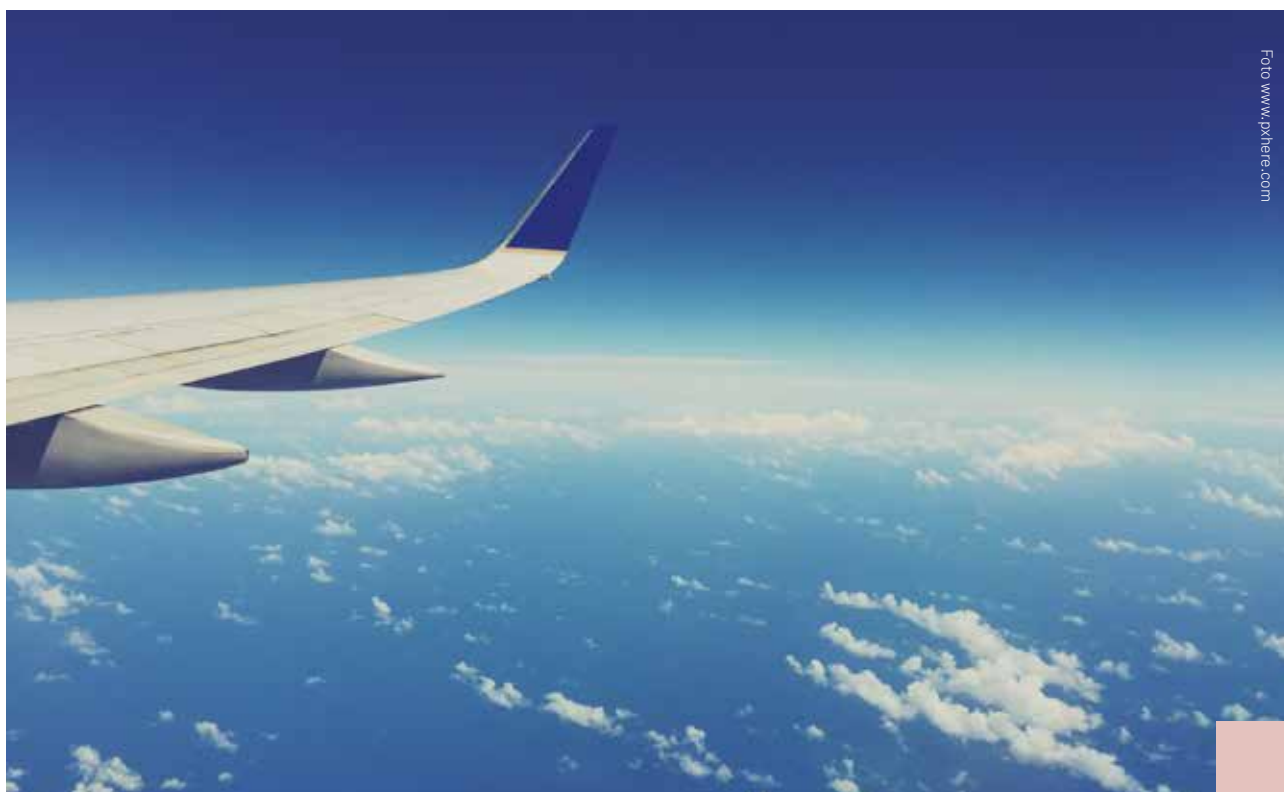


Foto: www.pxhere.com

Guerra in Iran e turismo

In Trentino l'impatto diretto della crisi appare limitato ma non irrilevante

2' e 55" ⌚

Francesca Maffei ✍️

L'attuale escalation del conflitto in Medio Oriente sta producendo effetti tangibili sul sistema turistico globale, in particolare sul trasporto aereo internazionale. Gli hub del Golfo Persico -Dubai, Abu Dhabi, Doha- rappresentano uno snodo fondamentale per il traffico intercontinentale tra Europa, Asia e Oceania. Le restrizioni nello spazio aereo e l'eliminazione dei voli stanno avendo conseguenze immediate sulla mobilità globale e, di riflesso, sulla filiera turistica. Per il comparto alberghiero europeo

il primo impatto riguarda soprattutto l'incertezza nei collegamenti. Le compagnie aeree stanno ridisegnando le rotte per evitare le aree di conflitto, con tempi di volo più lunghi e costi operativi maggiori. Uno scenario che genera ritardi, cancellazioni e un temporaneo rallentamento delle prenotazioni a lungo raggio, in particolare dai mercati asiatici e dall'area del Golfo.

Nel breve periodo si osserva un duplice effetto: da un lato la contrazione dei viaggi verso il Medio Oriente, dall'altro una possibile redistribuzione della domanda verso destinazioni percepite come più sicure e facilmente raggiungibili. In questo contesto il Mediterraneo e l'Europa meridionale, Italia compresa, potrebbero intercettare parte dei flussi turistici internazionali che stanno riconsiderando i propri itinerari. Per il turismo verso l'Italia la questione non riguarda tanto la sicurezza della destinazione quanto la connettività aerea. Una quota significativa dei viaggiatori provenienti da Asia, Oceania e parte dell'Africa raggiunge infatti l'Europa proprio attraverso gli hub del Golfo. Un rallentamento di questi collegamenti potrebbe tradursi in un temporaneo calo degli arrivi da alcuni mercati a lungo raggio. Allo stesso tempo, tuttavia, gli operato-

ri segnalano che l'Italia continua a beneficiare di una domanda europea molto solida e di un forte turismo domestico, due elementi che negli ultimi anni hanno contribuito a stabilizzare il settore.

Nel caso del Trentino l'impatto diretto della crisi appare limitato ma non irrilevante. Il territorio alpino presenta infatti un mercato turistico fortemente diversificato, con una prevalenza di visitatori europei ma una crescente attenzione verso i mercati extra-UE. Secondo i dati più recenti, la stagione invernale ha registrato oltre 7,7 milioni di pernottamenti, uno dei risultati migliori dell'ultimo decennio, con una crescita delle presenze trainata soprattutto dal turismo straniero, che resta quindi una componente cruciale.

Tra i mercati emergenti negli ultimi anni si segnalano anche quelli del Medio Oriente: ad esempio, i visitatori provenienti da Israele hanno superato 27.000 arrivi e circa 100.000 presenze, soprattutto durante la stagione sciistica. La riduzione dei collegamenti aerei e il clima di instabilità geopolitica stanno incidendo su queste nicchie di mercato, in particolare nelle località alpine più orientate al turismo internazionale di fascia medio-alta, una su tutte Madonna di Campiglio. Il Trentino mostra una buona capacità di resilienza grazie alla forte domanda proveniente dai mercati europei - Germania, Polonia, Repubblica Ceca e Austria - che rappresentano storicamente la quota più consistente degli arrivi.

