

# T

# O

# TURISMO & OSPITALITÀ nel Trentino

03

2026

## Turismo, firmato l'accordo integrativo provinciale

**Olimpiadi e turismo: tra attese e nuove opportunità per le valli trentine**  
Intervista ai presidenti di alcune sezioni Asat

**I trentini sul podio olimpico**  
Storie, medaglie e orgoglio di un territorio

**Svelato ad Hospitality il «claim»: Viva Ospitalità**  
Il manifesto degli ottant'anni dell'Asat

**Rifugiati: al via gli incontri territoriali di primavera**  
Prima data fissata per martedì 24 marzo



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



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



Q3 Ibrida plug-in,  
benzina, diesel.



## Nuova Audi Q3. Movimento di avanguardia.

La terza generazione del **SUV** urbano della Casa dei quattro anelli si fa interprete di un viaggio in continua evoluzione: più **design, intelligenza e dinamicità** per conquistare ogni strada, in città e non solo. Merito di geometrie scolpite, interni **dotati di tecnologie come il palcoscenico digitale e avanzati sistemi di assistenza alla guida, tra cui il Trained Parking con autoapprendimento delle manovre. Per rendere anche la quotidianità avanguardia in movimento.**

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

Gamma Audi Q3. Consumo di carburante (l/100 km) ciclo combinato (WLTP): 1,7 - 9,0. Emissioni CO<sub>2</sub> (g/km) ciclo combinato (WLTP): 39 - 205.

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

### Dorigoni Trento

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





















### Dorigoni Rovereto

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



scopri di più

# Sommario

-  4 Turismo, firmato l'accordo integrativo provinciale
-  7 Lavorare nel settore turistico trentino: più tutele e leva sulla formazione
-  8 Il lavoro è la prima infrastruttura del turismo
-  10 Lavoro di qualità e imprese responsabili: il turismo trentino punta sulla contrattazione
-  12 Olimpiadi e turismo: tra attese e nuove opportunità per le valli trentine
-  14 Anche il Trentino è salito sul podio
-  16 Casa Trentino Dolomiti si è aperta alla ristorazione di classe
-  18 L'eredità olimpica accende il Trentino
-  20 Olimpiadi Milano-Cortina 2026: gli hotel trentini
-  22 Viva Ospitalità: il manifesto degli 80 anni di Asat
-  24 Associazione Gestori Rifugi del Trentino: al via gli incontri territoriali di primavera
-  25 L'Asat amplia il supporto ai club di prodotto
-  26 Vacanze sulla neve, un «must» per 9,1 milioni di italiani
-  30 La formazione di Cat Turismo
-  34 L'hotel capace di andare nel futuro
-  36 La montagna, con altri occhi. Ridisegnare le Terre Alte
-  38 Fuori dal caos imprevedibile
-  40 Festival dell'Economia di Trento 2026: un giorno in più per un confronto su Europa e nuove generazioni
-  42 Caparra confirmatoria: aspetti pratici, fiscali e gestione contabile nelle strutture ricettive
-  46 Dubbi marzo 2026

03.2026	Anno LIV
Chiusura editoriale: 2 marzo 2026	In copertina: Cuochi al lavoro (foto Panato)

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 Tasin, 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'Ura del Garda, 61 - Tel. 0461.1823300 - info.ogp@ogp.it - www.ogp.it  
 Stampa: Tipografia Esperia - LAVIS



# Accordo integrativo del turismo: una scelta strategica

Davide Cardella 

Il rinnovo dell'accordo integrativo provinciale del turismo rappresenta molto più di un aggiornamento contrattuale: è un passaggio strategico che incide in profondità sull'identità del nostro sistema turistico e sul suo posizionamento competitivo. In un contesto economico caratterizzato da tensioni sul mercato del lavoro, crescente difficoltà di reperimento del personale qualificato e trasformazioni strutturali della domanda turistica, le parti datoriali hanno scelto di assumersi una responsabilità chiara: investire sulla qualità del lavoro come leva di sviluppo e di reputazione territoriale.

Il turismo trentino compete su standard elevati di servizio, sostenibilità e capacità organizzativa. Questa competitività non può prescindere dalla valorizzazione del capitale umano. L'accordo interviene infatti su più livelli: rafforza la dimensione retributiva, consolida strumenti di welfare contrattuale, incentiva la formazione – anche dei lavoratori stagionali – e promuove un modello di bilateralità capace di sostenere concretamente imprese e lavoratori. Si tratta di misure tecniche, puntuali e sostenibili, che vanno lette dentro una visione più ampia: rendere il settore più attrattivo e strutturalmente solido.

Il tema dell'attrattività è oggi centrale. La carenza di manodopera non è un fenomeno congiunturale, ma una sfida sistemica che riguarda l'intero comparto turistico nazionale. Per questo la contrattazione di secondo livello si conferma uno strumento essenziale: consente di adattare le regole alle specificità del territorio, rafforzare la qualità delle condizioni di lavoro e contrastare fenomeni di dumping contrattuale che danneggiano tanto le imprese corrette quanto l'immagine complessiva della destinazione.

# Turismo, firmato l'accordo integrativo provinciale



## Le organizzazioni datoriali rispettano gli impegni e rafforzano un'intesa strategica per imprese, lavoratori ed economia trentina

4' e 18" ⌚

Le organizzazioni datoriali del settore turismo della provincia di Trento comunicano la sottoscrizione dell'accordo integrativo provinciale con le rappresentanze sindacali, dando piena attuazione agli impegni assunti nei precedenti passaggi negoziali. L'intesa consolida un percorso di responsabilità condivisa che mira a garantire stabilità contrattuale, sostenibilità economica e valorizzazione del lavoro, elementi ritenuti essenziali per la competitività del sistema turistico trentino.

A inizio febbraio, presso la Camera di commercio industria artigianato turismo e agricoltura di Trento si è tenuta la firma dell'accordo tra Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento - Fede-

ralberghi Trentino, rappresentata dal presidente **Giovanni Battaola**, Associazione dei Pubblici Esercizi del Trentino, rappresentata dalla presidente **Fabia Roman**, Associazione Ristoratori del Trentino, rappresentata dal presidente **Marco Fontanari**, Confcommercio Trentino, rappresentata dal presidente **Giovanni Bort**, Confesercenti del Trentino, rappresentata dal presidente **Mauro Paissan**, Faita Trentino, rappresentata dal presidente **Fabio Poletti**, Fiavet Trentino rappresentata dalla presidente **Sandra Paoli**, Fiepet - Confesercenti del Trentino, rappresentata da **Massimiliano Peterlana**, Filcams Cgil del Trentino, rappresentata dal segretario generale **Luigi Bozzato**, Fisascat Cisl del Trentino rappresentata dal segretario ge-

In alto: Baristi al lavoro.

Nella pagina a fianco: Il presidente Giovanni Battaola.

A pagina 6: Il vicepresidente dell'Asat Alberto Bertolini.

nerale **Fabio Bertolissi**, UilTucs del Trentino-Alto Adige Südtirol rappresentata dal segretario generale **Vassilios Bassios**.