Per gli operatori dell'ospitalità il quadro si presenta in continua evoluzione. La variabile chiave sarà la durata della crisi e l'eventuale impatto sulle rotte aeree mondiali. Se la situazione dovesse stabilizzarsi nel breve periodo, gli effetti sul turismo europeo potrebbero restare circoscritti. In caso contrario, la ridefinizione dei corridoi aerei e la riorganizzazione dei flussi turistici potrebbero produrre cambiamenti più strutturali nelle dinamiche del turismo internazionale. Per il settore alberghiero italiano, e per le destinazioni montane come il Trentino, la strategia è quella di consolidare i mercati europei e americani, nord e sud, restando pronti nel contempo a intercettare il resto della domanda internazionale quando la connettività globale tornerà a pieno regime.



GRANDIMPIANTI
Noselli

NIEDERBACHER
GASTROTEC

Il montaggio è il momento in cui il progetto diventa realtà. Qui ogni dettaglio conta.

TUTTO DEVE FUNZIONARE. SUBITO.

Tel. 0471 913 404 | www.grandimpiantinoselli.com | info@grandimpiantinoselli.com

PROJECT

COOK

COOL

WASH

SERVICE

GASTRO EQUIPMENT



Pasqua italiana: 10,6 milioni in viaggio, l'85% nel Belpaese

**Vincono il mare e la buona tavola.
Giro d'affari: 5,5 miliardi**

4' e 26" ⌚

In previsione della Pasqua, gli italiani hanno prenotato le proprie vacanze con largo anticipo, hanno deciso di utilizzare principalmente il proprio mezzo di trasporto per affrontare il viaggio dedicato alle festività più attese, prima dell'arrivo della stagione estiva: saranno 10,6 milioni coloro che partiranno per godersi un soggiorno fuori di casa, principalmente in zone vicine alla propria regione, senza esagerare con le distanze. La maggioranza di essi, l'85%, resterà nel Belpaese, mentre solo il 15% opterà per destinazioni estere. Il tutto produrrà un giro di affari di 5,5 miliardi di euro. Questo il quadro del movimento turistico degli italiani per la Pasqua 2026, secondo l'indagine realizzata da Tecne per Federalberghi.

Ma che cosa conquista maggiormente gli irriducibili della vacanza in queste festività? La possibilità di rimanere nel proprio Paese, recandosi al mare o visitando località d'arte, in aree di prossimità, soggiornando in case di parenti o amici, oppure affidando all'hotel la buona riuscita del viaggio. Il «bollino rosso» delle partenze si collocherà nella giornata di venerdì santo, 3 aprile (41,6%), mentre giovedì 2 aprile si muoverà la prima consistente «quota» di viaggiatori (30%). Rispettando le tradizioni, ad incidere maggiormente sulla spesa degli italiani sarà la buona tavola, seguita dalle spese di viaggio e dalle spese dedicate al pernottamento. Resta incisivo il tema dell'aumento del costo della vita, che avrebbe indotto il 47,8% degli individui intervistati a ridurre la durata del soggiorno.

«Possiamo parlare di un test positivo, diciamo di buona tenuta del settore, in attesa della stagione estiva. Ancora una volta gli italiani dimostrano amore per il proprio Paese, che viene percepito come sicuro - ha dichiarato **Bernabò Bocca**, presidente di Federalberghi, commentando a caldo l'indagine - Ma io inviterei alla prudenza, considerando il fatto che buona parte del campione ha mostrato una

certa sensibilità proprio al tema della sicurezza». «In questo momento, davvero non possiamo ignorare il contesto geopolitico in cui ci si trova, in Italia, in Europa e nel mondo. E poiché il turismo, proprio nella sua trasversalità, dialoga con tutte le realtà, senza limiti e senza confini, mi preme dire che i conflitti danneggiano il settore. Oggi, infatti, non è a rischio il turismo di prossimità, bensì è a rischio il turismo alto spendente che proviene dall'altra parte dell'Oceano». «Rincuora comunque che gli italiani non rinuncino a solennizzare con un viaggio le festività pasquali - ha concluso Bocca - Da questo momento in poi sarà molto importante osservare l'evoluzione di tutte le vicende internazionali, perché potrebbero essere determinanti per l'andamento del settore».

■ I risultati principali dell'indagine

Saranno circa 10,6 milioni gli italiani in viaggio per le festività pasquali di cui 7 maggiorenni e 3,6 minorenni.

Destinazioni preferite - L'85% degli intervistati resterà in Italia, mentre il 15% sceglierà una località estera. Le mete preferite per i viaggiatori che resteranno in Italia saranno il mare (33,0%), le località d'arte (21,2%), la montagna (20%) e, a seguire, i laghi (4,2%) e le località termali (3,3%). Per coloro che invece si recheranno all'estero, vincono le grandi capitali

Pasqua 2026

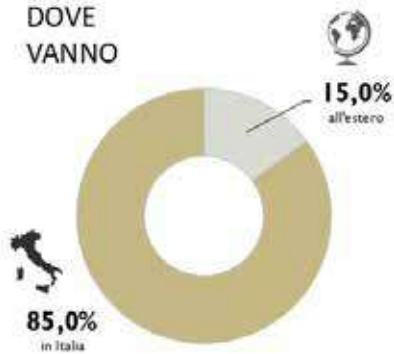


@federalberghi

GLI ITALIANI IN VIAGGIO

10,6 milioni

DOVE VANNO



GIRO D'AFFARI

5,5 miliardi di euro

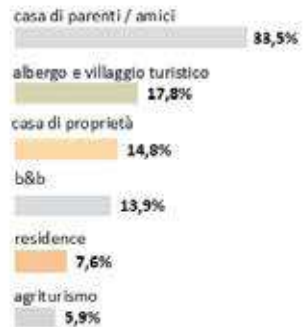
SPESA MEDIA PRO CAPITE

523 €

META PREFERITA



ALLOGGIO PREFERITO



L'indagine è stata effettuata da Tecnè dal 18 al 24 marzo con metodologia mixed interview su 4.001 italiani maggiorenni (CAI 64%, CAMI 22%, CAWI 24%). Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.



europee (62,3%), seguite da quelle extraeuropee (12,7%), dalla montagna (9,1%) e dalle località marine (8,7%).

L'alloggio - L'alloggio preferito sarà la casa di parenti e amici (33,5%); segue l'albergo e il villaggio turistico con un 17,8%, le case di proprietà (14,8%) e i bed & breakfast (13,9%).

La durata - La vacanza avrà una durata media di 3,9 giorni.

La spesa media - La spesa media pro capite sostenuta (comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti), sarà pari a 523 euro.