Tra i risultati più rilevanti figurano gli incrementi retributivi programmati, la conferma dell'elemento retributivo provinciale, il rafforzamento degli strumenti di welfare contrattuale, sanità integrativa e previdenza, e il sostegno strutturato alla formazione, con particolare attenzione ai lavoratori stagionali. L'accordo introduce, inoltre, misure orientate alla qualità del mercato del lavoro, tra cui strumenti di bilateralità potenziata, iniziative di contrasto al dumping contrattuale e sistemi di valorizzazione per le imprese che applicano correttamente i contratti collettivi di riferimento. Completano il quadro interventi organizzativi e di flessibilità responsabile pensati per rispondere alle esigenze operative delle aziende senza compromettere le tutele dei lavoratori.

Le parti datoriali sottolineano il valore strategico dell'accordo come investimento sul futuro del comparto: un equilibrio concreto tra crescita delle imprese e qualità dell'occupazione, capace di rafforzare l'attrattività del territorio e sostenere uno sviluppo turistico ordinato e competitivo. La firma conferma la volontà di operare con coerenza e affidabilità, privilegiando soluzioni condivise nell'interesse dell'economia provinciale, delle imprese e dei dipendenti.

«Questo accordo nasce da un senso di responsabilità che tutte le parti hanno dimostrato, con la consapevolezza di dover tenere insieme economia e tutele, competitività delle imprese e qualità del lavoro. Le organizzazioni datoriali hanno mantenuto gli impegni assunti, trasformandoli in risultati concreti che danno stabilità al settore e prospettiva al sistema turistico trentino. Vogliamo sottolineare il ruolo centrale degli enti bilaterali, che rappresentano uno strumento fondamentale di equi-

librio e di accompagnamento per imprese e lavoratori. In questa cornice, il rafforzamento della formazione diventa un elemento di vero valore strategico: investire sulle competenze significa aumentare la qualità dei servizi, la professionalità e la capacità di adattamento delle aziende. L'accordo introduce inoltre nuovi strumenti di welfare e di tutela pensati anche in prospettiva, per rispondere ai bisogni che evolvono e sostenere un mercato del lavoro più solido e inclusivo. Un passaggio particolarmente importante riguarda la valorizzazione dei contratti maggiormente rappresentativi: è un principio che va riconosciuto e difeso, perché garantisce correttezza, trasparenza e concorrenza leale. Tutti siamo chiamati a lavorare per dare pieno valore a questi contratti: non è uno sforzo, ma un investimento sulla qualità del sistema e sul futuro del comparto», commenta **Marco Fontanari** vicepresidente di Confcommercio Trentino con delega al lavoro.



**Alberto Bertolini**, vicepresidente dell'Asat, con delega alla contrattazione: «L'accordo integrativo costituisce una scelta strategica che rafforza la reputazione del territorio come sistema turistico evoluto, capace di competere non solo sulla qualità dell'offerta, ma anche sulla qualità del lavoro. In una fase in cui la difficoltà di reperimento della manodopera rappresenta una delle principali criticità del settore, la contrattazione di secondo livello si conferma uno strumento fondamentale per aumentare l'attrattività dell'occupazione turistica, valorizzare le professionalità e migliorare in modo concreto le condizioni economiche, di welfare e di crescita delle lavoratrici e dei lavoratori. Attraverso questo accordo le imprese del turismo investono su un modello di sviluppo fondato sulla sostenibilità sociale, sulla legalità contrattuale e sulla valorizzazione del capitale umano, contribuendo a consolidare l'immagine del territorio come luogo in cui lavorare nel



turismo significa costruire percorsi professionali qualificati, stabili e coerenti con gli standard di eccellenza che contraddistinguono la destinazione».

«Un accordo che nasce con l'obiettivo di migliorare in modo concreto, anche sotto il profilo economico, le condizioni di lavoro nel settore dei pubblici esercizi, rendendolo più attrattivo e capace di rispondere alle crescenti difficoltà legate alla carenza di risorse umane. È ormai evidente che, per valorizzare le professionalità e rafforzare la com-

petitività delle imprese, non sia più sufficiente intervenire esclusivamente sugli aspetti retributivi. Serve una visione più ampia, capace di tenere insieme lavoro, qualità della vita e sostenibilità organizzativa. Il contratto integrativo provinciale si inserisce in questa prospettiva, con l'ambizione di rispondere alle nuove esigenze e di contribuire a rendere il settore dell'ospitalità trentina più attrattivo, moderno e competitivo» il commento di **Mas-similiano Peterlana**, vicepresidente Confesercenti del Trentino.

... SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

## Accordo integrativo del turismo: una scelta strategica

In questo numero del mensile approfondiamo i contenuti tecnici dell'intesa, analizzandone gli impatti concreti su imprese e occupazione: la competitività del turismo trentino passa, infatti, dalla capacità di garantire professionalità qualificate, percorsi di crescita, certezza contrattuale e sostenibilità economica. L'accordo integrativo non è, dunque, un punto di arrivo, ma uno strumento dinamico di governo del settore. Rafforza la reputazione del territorio come destinazione di eccellenza anche sotto il profilo delle relazioni industriali e manda un segnale preciso al mercato: il Trentino non compete comprimendo i diritti o abbassando gli standard, ma investendo su qualità, legalità e valorizzazione delle competenze.

In una fase di cambiamento profondo, questa scelta rappresenta un elemento di stabilità e di prospettiva. Perché un turismo forte, credibile e attrattivo è prima di tutto un turismo che riconosce il valore del lavoro e lo pone al centro della propria strategia di sviluppo.

# Lavorare nel settore turistico trentino: più tutele e leva sulla formazione

**Aumento salariale di 100 euro mensili, rafforzamento della bilateralità e nuove misure per lavoratori stagionali e imprese**



2' e 19" 🕒

Alessio Campili ✍️

Il rinnovo del Contratto collettivo provinciale del turismo per la Provincia di Trento si inserisce in un contesto caratterizzato da forte stagionalità, crescente competizione tra territori e difficoltà di reperimento della manodopera. In tale quadro, l'accordo appare orientato a rafforzare la qualità del lavoro e la tenuta del sistema contrattuale territoriale, puntando in modo deciso su formazione, bilateralità e correttezza applicativa. Il rinnovo, sottoscritto in data 9 febbraio 2026 e valido per il triennio 1° febbraio 2026 - 31 gennaio 2029, porta un incremento re-

tributivo, a regime, di 100 euro mensili uguali per tutti i livelli, per una massa salariale complessiva di 3.920 euro. La somma mensile è fissa e si somma, dunque, all'elemento retributivo provinciale di 50 euro mensili lordi istituito dal precedente rinnovo. L'aumento verrà erogato in due tranches: 80 euro con decorrenza febbraio 2026 e i restanti 20 euro da febbraio 2027.

Di particolare rilievo risultano il rafforzamento del ruolo degli Enti Bilaterali, chiamati a sostenere la formazione con la conferma del contributo forfettario orario di 8,50 euro (dal settimo al terzo livello) e 10,50 euro (dal 2° livello al quadro) per ogni lavoratore e lavoratrice che parteciperà a corsi di formazione aziendali organizzati da EBTT (Ente bilaterale del Turismo Trentino) e da EBIT per un massimo di 20 ore annuali.

Da sottolineare la proposta di favorire la costituzione di una Commissione di Conciliazione chiamata a svolgere funzioni di prevenzione del contenzioso e le misure di contrasto al dumping contrattuale, che assumono un valore strategico per le imprese che operano nel rispetto delle regole.

Vi è poi l'attenzione dedicata ai lavoratori stagionali, con percorsi formativi strutturati anche nei periodi di non occupazione. Viene, inoltre, prevista la facoltà per le aziende di istituire una Banca ore e ferie solidali, consentendo ai lavoratori di cedere volontariamente e gratuitamente ferie, eccedenti le 4 settimane obbligatorie, e permessi a colleghi che necessitano di assistere figli minori o familiari gravi.

Dal punto di vista operativo, le aziende e i professionisti che le assistono sono chiamati a un'attenta verifica dell'applicazione delle nuove disposizioni, sia in termini di adeguamenti retributivi, sia con riferimento alle opportunità offerte dalla bilateralità e dagli strumenti di flessibilità introdotti o rafforzati dall'accordo.

# Il lavoro è la prima infrastruttura del turismo

**Battaiola: «Qualità territoriale e professionalità sono la leva per rendere il Trentino attrattivo anche per chi sceglie di lavorarci»**

2' e 10" ⌚

Nel turismo si è sempre parlato di infrastrutture materiali come condizione per competere: strade, impianti, strutture ricettive moderne. Oggi, però, la vera infrastruttura strategica è il lavoro. Ne è convinto il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**, che indica nella qualità delle persone il fattore decisivo per la crescita del sistema turistico trentino nei prossimi anni. «Il nostro settore deve considerare il lavoro alla pari delle infrastrutture - sottolinea - perché la qualità dell'offerta dipende in modo diretto dalla qualità di chi la realizza». Non basta avere strutture efficienti e servizi innovativi: serve un capitale umano capace di interpretare e trasmettere l'identità del territorio. Significa col-

laboratori che conoscano la cultura trentina, valorizzino i prodotti locali, sappiano raccontare le esperienze autentiche che rendono unica la destinazione. La sfida, dunque, non è solo organizzativa ma culturale. Qualità territoriale, qualità strutturale e qualità professionale devono procedere insieme. È su questo equilibrio che si gioca la possibilità di continuare a crescere non soltanto in termini di presenze, ma di valore generato. Per Battaiola il percorso è chiaro: «Dobbiamo investire sulla professionalità dei lavoratori e creare le condizioni affinché scelgano il turismo come prospettiva stabile, non come soluzione temporanea». Il tema dell'attrattività è centrale. Così come le imprese investono in promozione per emozionare l'ospite, raccontare le eccellenze e giustificare un prezzo coerente con la qualità offerta, allo stesso modo il sistema deve diventare attrattivo per chi lavora. L'obiettivo è intercettare persone che vogliano entrare a far parte dell'offerta turistica del territorio in modo consapevole e duraturo, superando l'idea della stagione come esperienza legata esclusivamente al divertimento o alla provvisorietà.

«In questa direzione si inserisce il rafforzamento della contrattazione di secondo livello e del contratto collettivo maggiormente rappresentativo - dice - strumenti che consentono di offrire non solo condizioni economiche adeguate, ma anche un quadro di tutele e opportunità più ampio. Tra le misure allo studio vi è, ad esempio, la possibilità di riconoscere un mese aggiuntivo di NASpl a chi sceglie di stabilizzarsi sul territorio, oltre alla definizione di un piano sanitario integrativo e ad altri interventi di welfare contrattuale». «Dobbiamo metterci in una posizione privilegiata per attrarre e trattenere i lavoratori - evidenzia Battaiola - perché senza professionalità non esiste qualità». In un mercato sempre più competitivo, dove le destinazioni si confrontano su standard elevati, la differenza la fanno competenza, motivazione e senso di appartenenza.

Per il turismo trentino la partita dei prossimi anni si giocherà quindi sulla capacità di integrare identità territoriale e valore del lavoro. Un modello in cui le persone non siano un semplice fattore produttivo, ma il cuore stesso dell'infrastruttura su cui costruire lo sviluppo futuro.



A fianco: Il presidente dell'Asat Giovanni Battaiola.