Il giro d'affari - Il turismo si conferma un driver eccezionale per l'economia del territorio creando un giro di affari di 5,5 miliardi di euro. Questo risultato è stato condizionato dall'aumento dei prezzi che sta caratterizzando questo periodo. Infatti, quasi la metà dei vacanzieri (47,8%) ha deciso di ridurre la durata di questa vacanza proprio a causa dell'inflazione. La gran parte

della spesa dei viaggiatori sarà destinata ai pasti (32%) e al viaggio (23,5%). L'alloggio assorbe il 21,2% del budget, mentre allo shopping sarà destinato il 10,6%.

La prenotazione - La vacanza è stata prenotata con grande anticipo: il 75,1% lo ha fatto un mese prima e oltre.

I motivi - La motivazione principale per la scelta della destinazione sono le bellezze naturali del luogo (33,2%) e la facilità di raggiungimento (30,6%). Il 30,2% degli italiani approfitterà di questa occasione per raggiungere la propria famiglia.

Le attività - Durante questi giorni, le attività principali consisteranno in passeggiate (78,9%), la scoperta dell'enogastronomia locale (44,3%), relax (40,7%) e le attività sportive (9,9%).

Gli spostamenti - Oltre 3 vacanzieri su 4 utilizzeranno la propria macchina

per recarsi presso il luogo della vacanza. Il 17,8% viaggerà in aereo e il 2,8% in treno.

I motivi di non vacanza - Tra gli individui intervistati che non andranno in vacanza, uno su quattro ha rivelato di non partire per motivi familiari; il 20,3% per timori legati alla sicurezza e un altro 15,3% per la mancanza di liquidità.

Confronto pluriennale - Il numero di viaggiatori è tornato sui livelli del 2024, quando partirono per Pasqua 10,5 milioni di italiani. Nel 2025 i viaggiatori erano stati 11,3 milioni, con una durata media di 4,7 giorni, grazie alla concomitanza tra Pasqua e ponti primaverili.

L'indagine è stata effettuata da Tecnè s.r.l. nel periodo compreso tra il 18 e il 24 marzo intervistando con il sistema mixed mode di cui c.a.t.i. (64%), c.a.m.i. (12%) e c.a.w.i. (24%) un campione di 4.001 italiani maggiorenni. Campione probabilistico, rappresentativo della popolazione maggiorenne residente in Italia, stratificato per regione e classe di ampiezza demografica dei comuni. Variabili di controllo: classe d'età, titolo di studio, occupazione.

Speciale menzione per il presidente Cnga Raimondo

2' e 10"

Francesca Maffei

Il presidente del Comitato Nazionale dei Giovani Albergatori di Federalberghi (Cnga) **Fabio Raimondo** ha ottenuto una menzione speciale in materia di turismo e ospitalità nella cornice del salone orientamento scuola-formazione-lavoro «Tra intelligenza naturale e intelligenza artificiale: competenze per il futuro», tenutosi dal 26 al 29 novembre nella città veronese. Raimondo è intervenuto alla VIII Edizione del Premio Unioncamere e delle Camere di Commercio presso la Fiera di Verona, il 27 novembre 2025.

Come possono scuole e imprese lavorare insieme per formare nuove figure professionali capaci di interpretare le esigenze di un turismo in evoluzione? «Siamo in un periodo particolare perché abbiamo creato una sinergia che nasce dalla collaborazione tra Federalberghi, Unioncamere e le scuole. Si tratta di un patto importante perché aiuta le associazioni di settore, le categorie imprenditoriali e le scuole a portare su tutti i territori non solo la fondamentale attività formativa, ma anche la certificazione delle competenze e così il miglioramento dei nostri studenti», ha esordito il presidente, originario di

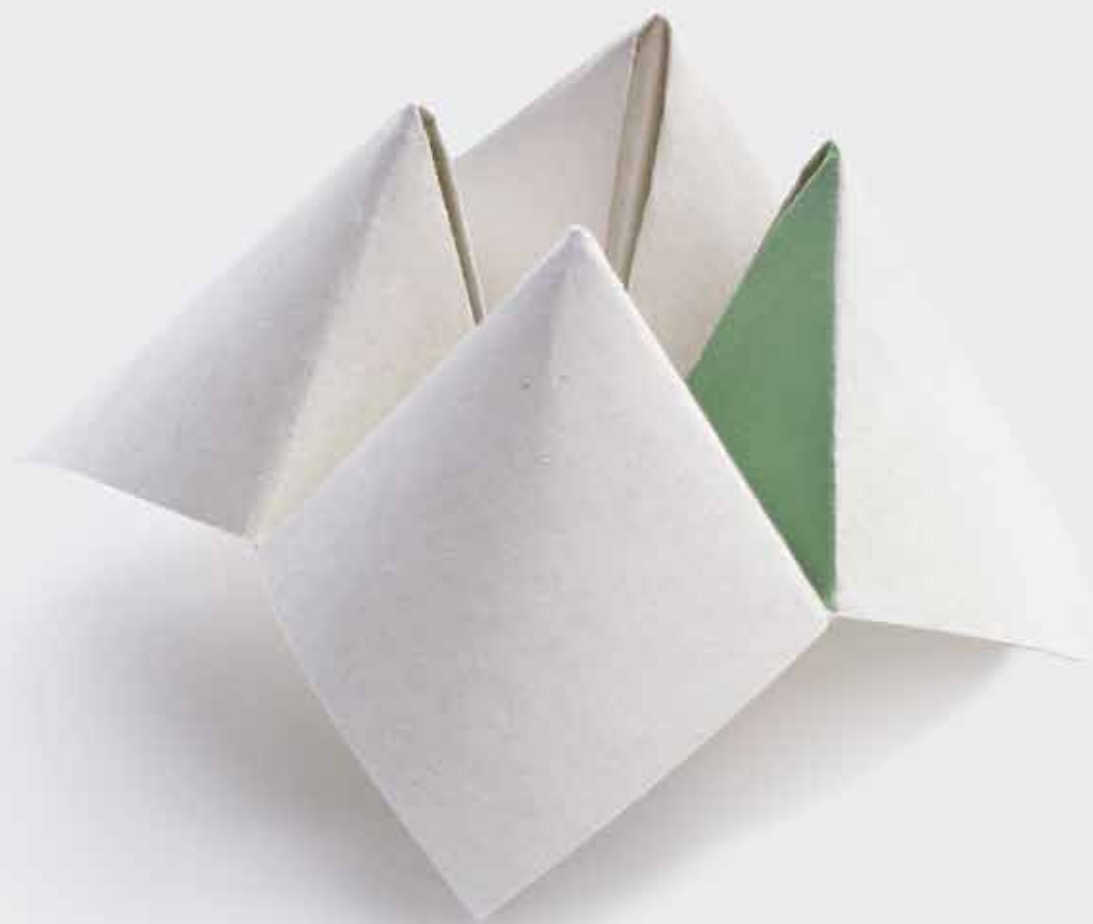
Savona e peraltro rappresentante regionale dei giovani albergatori della Liguria nonché docente e membro del Comitato tecnico-scientifico dell'ITS turismo ligure. «Ovviamente la pandemia ha dato un duro colpo alla formazione, ma soprattutto al turismo; il mondo dell'ospitalità sta cambiando rapidamente e richiederà nuove competenze, portando a un fattore ancora più cruciale, che sarà quello di creare nuove proposte di lavoro, soprattutto per i ragazzi e le ragazze neodiplomate», ha proseguito Raimondo.

«E qui voglio dedicare un momento: ovviamente le scuole e gli Istituti Tecnico Superiori - ITS, nascono da un'esigenza molto specifica, cioè quella che gli studenti richiedono oggi delle competenze necessarie non solo per il presente ma specialmente per il futuro del turismo. E noi dobbiamo essere uniti in questo tavolo che abbiamo creato (con le tre entità di cui sopra) per aiutare i territori nella loro totalità e tutti gli studenti regionali a conseguire risultati e traguardi nel rafforzamento del loro know-how. Questa credo che sia una peculiarità del nostro settore: i giovani albergatori del Cnga che aiutano gli istituti scolastici ad imparare e a crescere, e questo deve essere una sinergia strategica, ma principalmente un'azione che dia valore e che crei un rapporto di fiducia per vedere un avvenire prospero», ha concluso il giovane albergatore.



OGNI STAMPA È UNA RESPONSABILITÀ, NON È FORTUNA

Esperia — Editoria • Cataloghi • Packaging



Non lasciare nulla al caso.

La formazione di Cat Turismo



Appuntamenti di maggio, giugno e luglio 2026

Riportiamo di seguito il calendario dei corsi di formazione obbligatoria per il settore turistico-alberghiero.

Per avere ulteriori informazioni sulle vostre scadenze o sui corsi che dovete obbligatoriamente fare potete: Visitare il nostro sito all'indirizzo: www.asat.it - CAT TURISMO - FORMAZIONE - CALENDARIO CORSI - telefonare agli uffici del CAT-TURISMO al **0461/923666** (poi premere tasto 5) - Inviare una mail con i vostri quesiti a: formazione@asat.it

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
20/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
29/06/2026	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.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
20/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
29/06/2026	14.00-18.00	ONLINE

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

RSPP

DATORE DI LAVORO CHE SVOLGE DIRETTAMENTE I COMPITI DI PREVENZIONE E PROTEZIONE DAI RISCHI ai sensi dell'art. 34 del d.lgs. N. 81/2008 - BASE (16 ORE) - FINO AL 24/05/2026

DL/R.S.P.P. - BASE

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
04/05/2026 05/05/2026 11/05/2026 12/05/2026	09.00-13.00	ONLINE

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

DATORE DI LAVORO CHE SVOLGE DIRETTAMENTE I COMPITI DI PREVENZIONE E PROTEZIONE DAI RISCHI ai sensi dell'art. 34 del d.lgs. N. 81/2008 - AGGIORNAMENTO (8 ORE)

DL/R.S.P.P. - AGGIORNAMENTO

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
18/05/2026 19/05/2026	09.00-13.00	ONLINE

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

FORMAZIONE PER DIRIGENTI

FORMAZIONE PER DIRIGENTI (12 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
13/05/2026 14/05/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO

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

AGGIORNAMENTO FORMAZIONE PER DIRIGENTI (6 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
14/05/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO

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

FORMAZIONE AGGIUNTIVA PER PREPOSTI

FORMAZIONE PARTICOLARE AGGIUNTIVA PER PREPOSTI
(12 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
27/05/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO
28/05/2026		

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

R.L.S.

CORSO DI FORMAZIONE RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA: R.L.S. - BASE (32 ORE)

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
20/05/2026	08.30-12.30 / 13.00-17.00	IN PRESENZA A TRENTO
27/05/2026		
03/06/2026		
09/06/2026		

Quota partecipazione: € 430,00 + IVA - Quota associati: € 380,00 + IVA

ANTINCENDIO

LIVELLO 1 - BASE (4 ORE)

CORSO ANTINCENDIO
CORSO 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.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
20/04/2026	09.00-11.00	ONLINE
22/06/2026	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
21/04/2026	14.00-16.00	TRENTO
29/04/2026	14.00-16.00	ARCO
07/05/2026	14.00-16.00	VAL DI FASSA
23/06/2026	14.00-16.00	TRENTO

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

LIVELLO 1 - AGGIORNAMENTO (2 ORE)

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
21/04/2026	14.00-16.00	TRENTO
29/04/2026	14.00-16.00	ARCO
07/05/2026	14.00-16.00	VAL DI FASSA
23/06/2026	14.00-16.00	TRENTO

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



LIVELLO 2 - BASE (8 ORE)

CORSO ANTINCENDIO
CORSO 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.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
20/04/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
22/06/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
21/04/2026	14.00-17.00	TRENTO
29/04/2026	14.00-17.00	ARCO
07/05/2026	14.00-17.00	VAL DI FASSA
23/06/2026	14.00-17.00	TRENTO

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

LIVELLO 2 - AGGIORNAMENTO (5 ORE)

CORSO ANTINCENDIO
CORSO 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.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
20/04/2026	09.00-11.00	ONLINE
22/06/2026	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
21/04/2026	14.00-17.00	TRENTO
29/04/2026	14.00-17.00	ARCO
07/05/2026	14.00-17.00	VAL DI FASSA
23/06/2026	14.00-17.00	TRENTO

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

LIVELLO 3 - BASE (16 ORE)

**CORSO ANTINCENDIO
CORSO 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.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
20/04/2026(2°EDIZ.)	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
22/04/2026(2°EDIZ.)	08.30-12.30 / 14.00-17.00	TRENTO
22/06/2026(3°EDIZ.)	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
24/06/2026(3°EDIZ.)	08.30-12.30 / 14.00-17.00	TRENTO
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
21/04/2026	14.00-18.00	TRENTO
29/04/2026	14.00-18.00	ARCO
07/05/2026	14.00-18.00	VAL DI FASSA
23/06/2026	14.00-18.00	TRENTO

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)**

Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a rischio elevato le strutture alberghiere oltre i 200 posti letto.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
20/04/2026	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
22/06/2026	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
21/04/2026	14.00-17.00	TRENTO
29/04/2026	14.00-17.00	ARCO
07/05/2026	14.00-17.00	VAL DI FASSA
23/06/2026	14.00-17.00	TRENTO

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

PRIMO SOCCORSO

**CORSO BASE PER ADDETTI PRIMO SOCCORSO (12 ORE)
GRUPPO B-C**

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
25/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
26/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
27/05/2026	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
08/06/2026	14.00-18.00	AULA - TRENTO
10/06/2026	14.00-18.00	AULA - RIVA DEL GARDA
17/06/2026	14.00-18.00	AULA - VAL DI FASSA

Quota partecipazione: € 155,00 + IVA - Quota associati: € 135,00 + IVA

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI 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.