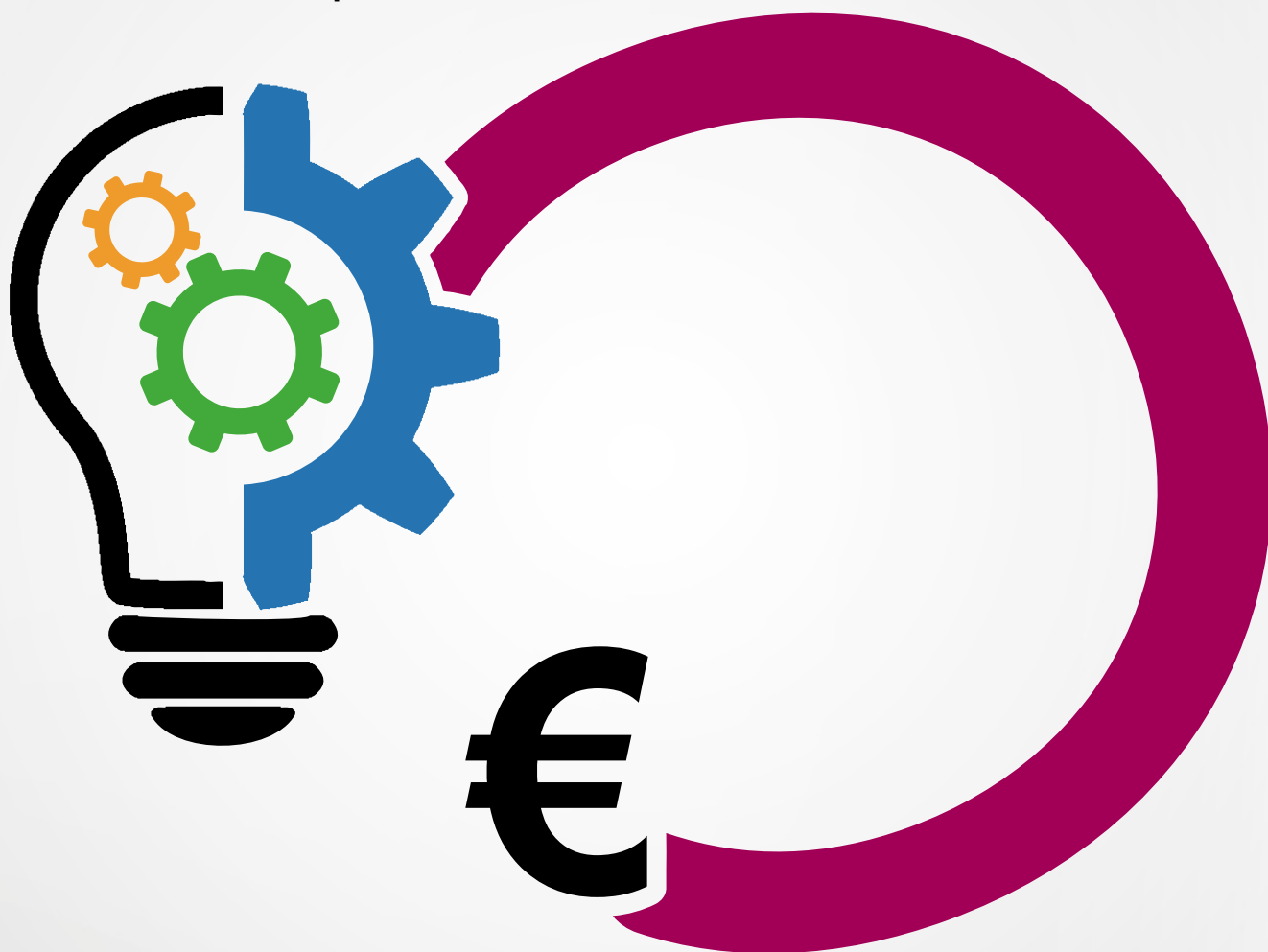
C come CONNESSIONE

# Semplifichiamo l'accesso al credito

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

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

[www.confiditrentinoimprese.it](http://www.confiditrentinoimprese.it)



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

# Lavoro di qualità e imprese responsabili: il turismo trentino punta sulla contrattazione

**L'accordo integrativo rafforza tutele, stabilità occupazionale e attrattività del settore.**

**Al centro anche casa per i lavoratori e contrasto ai «contratti pirata»**

3' e 31" ⌚

Nel turismo la competitività non si gioca più soltanto sulla bellezza delle destinazioni o sull'eccellenza dei servizi, ma sempre di più sulla qualità del lavoro. È questa la visione che accompagna il nuovo accordo integrativo sostenuto da ASAT, l'Associazione Albergatori e Imprese Turistiche della provincia di Trento, che punta a rafforzare il sistema territoriale attraverso una contrattazione di secondo livello capace di incidere in modo concreto su occupazione, stabilità e attrattività del settore.

«L'accordo integrativo costituisce una scelta strategica che rafforza la reputazione del territorio come sistema turistico evoluto, capace di competere non solo sulla qualità dell'offerta, ma anche sulla qualità del lavoro», sottolinea Alberto Bertolini, vicepresidente ASAT con delega alla contrattazione. In un contesto in cui la difficoltà di reperimento della manodopera è diventata una delle principali criticità per le imprese turistiche, la leva contrattuale diventa uno strumento chiave per valorizzare le professionalità e migliorare in modo tangibile le condizioni economiche, di welfare e di crescita di lavoratrici e lavoratori.

Uno dei nodi centrali è la continuità occupazionale. Le aziende turistiche, infatti, hanno sempre più bisogno di collaboratori fidelizzati, formati e motivati, in grado di garantire standard elevati e costanti nel tempo. La stabilità dei rapporti di lavoro non è solo una tutela per i



dipendenti, ma anche un fattore determinante per la qualità complessiva dell'offerta. Allo stesso tempo, occorre rendere il turismo un ambito professionale in cui sia possibile costruire percorsi di carriera solidi e duraturi.

Questo obiettivo, però, si intreccia con un tema sempre più urgente nei territori a forte vocazione turistica: l'accesso alla casa. La difficoltà di reperire alloggi a costi sostenibili incide sia sui residenti sia sui lavoratori stagionali o permanenti, rendendo più complesso trattenere personale qualificato. Per questo l'accordo viene letto anche come una base

comune tra imprese e sindacati per sollecitare la politica provinciale a mettere in campo strumenti a sostegno dell'abitare e delle aziende che investono in occupazione di qualità. In questa direzione, misure come la riduzione o l'azzeramento dell'IRAP per le imprese che sottoscrivono contratti di secondo livello rappresentano un segnale concreto di riconoscimento verso chi sceglie la strada della contrattazione responsabile.

Accanto ai temi della stabilità e del welfare, l'intesa richiama con forza anche la necessità di contrastare il fenomeno dei cosiddetti "contratti pirata". Si tratta di contratti collettivi non sottoscritti dalle organizzazioni maggiormente rappresentative che, pur offrendo condizioni apparentemente vantaggiose sul piano dei co-

sti, possono tradursi in minori tutele per i lavoratori e in rischi significativi per le imprese. Il contratto collettivo nazionale applicato dalla grande maggioranza delle aziende del settore turistico, firmato dalle principali associazioni datoriali e sindacali, viene invece descritto come uno strumento moderno e completo, capace di rispondere alle diverse esigenze del comparto, garantendo dignità ai lavoratori e certezze applicative alle imprese.

L'utilizzo di contratti non rappresentativi può infatti esporre le aziende a contenziosi e a contestazioni contributive da parte degli enti previdenziali, con conseguenze economiche anche rilevanti. Da qui la richiesta di un impegno più forte, anche attraverso l'Ente Bilaterale Territoriale, per promuovere l'applicazione del

contratto maggiormente rappresentativo e valorizzare le imprese che operano nel pieno rispetto delle regole. In prospettiva, questo criterio potrebbe diventare un elemento qualificante anche nell'accesso a contributi e finanziamenti pubblici, premiando chi investe in legalità contrattuale e qualità del lavoro.

Nel suo complesso, l'accordo integrativo viene quindi letto come un tassello di una strategia più ampia: costruire un modello di sviluppo turistico fondato sulla sostenibilità sociale, sulla stabilità occupazionale e sulla valorizzazione del capitale umano. Un approccio che mira a consolidare l'immagine del Trentino come destinazione d'eccellenza non solo per chi la visita, ma anche per chi sceglie di lavorarci e costruirvi il proprio futuro professionale.



# CONVENZIONE 2026



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



~~179€~~

**149€**

VERSIONE  
DIGITALE

~~519€~~

**428€**

ABBONAMENTO  
FULL

=

CARTACEO

+

SITO  
PREMIUM

+

DIGITALE

~~279€~~

**229€**

VERSIONE  
CARTACEA

**17%** DI SCONTO

SU TUTTI GLI ABBONAMENTI

**RISERVATO SOCI ASAT**



INQUADRA IL QR CODE  
PER ADERIRE  
PROMOZIONE 2026

**SCONTISTICA SPECIALE  
SULL'ACQUISTO DI ADV**

# Olimpiadi e turismo: tra attese e nuove opportunità per le valli trentine

**Soddisfazione per l'organizzazione e per la visibilità internazionale, ma in alcune zone si è registrato un afflusso inferiore alle aspettative, soprattutto tra i clienti affezionati**

4' e 10" ⌚

«Meno del previsto» è l'espressione che sintetizza il sentimento raccolto in alcune aree della montagna trentina dopo l'evento olimpico. Un bilancio che non ha toni polemici, ma che invita a riflettere su dinamiche e percezioni del mercato turistico in un momento storico di grande visibilità internazionale.