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
27/05/2026	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
08/06/2026	14.00-18.00	AULA - TRENTO
10/06/2026	14.00-18.00	AULA - RIVA DEL GARDA
17/06/2026	14.00-18.00	AULA - VAL DI FASSA

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

SICUREZZA LAVORATORI / TRICI

BASE - RISCHIO BASSO (8 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
13/05/2026 14/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
15/06/2026 16/06/2026	14.00-18.00	ONLINE
06/07/2026 07/07/2026	14.00-18.00	ONLINE

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

AGGIORNAMENTO - RISCHIO BASSO (6 ORE)

**CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI RISCHIO BASSO
AGGIORNAMENTO (6 ORE)**

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
13/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
14/05/2026	14.00-16.00	ONLINE
15/06/2026	14.00-18.00	ONLINE
16/06/2026	14.00-16.00	ONLINE
06/07/2026	14.00-18.00	ONLINE
07/07/2026	14.00-16.00	ONLINE

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



GLC 100% ELETTRICA.

Una tecnologia pronta a darti nuova energia.
Un design evoluto dove ritrovare l'eleganza di sempre. Una AI che ti accoglie
con la massima cura. GLC 100% elettrica. Dove la performance è relax.

Scopri-la da Autoindustriale.

Welcome home.

Mercedes-Benz



140 YEARS OF
INNOVATION

GLC 400 4MATIC con tecnologia EQ | Consumo ciclo misto: 15,8 kWh/100km[1]CO₂ ciclo misto: 0 g/km[1]Autonomia elettrica: 673 km.

Autoindustriale Srl Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

+39 0471 550 000 | autoindustriale.com

TRENTO | BOLZANO | BRUNICO

Uno sguardo indietro per fare passi avanti

3' e 55" ⌚

David Raccanello ✍️

Nella pagina seguente:
David Raccanello.

Il turismo alpino come infrastruttura economica

Nelle regioni alpine, e in particolare in Trentino, il turismo non è più un settore tra gli altri ma una vera infrastruttura economica e sociale. In questo quadro, il turismo invernale legato agli sport sulla neve e agli impianti di risalita al momento mantiene un ruolo non sostituibile.

■ Dallo spopolamento alla stabilizzazione territoriale

Nel secondo dopoguerra, le aree alpine hanno vissuto un marcato declino demografico, con flussi migratori significativi verso le Americhe e le aree industriali europee. Le economie locali non erano più in grado di sostenere livelli adeguati di reddito e occupazione. La svolta avviene negli anni Sessanta, quando politiche pubbliche lungimiranti individuano nel turismo uno dei pilastri dello sviluppo territoriale, insieme a industrializzazione diffusa e miglioramento della vivibilità. Il turismo assume progressivamente una funzione strutturale: non solo frena lo spopolamento, ma diventa fattore di stabilità sociale ed economica, dimostrando resilienza anche nelle crisi più recenti.

■ Il turismo come sistema economico dominante

Oggi, in gran parte dell'arco alpino, il turismo rappresenta la principale leva economica. La progressiva contrazione di altri settori produttivi ha rafforzato questa importanza, rendendo il turismo essenziale. La cosiddetta «monocultura turistica» viene spesso indicata come rischio. Tuttavia, nel contesto alpino, il tema va affrontato con pragmatismo: al momento non esistono settori alternativi in grado di garantire lo stesso livello di occupazione, indotto e stabilità. L'ipotesi di un piano di innovazione economica alpina resta teoricamente interessante, ma presenta criticità operative rilevanti: tempi lunghi, scalabilità limitata e scarsa coerenza con le caratteristiche territoriali. L'evidenza empirica conferma che il turismo rimane il principale motore di sviluppo.



Foto: www.pexels.com

■ Territorio, infrastrutture e modello di sviluppo

Il capitale centrale delle destinazioni alpine è il territorio, inteso come risorsa ambientale e paesaggistica. Lo sviluppo turistico, nelle esperienze più solide, è avvenuto attraverso un approccio relativamente prudente, orientato alla ricerca di equilibrio tra:

- tutela ambientale
- sostenibilità economica
- coesione sociale

Per il turismo invernale gli impianti di risalita costituiscono un'infrastruttura chiave, ma il sistema turistico è molto più ampio. Comprende mobilità, strutture ricettive, servizi culturali, impianti sportivi e infrastrutture civiche. Un elemento spesso sottovalutato è l'indotto generato dalle società impiantistiche: una filiera estesa che coinvolge occupazione diretta e indiretta in molteplici settori locali. Questo effetto moltiplicatore contribuisce in modo determinante alla solidità economica delle destinazioni.

■ Impatto sociale e qualità della vita

Il turismo ha inciso profondamente anche sul piano sociale. In molte località alpine, una quota significativa della popolazione è occupata direttamente o indirettamente nel settore



(e molto spesso non se ne rendono conto). Questa diffusione capillare produce due effetti principali:

1. radicamento economico: il turismo diventa parte integrante del tessuto produttivo locale.
2. miglioramento della qualità della vita: infrastrutture come centri sportivi, biblioteche, servizi culturali e congressuali, trasporti, nascono per il turismo ma vengono ampiamente utilizzate dalla popolazione residente.

Paradossalmente, proprio questa pervasività riduce la percezione del ruolo strategico del turismo, rendendolo «invisibile» nella sua importanza quotidiana. Ne deriva un'esigenza chiave: rafforzare la consapevolezza degli abitanti e promuovere una partecipazione attiva, affinché la comunità locale si riconosca come stakeholder del sistema turistico.

■ La non sostituibilità del turismo invernale

All'interno del sistema turistico alpino, il segmento invernale mantiene una centralità assoluta. Gli sport sulla neve e gli impianti di risalita rappresentano ancora oggi il principale driver di attrattività internazionale. Le motivazioni di viaggio nel periodo invernale sono chiare e consolidate: sci alpino, snowboard e altre attività legate alla neve. Si tratta di un'offerta difficilmente replicabile con prodotti alternativi. La crescente attenzione alla diversificazione stagionale è strategicamente corretta, ma non modifica un dato di fondo: il turismo legato agli sport sulla neve rimane, allo stato attuale, non sostituibile né in termini di volumi né di valore economico. Le ipotesi di sostituzione integrale

con modelli turistici alternativi risultano quindi poco realistiche nel medio periodo.

■ Prospettive: gestione evolutiva, non sostitutiva

La sfida per le destinazioni alpine non consiste nell'abbandonare il turismo invernale, ma nel governarlo in modo evolutivo. Ciò implica:

- investimenti in infrastrutture efficienti e sostenibili
- tutela attiva del territorio
- mantenimento di elevati standard qualitativi
- sviluppo di offerte complementari (in particolare estive)

Parallelamente, è necessario definire con chiarezza i limiti dello sviluppo, evitando sia l'eccesso di pressione sul territorio sia il rischio opposto di perdita di attrattività.