Per **Davide Moser**, presidente della sezione Asat della bassa val di Fassa, il dato più significativo riguarda il flusso turistico registrato nel periodo dell'evento. «La risposta giusta è che è stato meno del previsto - spiega - Non tanto per un crollo economico immediato (gli alberghi non hanno subito una grande flessione nei ricavi), quanto per una componente più delicata: la clientela affezionata. Secondo Moser, una parte dei frequentatori storici avrebbe scelto altre destinazioni, come la Val di Sole o Madonna di Campiglio, temendo traffico intenso, difficoltà di viabilità e il rischio di trovare tutto esaurito. «Dispiace non tanto per il mancato flusso atteso, ma per aver perso una buona fetta di clienti consolidati, quelli che venivano normalmente in quel periodo - osserva - una perdita che pesa sullo storico e sul rapporto di fiducia costruito negli anni, e che non è scontato si ricomponga automaticamente nella prossima stagione». Va però sottolineato che, a livello di fatturato complessivo, la situazione per gli hotel non è stata critica. Diverso il discorso per alcuni impianti di risalita, che hanno registrato una flessione più evidente. L'auspicio condiviso è che la straordinaria esposizione mediatica genera-

ta dalle Olimpiadi possa attrarre nuova clientela nei prossimi anni, compensando il calo temporaneo. «Siamo positivi - conclude Moser - e speriamo che l'investimento porti i suoi frutti, anche se qualche dubbio sull'effettivo ritorno resta».

Uno scenario in parte diverso emerge dal territorio del capoluogo. **Maria Teresa Lanzinger**, presidente della sezione Asat di Trento, evidenzia come l'area cittadina non abbia vissuto un impatto diretto particolarmente marcato. «Dal punto di vista dell'occupazione non c'è stata una ricaduta significativa nell'immediato. Era previsto: la logistica era concentrata altrove e le località



coinvolte avevano una grande capacità ricettiva e di servizi». Trento ha svolto un ruolo di supporto, anche come punto di riferimento in caso di emergenza, ma senza un effetto espansivo rilevante sulle presenze. Ciò non toglie, sottolinea Lanzinger, che l'evento sia stato apprezzato per il valore sportivo e promozionale: «Le Olimpiadi hanno fatto bene e faranno bene a tutti, anche per far conoscere il Trentino e per i successi sportivi dei nostri atleti». Le prospettive future, tuttavia, si inseriscono in un quadro internazionale complesso.

In Val di Fiemme, teatro diretto delle competizioni, il bilancio è più nettamente positivo. **Diego Zorzi**, presidente della sezione Asat locale, parla di un'esperienza riuscita. «Secondo me e secondo i colleghi è andata bene. C'erano stanze libere in linea teorica, ma l'occupazione è stata buona, con un numero leggermente inferiore di persone rispetto alle attese di cinque o sei anni fa, ma comunque soddisfacente». «Una parte significativa delle camere - aggiunge - è stata messa a

disposizione della Fondazione Milano Cortina 2026, come già avvenuto in passato in occasione di grandi eventi sportivi. Alcuni alberghi hanno ceduto l'intera disponibilità, altri solo una percentuale, lasciando il resto a tifosi e addetti ai lavori. Il risultato è stato un buon equilibrio tra ospitalità istituzionale e turismo sportivo. I riscontri internazionali sono stati incoraggianti. Visitatori provenienti da Paesi nordici come Finlandia, Svezia e Norvegia hanno apprezzato in particolare l'organizzazione e la comodità dei trasporti. Anche l'indotto ha beneficiato dell'evento: a Predazzo, Tesero e Cavalese ristoranti e bar hanno lavorato intensamente, con alcuni esercizi aperti a pieno ritmo dalle 12 fino alle 2 di notte. I negozi hanno registrato risultati più contenuti, mentre nei paesi più piccoli si è visto un incremento moderato ma diffuso». L'Apt ha contribuito con eventi collaterali, dj set e musica pomeridiana a Predazzo, che hanno animato l'atmosfera e coinvolto residenti e ospiti. «L'esperienza è stata positiva - ribadisce Zorzi - in val di Fiemme siamo abituati a gare e mondiali, ma le

Olimpiadi sono un'altra cosa. Anche il tifoso vive l'evento in modo diverso». Le aspettative, nel complesso, sono state confermate, pur con numeri leggermente inferiori rispetto alle previsioni di lungo periodo.

Nel quadro generale emerge dunque un Trentino capace di organizzare un grande appuntamento sportivo con efficienza e qualità, ma anche consapevole delle dinamiche complesse che regolano i flussi turistici. L'effetto immediato sulle presenze non è stato uniforme: alcune valli hanno registrato meno afflusso del previsto, soprattutto tra i clienti abituali; altre hanno beneficiato direttamente dell'evento. La sfida, ora, è trasformare la visibilità globale in un'opportunità stabile, consolidando la fiducia della clientela storica e intercettando nuovi segmenti di mercato. Le immagini delle competizioni, trasmesse in tutto il mondo, hanno acceso i riflettori sulle montagne trentine. Il compito dei prossimi anni sarà far sì che quella luce si traduca in arrivi, soggiorni e nuove storie di vacanza da raccontare.





Foto www.ariannasighel.com

# Anche il Trentino è salito sul podio

## Storie, medaglie e orgoglio di un territorio

3' e 34" ⌚

Arianna Bertagnolli 📝

Alle Olimpiadi invernali Milano Cortina 2026, il Trentino non è stato soltanto scenario di gare spettacolari, ma soprattutto terra di campioni. Un territorio capace di trasformare talento, passione e sacrificio in risultati concreti, portando sul podio atleti cresciuti tra vallate, piste, palazzetti e centri sportivi locali. Medaglie che raccontano storie personali, ma anche un progetto collettivo costruito nel tempo. Dietro ogni successo c'è una comunità che sostiene, accompagna e valorizza. Famiglie, allenatori, società sportive, amministrazioni e volon-

tari hanno contribuito a creare un ambiente favorevole alla crescita, dove lo sport è prima di tutto formazione, cultura e responsabilità. È in questo contesto che sono maturate le imprese di una generazione di atleti che ha saputo rappresentare il Trentino ai massimi livelli internazionali.

Nel pattinaggio di velocità, l'oro nell'inseguimento a squadre ha portato anche la firma di **Andrea Giovannini** e **Michele Malfatti**, protagonisti di una disciplina che richiede rigore, continuità e grande spirito di squadra. La loro vittoria è il frutto di anni di lavoro silenzioso, spesso lontano dai riflettori, ma costruito giorno dopo giorno con determinazione. Lo short track ha regalato al Trentino alcune delle emozioni più intense. Nella staffetta mista, l'oro conquistato da **Thomas Nadalini**, **Pietro Sighel** e **Chiara Betti** ha rappresentato il coronamento di un percorso condiviso, fatto di allenamenti, sacrifici e fiducia reciproca. A questo risultato si sono aggiunti l'argento nella staffetta 3.000 metri di Chiara Betti con **Arianna Sighel**, e il bronzo nella staffetta 5.000 metri di

In alto: Arianna Sighel.

Nella pagina a fianco: Simone Deromedis.

Sighel e Nadalini, a conferma della solidità di un movimento in continua crescita.