■ Uno sguardo avanti

Il turismo alpino si configura oggi come una vera infrastruttura economica territoriale. All'interno di questo sistema, il turismo invernale rappresenta una componente insostituibile, sia per capacità attrattiva sia per impatto economico. Le strategie future dovranno quindi muoversi lungo una linea di equilibrio: innovare senza negare i fondamentali del modello, diversificare senza indebolire, e soprattutto mantenere una visione realistica delle possibilità di sviluppo alternative. In un contesto di trasformazioni rapide, la solidità delle destinazioni alpine dipenderà dalla capacità di riconoscere e valorizzare ciò che, ancora oggi, costituisce il loro principale vantaggio competitivo.

Camminario

2' e 05" ⌚

Gianfranco Betta ✍️



TOM SEARCH

**CAMMINARIO. MANUALE PRATICO PER
CAMMINATORI FELICI**

EDIZIONI TERRE DI MEZZO, 2026
PP. 184 - 18 EURO

Un manuale pratico, tecnico e sentimentale per le camminatrici e i camminatori, scritto da un appassionato di natura e fotografia, ma soprattutto di cammini e trekking. Camminare è diventata un'attività ad altissima attrattiva, un popolo di camminatori si è messo in moto su sentieri e viottoli in Italia e non solo, alla ricerca di un senso e di un mondo che, evidentemente, altri luoghi o altre passioni non possono dare.

Ma camminare è faticoso e uno zaino troppo pesante, scarpe scomode, magliette che non assorbono il sudore, possono trasformare un percorso impegnativo in una impresa sfinente e da dimenticare. E come decidere se l'itinerario è alla nostra portata o è troppo impegnativo? A Santiago di Compostela è meglio andare in luglio o a novembre? Come ci si prepara fisicamente prima di un lungo cammino? Sulla Via degli Dei si può trovare da dormire o bisogna portarsi la tenda sulle spalle?

Il libro di **Search** si propone di aiutare i camminatori ad effettuare scelte oculate. Capitolo dopo capitolo l'autore affronta gli aspetti pratici fondamentali da affrontare quando si organizza un cammino: lo zaino, valutando quale sia il migliore in base al percorso da fare, quante tasche deve avere, quanto larghi devono essere gli spallacci; l'abbigliamento, le calzature, l'acqua, l'alimentazione, la preparazione fisica, l'orientamento, l'attrezzatura indispensabile per muoversi con serenità. Scrive l'autore nell'introduzione: «Ho imparato dai troppi chili nello zaino, dai piedi bagnati e dalle dita congelate.

Lo scopo di questo libro è trasmetterti tutta la conoscenza che ho acquisito sul campo, risparmiandoti la lunga serie di errori che spero di aver già commesso al tuo posto. Voglio darti tutti i consigli necessari per affrontare al meglio cammini e trekking: da come vestirti a cosa portare con te; da come indossare lo zaino a come usare i bastoncini». Non sono attenzioni inutili, perché se il camminatore pensa a una gita in rifugio, è un conto, ma se il trekking è organizzato su più giorni o addirittura su più settimane, se si svolge in luoghi con poche comodità scarsamente dotato di punti tappa, la cosa cambia sensibilmente.

OLTRE 80 CORSI GRATUITI PER CENTRARE NUOVI OBIETTIVI



www.ebt-trentino.it



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 l'opuscolo che vedi sopra da: *sede Ebt, 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



Ente Bilaterale
Turismo del Trentino

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

La nuova età dell'oro per l'economia europea

2' e 27" ⌚

Stefano Fait ✍️

La narrazione dominante descrive un'Europa stanca, schiacciata tra superpotenze, condannata alla deindustrializzazione e ridotta a museo a cielo aperto. È un racconto tossico. Ed è falso. Chi guida un'azienda turistica non può permettersi il lusso del pessimismo cosmico. Deve fondare le proprie strategie sui dati estratti dalla realtà, non sulle paure del momento.

I segnali che emergono oggi dal nostro osservatorio di foresight strategico tracciano un perimetro chiaro: stiamo entrando in una nuova «età dell'oro» per l'economia europea e occidentale. E il Trentino si trova al centro geografico e, si spera, anche in prospettiva, dei flussi di questa ricchezza che verrà.

Leggiamo ovunque della crisi della Germania. È un'illusione ottica, dovuta al fatto che guardiamo nello specchietto retrovisore. La produzione industriale arranca, ma gli ordini di fabbrica tedeschi hanno appena registrato un balzo anomalo e massiccio verso l'alto. La capacità inespressa delle loro fabbriche è una molla compressa. La Germania non sta morendo: sta abbandonando il vecchio mondo del motore a combustione per riarmarsi tecnologicamente. Difesa, spazio, nuova mobilità, energia da fusione e molto altro. Il fermento è lì; i frutti arriveranno. Nel frattempo, l'Italia ha compiuto il sorpasso storico sul Giappone, diventando il quarto esportatore mondiale di beni, trainata dall'automazione e dalla meccanica. L'industria europea

si sta riallineando. Questo significa che il nostro bacino d'utenza storico - il ceto produttivo mitteleuropeo - non solo terrà, ma uscirà da questa fase più solido e liquido di prima.

L'Europa ha smesso di accontentarsi. I capitali stanno inondando il continente per finanziare il deep tech: intelligenza artificiale di frontiera, computer quantistici, nuova energia, robotica. Stiamo costruendo l'infrastruttura d'acciaio e silicio del prossimo decennio. Questa esplosione di valore sta generando una nuova classe di professionisti, ingegneri e imprenditori ad alto potere d'acquisto. È un pubblico esigente, radicato a poche ore di auto dalle nostre valli. Non cerca il lusso ostentato, ma il lusso della quiete, dello stacco, dell'autenticità e dell'immersione nella natura. Il Trentino è un rifugio naturale per loro, come lo è per noi.

Il lamento sulla carenza di personale è futile, a questo punto. La crisi demografica è un dato strutturale. La soluzione non è cercare manodopera che non esiste, ma integrare la tecnologia. Le startup europee stanno sfornando agenti vocali indistinguibili dagli umani per gestire prenotazioni multilingue e sistemi di robotica collaborativa per la logistica di retrovia. Le macchine si faranno carico del lavoro pesante e ripetitivo. Questo permetterà agli esseri umani di concentrarsi sull'unica cosa che non può essere automatizzata: l'empatia. Il calore. L'accoglienza. Continueremo a parlarne, perché sarà il megatrend dei prossimi decenni.





Spaven tosamente Digitali

PICCOLO... MA POTENTE.