Sulle piste innevate, tra velocità, salti e traiettorie al limite, lo ski-cross ha trovato il suo interprete perfetto in **Simone Deromedis**, capace di conquistare l'oro con una gara di grande intelligenza tattica e controllo. Il suo successo racconta il legame profondo tra gli atleti trentini e l'ambiente montano, che da sempre rappresenta una palestra naturale e una scuola di carattere. Nel pattinaggio di figura, il bronzo a squadre di **Lara Naki Guttman** ha portato sul podio anche l'eleganza, la sensibilità artistica e la precisione tecnica. Una disciplina in cui nulla è lasciato al caso e che richiede equilibrio tra mente, corpo ed emozioni, valori che trovano nel contesto trentino un terreno fertile. Il ghiaccio del curling ha, invece,

premiato la costanza e l'esperienza di **Amos Mosaner**, bronzo nel doppio misto. Un risultato che conferma la maturità di un atleta abituato ai grandi appuntamenti e simbolo di una specialità che negli ultimi anni ha trovato nel territorio una base sempre più solida.

Tutte queste storie si intrecciano con quella di un Trentino che investe nelle strutture, nella formazione e nella qualità dei servizi. Dalla Val di Fiemme ai centri del ghiaccio, dalle palestre alle piste, il territorio offre spazi che non sono solo luoghi di allenamento, ma veri ambienti educativi, dove si impara il valore del rispetto, della disciplina e del lavoro di squadra. In questo sistema virtuoso rientra anche il mondo dell'accoglienza che contribuisce a rendere il territorio attrattivo, funzionale e capace di ospitare grandi eventi. Sport e turismo, in Trentino,

crescono insieme, alimentandosi reciprocamente e creando opportunità per tutta la comunità. Le medaglie di Giovannini, Malfatti, Nadalini, Sighel, Betti, Arianna Sighel, Deromedis, Naki Guttman e Mosaner non sono soltanto risultati sportivi. Sono il simbolo di un modello che funziona, di una rete che sa collaborare e di una visione che guarda al futuro. Raccontano ai giovani che il talento va coltivato, alle famiglie che il sostegno è fondamentale, alle istituzioni che investire nello sport significa investire nel capitale umano. Quando un atleta trentino sale sul podio, non porta con sé solo una bandiera e una medaglia. Porta l'orgoglio delle sue valli, la forza delle sue comunità e la consapevolezza di rappresentare un territorio che, ancora una volta, ha dimostrato di saper trasformare passione e impegno in eccellenza.



Foto FISJ Trentino

# Casa Trentino Dolomiti si è aperta alla ristorazione di classe

2' e 35" ⌚

Andrea Rudari ✍️

## Dieci cene per presentare le scuole alberghiere ed i prodotti tipici del Trentino



Foto Ufficio Stampa Newspaper

Le Olimpiadi invernali in Val di Fiemme hanno rappresentato non soltanto un momento di sport e competizione, ma anche un'importante occasione di incontro e promozione del territorio. Accanto alle gare, a Casa Trentino Dolomiti sono stati, infatti, organizzati diversi eventi collaterali pensati per intrattenere gli ospiti durante il periodo olimpico e, allo stesso tempo, valorizzare l'identità culturale ed enogastronomica locale. Tra le iniziative più apprezzate si è distinto il progetto promosso dall'Associazione Italiana Ambasciatori del Gusto, che ha voluto coniugare cucina di qualità, prodotti del territorio e formazione dei giovani coinvolgendo ben 400 studenti degli Istituti alberghieri e dei Cfp del Trentino, affiancati dagli chef dell'Associazione e coordinati dallo chef stellato **Alessandro Gilmozzi**.

L'intento dell'iniziativa è stato chiaro fin dall'inizio: trasmettere alle nuove generazioni il valore della tradizione gastronomica italiana, integrandola con i principi di sostenibilità, identità territoriale e corretta alimentazione legata allo sport. Un messaggio ancora più significativo nel corso delle Olimpiadi, capace di trasformare la formazione alberghiera in un momento rivolto a un pubblico internazionale e di valorizzare la cucina italiana come espressione culturale, educativa e sociale.

Le cene, organizzate sotto l'egida di Trentino Marketing, Nordic Ski WM Val di Fiemme, ApT Val di Fiemme e Cembra e Dolomiti Superski, si sono svolte nella prestigiosa sala del Centro di formazione professionale Enaip di Tesero, trasformata per l'occasione in un elegante ristorante di rappresentanza. In totale si sono tenute dieci serate che hanno accolto giornalisti, atleti e rappresentanti delle istituzioni. Accanto agli studenti hanno operato alcuni tra i più autorevoli «campioni» della ristorazione italiana: **Ettore Bocchia, Luca Zotti, Alessandro Bellingeri, Tina Marcelli, Gianfranco Pascucci, Sara Bertocchi, Alessandro Pipero, Nicola Dinato e Klaus Palumbo**, insieme allo stesso Gilmozzi. «Le Olimpiadi in Italia rappresentano un'opportunità straordinaria, un evento di portata mondiale - ha dichiarato Alessandro Gilmozzi - al quale gli Ambasciatori

del Gusto hanno voluto partecipare con grande senso di responsabilità e orgoglio. Con questo progetto abbiamo raccontato la cucina italiana di qualità e il Made in Italy attraverso i giovani, rendendoli protagonisti su un palcoscenico internazionale. Essere presenti ha significato contribuire attivamente a una narrazione culturale che unisce sport, identità e futuro». Gli ha fatto eco **Pietro De Godenz**, presidente di Nordic Ski Val di Fiemme: «I complimenti vanno a tutti i ragazzi e agli chef che hanno lavorato a questi eventi, trasformandoli in un'opportunità per presentare al mondo lo stile italiano e trentino».

Per gli studenti si è trattato di un'esperienza intensa e formativa, a partire dal lavoro fatto presso gli



Istituti, in cui sono stati messi a punto i menù, fino all'allestimento di una mostra che ha accompagnato gli ospiti dall'ingresso della scuola fino alla sala ristorante, raccontando identità e attività dell'Istituto di Tesero. Un'occasione di grande rilievo, dunque, non solo

per la presenza di ospiti illustri, ma anche per la crescita dei giovani e la diffusione della cultura italiana, cogliendo le Olimpiadi Invernali 2026 come straordinaria opportunità per raccontare al mondo qualità, professionalità e tradizione del nostro Paese.



**hegematic**

PARTNER UFFICIALE PER IL TRENTINO ALTO ADIGE



**la marzocco**

handmade in florence

# L'eredità olimpica accende il Trentino

**Dalla chiusura dei Giochi all'Arena di Verona parte la sfida: trasformare la visibilità di Milano Cortina 2026 in nuovo slancio turistico per il territorio**

2' e 00" ⌚

Si sono spenti i riflettori sui Giochi invernali di Milano Cortina 2026 nello scenario millenario dell'Arena di Verona, trasformata per l'occasione in un grande teatro contemporaneo. Una cerimonia di chiusura elegante e fortemente identitaria ha accompagnato il pubblico internazionale verso il congedo, mescolando lirica, danza, tecnologia e racconto dei territori protagonisti.

Il format «Beauty in Action» ha puntato con decisione sulla capacità italiana di unire cultura e spettacolo. Dall'omaggio all'opera alle coreografie di respiro internazionale, fino allo spegnimento del braciere olimpico, la serata ha restituito l'immagine di un Paese capace di valorizzare il proprio patrimonio artistico dentro una regia moderna. Non solo celebrazione sportiva, dunque, ma anche un potente strumento di promozione turistica. In questa cornice, il Trentino esce dai Giochi con un capitale reputazionale rafforzato. Le sedi

di gara e i territori coinvolti hanno dimostrato standard organizzativi elevati, una filiera dell'ospitalità matura e una crescente attenzione alla sostenibilità. Elementi che, letti insieme, consolidano il posizionamento della destinazione nel competitivo mercato della montagna invernale. Le immagini delle Dolomiti innevate, più volte rilanciate durante le due settimane olimpiche e richiamate anche nella narrazione finale, hanno raggiunto milioni di spettatori in tutto il mondo. Per il sistema turistico provinciale si tratta, ora, di trasformare questa visibilità in risultati concreti: più presenze, maggiore permanenza media e una progressiva destagionalizzazione dei flussi. Gli operatori guardano al dopo-Giochi con un cauto ottimismo. Le infrastrutture potenziate, le nuove competenze organizzative e la collaborazione tra pubblico e privato rappresentano una base solida su cui costruire le prossime strategie promozionali. Centrale sarà la capacità di raccontare il Trentino non solo come meta sciistica, ma come destinazione alpina completa, fruibile in tutte le stagioni.

La scelta dell'Arena di Verona per la chiusura ha sottolineato proprio questa visione: un'Olimpiade diffusa, capace di mettere in rete città d'arte e territori montani. Per il turismo trentino la partita vera comincia adesso. Mantenere accesa l'attenzione internazionale e trasformare l'emozione olimpica in valore duraturo sarà la sfida del futuro.

Sotto: L'Arena di Verona.



Foto [www.commons.wikimedia.org](http://www.commons.wikimedia.org)



# 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 il tuo hotel può ottenere grandi risultati con gli strumenti giusti:

- Siti web che trasformano visitatori in clienti
- User experience chiara e intuitiva
- Contenuti ottimizzati e SEO efficace
- Campagne sponsorizzate mirate
- Analisi dei dati per far crescere il tuo business

Noi lo chiamiamo... **sfruttare la rete.**

[www.ogp.it](http://www.ogp.it)

**OGP**  
OLTRE LE APPARENZE

# Olimpiadi Milano-Cortina 2026: gli hotel trentini

## Più ricavi, ma margini sotto «pressione»

3' e 19" ⌚

Francesca Maffei ✍️

Le Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026 hanno rappresentato per il sistema alberghiero trentino un evento ad alta intensità di domanda, ma anche un caso complesso di gestione economica e finanziaria. La presenza delle sedi di gara di Predazzo e Tesero ha garantito visibilità internazionale e flussi aggiuntivi, ma i risultati operativi mostrano una realtà meno lineare rispetto alle aspettative iniziali di piena saturazione e marginalità straordinaria. Nel periodo dal 6 al 22 febbraio 2026 l'occupazione alberghiera nelle aree coinvolte si è attestata mediamente tra il 70% e l'85%, con picchi superiori nelle strutture prossime agli impianti. L'ADR ha registrato incrementi compresi tra più 25% e più 60% ri-

spetto a febbraio 2025: in Val di Fiemme il prezzo medio per una camera doppia si è collocato tra 180 euro e 200 euro per i 3 stelle e tra 240 euro e 300 euro per i 4 stelle, con una spesa media di 450-460 euro per un weekend di due notti.

Dal punto di vista finanziario, tuttavia, l'aumento dei ricavi non si è tradotto automaticamente in un proporzionale miglioramento dei margini. Una prima criticità riguarda il tema del «vuoto per pieno». Molte strutture hanno vincolato tra il 30% e il 45% dell'inventario camere a contratti con organizzazioni olimpiche, media e fornitori, spesso a tariffe concordate mesi prima dell'evento. Questa scelta ha garantito flussi certi e ridotto il rischio di invenduto, ma ha limitato la possibilità di intercettare la domanda leisure ad alta disponibilità di spesa nei giorni di massimo afflusso, comprimendo il potenziale RevPAR.

Una seconda criticità riguarda la distorsione del mix di clientela. La forte presenza di ospiti «tecnici», con soggiorni medi superiori alle quattro notti, ha aumentato la stabilità dell'occupazione, ma ha ridotto la rotazione delle camere e la possibilità di ottimizzazione giornaliera dei prezzi. In diversi casi, l'occupazione elevata non ha coinciso con un picco di redditività, soprattutto

Nella pagina a fianco, in alto: Il Braciere con il fuoco olimpico in Val di Fiemme.



per le strutture medio-piccole con costi fissi elevati e limitata capacità di upselling. Dal lato della domanda tradizionale, gli operatori segnalano un effetto di sostituzione: tra il 10% e il 20% della clientela storica invernale (famiglie, sciatori amatoriali, senior) ha evitato volontariamente il periodo olimpico, spostando il soggiorno su settimane limitrofe. Questo ha attenuato il rischio di overbooking, ma ha ridotto la possibilità di capitalizzare appieno sull'effetto evento, trasformando parte della domanda in semplice anticipo o posticipo, con impatto neutro sul fatturato stagionale complessivo.

Un ulteriore elemento critico è legato alla volatilità del pricing. Dopo una fase iniziale caratterizzata da aspettative molto elevate, con tariffe pubblicate a livelli estremi, il mercato ha mostrato un riassetto significativo: tra dicembre 2025 e febbraio 2026 si sono registrate riduzioni di prezzo anche del 20 o 30% rispetto ai massimi iniziali. Questo fenomeno ha inciso sulla percezione di affidabilità tariffaria e ha complicato la pianificazione dei ricavi, soprattutto per gli alberghi meno strutturati sul fronte del revenue management.

Sul piano dei costi, il periodo olimpico ha accentuato alcune pressioni strutturali. L'aumento dei costi del personale, legato a straordinari, contratti a termine e maggiore rigidità operativa, insieme ai costi energetici e ai servizi accessori, ha ridotto la marginalità netta. In diversi casi gli albergatori segnalano che, a fronte di un aumento del fatturato, l'EBITDA è cresciuto in misura inferiore alle attese, con margini erosi da una struttura dei costi più pesante. Per l'hôtellerie trentina le Olimpiadi si conferma-



no come un evento ad alto fatturato ma a redditività selettiva. Il vero valore dell'esperienza risiede nelle competenze maturate: gestione di contratti complessi, allocazione strategica dell'inventario, controllo

dei costi e maggiore consapevolezza dei limiti finanziari dei grandi eventi. Un patrimonio di know-how decisivo per il futuro posizionamento negli eventi sportivi internazionali.

Gli studenti del percorso di Alta Formazione Professionale in Management dell'Ospitalità di Roncigno hanno avuto l'opportunità di visitare la sede di Federalberghi a Roma, entrando nel cuore della rappresentanza del turismo italiano.

Durante l'incontro, il direttore generale **Alessandro Nucara** ha illustrato il ruolo di Federalberghi nel sostenere e rappresentare le imprese turistiche, spiegando come le associazioni contribuiscano concretamente alla promozione e alla tutela del settore.