Il ragno della corteccia di Darwin è grande solo **3,5 centimetri**,
ma tesse le ragnatele più grandi del mondo: con oltre **7 metri** di fili di ancoraggio.

La seta che usa è il materiale biologico più resistente mai studiato.

Anche la tua azienda agricola può ottenere grandi risultati con gli strumenti giusti:

- Sito web che trasforma i visitatori in clienti, chiaro, efficace e costruito sui tuoi obiettivi
- Identità e immagine aziendale ottimizzati per distinguerti e valorizzare il tuo lavoro e i tuoi prodotti
- Social e campagne mirate per restare in contatto con i clienti e aumentare le vendite

Noi lo chiamiamo... sfruttare la rete.

www.ogp.it

OGP
OLTRE LE APPARENZE

Riva del Garda Fierecongressi, la più grande sede per eventi dell'intero territorio del Lago di Garda

1° e 92°

Coniugare bellezza, professionalità e sostenibilità rendendo ogni evento un'esperienza unica, capace di promuovere business e networking in contesti di prestigio. Riva del Garda Fierecongressi, da oltre cinquant'anni vero e proprio punto di riferimento per il settore, è la scelta d'eccellenza per eventi aziendali e associativi, a cui offre location esclusive in contesti unici e in grado di soddisfare le esigenze più diversificate. Mettendo a disposizione supporto strategico e operativo, facilitando e creando comunità di eccellenza, promuovendo l'innovazione e lo scambio di conoscenze.

Le tre diverse sedi - il Centro Congressi e Spiaggia Olivi a Riva del Garda, e ITAS Forum a Trento - offrono soluzioni diversificate per soddisfare ogni tipo di necessità. Il Centro Congressi, inserito in un contesto di straordinaria bellezza naturale, ha una superficie di 3.400 metri quadrati, e offre sette sale modulabili, espandibili fino a dodici, con capienze da 30 a 240 posti. La sala plenaria può ospitare fino a 800 persone ed è divisibile in due. Tutti gli spazi sono dotati di tecnologie audiovisive all'avanguardia e godono di luce naturale. A completare la proposta, il PalaVela, 2000 metri quadrati per aree espositive e catering. La posizione strategica del

Centro Congressi consente ai partecipanti di raggiungere facilmente alberghi, ristoranti, passeggiate panoramiche e musei. Spiaggia Olivi, gioiello architettonico degli anni Trenta situato direttamente in riva al lago, è la scelta ideale per cene di gala e momenti conviviali all'aperto, e può accogliere fino a 600 persone all'esterno e 200 all'interno. Riva del Garda Fierecongressi mette a disposizione anche una location di prestigio nel quartiere "Le Albere", nella città di Trento. Itas Forum è una sede innovativa e sostenibile, con spazi raffinati ed essenziali che consentono molteplici interpretazioni. Il piano terra ospita la hall e una sala conferenze da 250 posti, mentre al terzo piano sono collocate una sala polivalente, una terrazza coperta e uno spazio open air di 300 metri quadrati con vista sul paesaggio montano.

Riva del Garda Fierecongressi offre un supporto completo e qualificato in ogni fase della progettazione e realizzazione dell'evento, inclusi servizi di incoming e gestione alberghiera. Grazie alla DMC ON THE GO, i clienti possono ricevere assistenza nella selezione e prenotazione degli hotel e nella pianificazione di escursioni e visite tecniche personalizzate. Con un forte impegno per la sostenibilità e l'innovazione. Tra le prime Società in Italia ad aver ottenuto la certificazione UNI ISO 20121:2013 per la gestione sostenibile degli eventi, promuove costantemente pratiche eco-friendly in ogni aspetto della propria attività.



A fianco: Il Centro Congressi di Riva del Garda.

Innovazione e sostenibilità per i tuoi eventi in Trentino

©APT Garda Dolomiti SpA



Centro Congressi

Tecnologie innovative in 12 sale modulabili con luce naturale e spazi esterni per unire il leisure alla formazione



Spiaggia Olivi

Un luogo unico ed esclusivo dove organizzare momenti indimenticabili di convivialità e networking



ITAS Forum

La nuova e modernissima struttura per ospitare convegni e riunioni nel centro di Trento

La nostra esperienza e professionalità a supporto nell'organizzazione del tuo evento

Riva del Garda Fierecongressi S.p.A.
Loc. Parco Lido
38066 Riva del Garda (TN)
+39 0464 570139

meeting@riva.fc.it
www.rivadelgardacongressi.it

info@spiaggiadolivi.com
www.spiaggiadolivi.com

info@itasforumeventi.it
www.itasforumeventi.it



Mio Trentino e Guest Card strumenti utili per l'accoglienza

Aggiornamenti, vantaggi operativi e nuove funzionalità che rendono più semplice l'esperienza dell'ospite e supportano le strutture ricettive

3' e 40" ⌚

Nel lavoro quotidiano di una struttura ricettiva, la qualità dell'accoglienza si misura anche nella facilità con cui l'ospite riesce a orientarsi, accedere ai servizi e vivere il territorio senza complicazioni. È in questo spazio, molto concreto, che negli ultimi anni si sono inserite App Mio Trentino e Trentino Guest Card, oggi sempre più integrate e sempre più utili non solo per il visitatore, ma anche per chi opera nell'ospitalità trentina.

Con 1.460.000 download, Mio Trentino si è consolidata come app ufficiale per pianificare e vivere la vacanza: aiuta a costruire il soggiorno, suggerisce esperienze, orienta negli spostamenti e accompagna l'ospite prima, durante e dopo il viaggio. In parallelo, la Trentino Guest Card continua a essere una leva strategica di sistema: quasi il 75% delle card viene oggi attivato in modalità digitale tramite app e quasi l'80% degli utenti di Mio Trentino ha associato una card al proprio profilo.

Per le strutture, il punto non è solo tecnologico. Il punto è che questi strumenti stanno diventando una parte concreta dell'esperienza di soggiorno. Più sono facili da usare per l'ospite, più alleggeriscono il lavoro del desk e migliorano la percezione del servizio.

■ Un accesso più semplice, meno richieste al front office

Una delle novità più utili riguarda il nuovo processo di accesso all'app. Il percorso iniziale è stato semplificato: meno passaggi, caricamento più rapido dei dati e recupero automatico di località e date di soggiorno direttamente dalla Guest Card.



L'aggiornamento più rilevante è però quello sull'associazione della card. Se l'ospite si registra in app con lo stesso indirizzo email utilizzato per la prenotazione, la Trentino Guest Card viene associata automaticamente. Non serve più inserire manualmente il codice, copiarlo o cercarlo nelle email ricevute. Per l'ospite è tutto più immediato; per la struttura significa meno errori, meno richieste di supporto e meno tempo speso a spiegare procedure tecniche.

I risultati si vedono già: nei primi mesi di implementazione sono raddoppiati gli ospiti che si sono registrati in app usando la stessa email della prenotazione. È un miglioramento semplice, ma con un effetto concreto sul lavoro quotidiano dell'accoglienza.

■ Trentino Guest Card: uno strumento prezioso per ospiti e operatori

La diffusione della card non è ancora omogenea, ma ci sono ambiti che mostrano risultati molto positivi, come Paganella, Val di Sole e Val di Fiemme. Questo dato è importante perché dimostra che, quando la card entra davvero nell'esperienza di soggiorno, i benefici sono evidenti sia per l'ospite sia per il territorio.

Per le strutture, favorire l'adozione della card significa rendere più accessibili servizi, trasporti e opportunità locali, ma anche rafforzare il rapporto tra ospite e destinazione. Anche un piccolo aumento della distribuzione può produrre effetti concreti: più utilizzo dei servizi, più semplicità negli spostamenti, più contatto con l'offerta del territorio.

Per agevolare il lavoro degli operatori, Trentino Marketing continua a integrare l'emissione della card nei gestionali già in uso nelle strutture. Su T-Suite Digital Hub sono disponibili l'elenco dei sistemi compatibili, materiali informativi in tre lingue e contenuti fotografici utili alla comunicazione con gli ospiti.

■ Comunicazioni automatiche e relazione con l'ospite

Un altro aspetto sempre più utile riguarda le comunicazioni automatiche. Nel solo 2025 sono state inviate oltre 1.259.000 email ai visitatori nelle diverse fasi del soggiorno in Trentino. Non sono semplici messaggi seriali: accompagnano l'ospite con suggerimenti coerenti con l'ambito di vacanza, informazioni utili, proposte di esperienza e richieste di feedback dopo il rientro. Per chi accoglie, questo significa poter contare su un supporto concreto alla relazione



Foto Trentino Marketing - M.Simonini

con il cliente. La tecnologia, in questo caso, non sostituisce il contatto umano: lo rende più fluido, più continuo e più efficace. Aiuta a valorizzare il soggiorno, riduce il carico informativo sul front office e mantiene aperto un canale di relazione anche dopo la partenza.

■ Un passaggio che riguarda tutto il sistema

La digitalizzazione dell'accoglienza non si gioca solo su grandi innovazioni, ma spesso su miglioramenti molto pratici: un passaggio in meno, un accesso più rapido, un'informazione più chiara. È su questo terreno che Mio Trentino e Guest Card stan-

no evolvendo, ed è per questo che possono diventare strumenti davvero utili anche per gli operatori meno esperti. Per le strutture ricettive, il valore è evidente: più accesso ai servizi, più integrazione con il territorio, più possibilità di mantenere la relazione nel tempo. In un mercato in cui l'esperienza conta sempre di più, questi strumenti stanno diventando una parte concreta della qualità dell'accoglienza.

SCARICA
L'APP E
GODITI LA
VACANZA!



L'APP MIO TRENTINO, PERMETTE DI:

1

Costruire la vacanza perfetta sulla base di gusti e geolocalizzazione



2

Accedere direttamente ai servizi inclusi nella Guest Card



3

Restare in contatto con gli operatori del territorio



4

Consultare e usufruire dei servizi di trasporto



5

Pianificare e scoprire nuove mete grazie al Travel Planner



Dubbi aprile 2026

2' e 25"

■ Sono intenzionato a ristrutturare l'impianto ascensore del mio albergo. Sono previsti finanziamenti pubblici a sostegno?

«Per quanto riguarda questo tipo di intervento, ad oggi, non sono presenti contributi specifici attivi. Fino al 31 dicembre 2025 era disponibile il bonus statale per l'eliminazione delle barriere architettoniche al 75%, utilizzabile anche dalle imprese e applicabile agli interventi sugli ascensori; attualmente, tuttavia, tale agevolazione non è più in vigore e non sono state approvate ulteriori misure in sostituzione. A livello provinciale, l'unico strumento attualmente utilizzabile è la Legge provinciale 6/23, che prevede la possibilità di presentare domanda in procedura automatica, ovvero successivamente all'esecuzione e al pagamento delle spese. Il limite minimo di spesa è fissato a 20.000 euro e l'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto pari al 15%. Al momento non risultano altre misure attive».

■ Sto valutando di acquistare da un privato un appartamento per poter alloggiare il personale del mio hotel. Ci sono possibilità di contributi e, in caso affermativo, con quali regole?

«A livello nazionale, il Ministero del Turismo ha introdotto la misura "Staff House" per sostenere investimenti immobiliari finalizzati alla realizzazione, riqualificazione, modernizzazione di alloggi destinati ai lavoratori del settore turistico-ricettivo (incluse le imprese alberghiere), con particolare attenzione all'efficientamento energetico e alla sostenibilità ambientale. Da quanto detto, il costo per l'acquisto di un appartamento da privato per uso abitativo del personale non rientra tra le spese ammissibili. Per quanto riguarda la Provincia di Trento, al momento non esiste una norma specifica che preveda contributi per questo tipo di investimento; le agevolazioni si limitano alle sole spese per lavori su alloggi per il personale non dotati di autonoma cucina. Per ora, altro non è previsto».

■ Quali sono oggi gli obblighi normativi per gli hotel in Italia in materia di abbattimento delle barriere architettoniche e in quali casi sono previste deroghe per gli edifici esistenti?

In Italia, così come in Provincia di Trento, gli obblighi di abbattimento delle barriere architettoniche negli hotel non derivano da una singola norma recente, ma da un sistema normativo stratificato, aggiornato nel tempo. Gli hotel, in quanto attività aperte al pubblico, devono garantire l'accesso alle persone con disabilità. La normativa vigente si fonda su tre principi fondamentali: accessibilità (possibilità di utilizzare pienamente gli spazi), visitabilità (accesso almeno agli spazi e ai servizi principali) e adattabilità (possibilità di adeguare gli ambienti in futuro). Dal punto di vista tecnico, è richiesto che gli spazi comuni – come reception, sale, ristorante e servizi igienici – siano accessibili e utilizzabili in autonomia. Per quanto riguarda le camere, è previsto un numero minimo di stanze accessibili: almeno due ogni quaranta. Tali camere devono garantire adeguati spazi di manovra per la carrozzina, la presenza di bagni accessibili e percorsi privi di ostacoli. Per gli edifici esistenti sono previste alcune deroghe: qualora l'adeguamento risulti tecnicamente impossibile (ad esempio nei centri storici), è consentito ricorrere a soluzioni alternative, come servoscala o misure compensative, purché venga comunque assicurato un livello adeguato di fruibilità del servizio.



Foto: www.pxiere.com

Forza dalla Natura.

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



A fianco degli
operatori del
sette turistico,

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

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

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



cap 

CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Vivi le finestre in modo nuovo.

Ti aspettiamo in uno Studio Finstral.