Un'occasione preziosa per collegare formazione e mondo reale dell'ospitalità, approfondendo i meccanismi della rappresentanza e acquisendo una visione più ampia del futuro professionale nel turismo.



# Viva Ospitalità: il manifesto degli 80 anni di Asat



2' e 27" ⌚

Davide Cardella ✍️

In occasione dell'ultima edizione di Hospitality, l'Asat ha presentato il nuovo claim che accompagnerà l'Associazione lungo tutto il percorso dell'80° anniversario: «Viva Ospitalità». Non una semplice operazione di comunicazione, ma una scelta identitaria chiara, coerente con la storia dell'Associazione e orientata al futuro del comparto turistico trentino.

«Viva Ospitalità» è, prima di tutto, un'esclamazione. È un'espressione energica e positiva che celebra la vitalità di un settore che rappresenta una componente strutturale

dell'economia provinciale e uno degli asset strategici per la competitività del territorio. Allo stesso tempo, è una dichiarazione di impegno. L'ospitalità è viva quando qualcuno la tutela, la rappresenta e la fa crescere in modo sistemico. Dal 1946 l'Asat svolge questo ruolo con continuità, accompagnando le imprese in ogni fase di evoluzione del mercato, dei modelli organizzativi e del quadro normativo.

Il claim sintetizza dunque una visione: l'ospitalità non è un concetto astratto, ma un ecosistema complesso fatto di imprese, persone, competenze, relazioni e responsabilità. La vitalità evocata dal claim non è retorica. L'ospitalità trentina è un sistema dinamico, capace di adattarsi a scenari economici mutevoli, a trasformazioni nei comportamenti della domanda e a sfide globali sempre più complesse. In questi de-

cenni il comparto ha dimostrato resilienza, capacità di innovazione e propensione all'investimento, mantenendo standard qualitativi elevati e rafforzando il posizionamento del Trentino sui mercati nazionali e internazionali. Dietro ai numeri vi sono imprese familiari, gruppi strutturati, professionisti e collaboratori che ogni giorno animano il territorio con competenza e passione. Non si tratta soltanto di strutture ricettive, ma di un sistema imprenditoriale che contribuisce in modo determinante alla coesione sociale, alla valorizzazione del patrimonio locale e alla costruzione dell'identità territoriale.

«Viva Ospitalità» richiama una concezione ampia del settore. Non solo accoglienza in senso stretto, ma un insieme articolato di tutele

sindacali, rappresentanza istituzionale, servizi specialistici, consulenza strategica, formazione, networking e progettualità condivise. È questo l'ambito in cui l'Asat opera quotidianamente: presidiare i tavoli decisionali, supportare le imprese nella gestione delle complessità normative, favorire l'innovazione organizzativa e digitale, promuovere una cultura imprenditoriale orientata alla sostenibilità economica, ambientale e sociale. Proteggere, promuovere, far crescere: tre direttrici operative che definiscono il perimetro dell'azione associativa e che trovano nel nuovo claim una sintesi efficace e riconoscibile.

Nel 2026 l'Asat celebra ottant'anni di attività. Un traguardo che non rappresenta un punto di arri-

vo, bensì una piattaforma da cui rilanciare con determinazione la propria missione. In due parole semplici ma dense di significato si concentrano otto decenni di storia, di rappresentanza e di visione strategica. «Viva Ospitalità» è al contempo un'affermazione di vitalità e un invito all'azione: richiama l'orgoglio di appartenenza a un comparto fondamentale per il Trentino e sollecita una responsabilità condivisa verso il suo futuro. È un messaggio che parla agli associati, alle istituzioni, ai partner e alle nuove generazioni di imprenditori: l'ospitalità si racconta, si vive e si costruisce insieme. Con la stessa determinazione che, dal 1946, guida l'Associazione nel rappresentare e valorizzare le imprese del settore. Viva Ospitalità. Viva ASAT.



**80%**  
dei casi di assistenza vengono risolti al primo intervento.

**GIN**  
**GRANDIMPIANTI**  
Noselli

**NIEDERBACHER**  
SERVICETEAM

Peter Frank,  
tecnico specializzato settore Wash

## LA FIDUCIA, IL NOSTRO IMPEGNO

Tel. 0471 913 404 | [www.grandimpiantinoselli.com](http://www.grandimpiantinoselli.com) | [info@grandimpiantinoselli.com](mailto:info@grandimpiantinoselli.com)

PROJECT

COOK

COOL

WASH

SERVICE

GASTRO EQUIPMENT



# Associazione Gestori Rifugi del Trentino: al via gli incontri territoriali di primavera

## Prima data fissata per martedì 24 marzo

1° e 28°  
Laura Licati

Con l'arrivo della primavera tornano gli incontri territoriali dedicati alle rifugiste e ai rifugisti, un appuntamento che rappresenta un momento centrale di confronto e aggiornamento. Nei mesi di marzo e aprile ripartirà, infatti, il ciclo di incontri sul territorio, pensato per approfondire insieme le tematiche di interesse comune e rafforzare il dialogo diretto tra direttivo e soci.

Tre le date fissate. Il primo appuntamento si terrà il 24 marzo a San Michele all'Adige (Trento), presso Birra del Bosco. Si proseguirà il 14 aprile a Tione di Trento, ospiti di Battocchi S.p.A.. Il terzo incontro è in programma per il 16 aprile nella zona

della Val di Fiemme. Tutti gli incontri avranno inizio alle ore 16 e si concluderanno con un momento conviviale, occasione preziosa per favorire lo scambio informale e consolidare la rete tra colleghi.

Al centro del programma vi saranno le principali questioni normative che interessano la gestione dei rifugi: dalla disciplina sui rifiuti alle autorizzazioni ambientali (AUT), fino ai contributi e alle opportunità di sostegno economico. Temi che incidono direttamente sull'organizzazione quotidiana delle strutture e che richiedono aggiornamenti e chiarimenti operativi. Ampio spazio sarà riservato al dibattito e al confronto aperto: l'obiettivo è raccogliere esigenze, criticità e proposte direttamente dai territori, stimolando una discussione costruttiva e favorendo l'elaborazione di istanze condivise da portare all'attenzione delle istituzioni.

Ogni socio è invitato a partecipare all'incontro della propria area territoriale; chi fosse impossibilitato nella data prevista potrà iscriversi a una delle altre sedi disponibili. Un'opportunità concreta per discutere le sfide quotidiane, condividere esperienze e contribuire attivamente al futuro del sistema dei rifugi.



A fianco: Incontro territoriale 2025.

# L'Asat amplia il supporto ai club di prodotto



## Dal 2026 è attiva la gestione delle segreterie per Vita Nova Wellness e Trentino in Moto

2' e 40"

Francesco Biffi

A partire dal 2026 l'Asat, Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della provincia di Trento - Federalberghi, ha assunto la gestione delle segreterie organizzative di due importanti club di prodotto del territorio: il consorzio Vita Nova Wellness Hotels e l'associazione Trentino in Moto. Si tratta di due realtà consolidate che rappresentano segmenti strategici dell'offerta turistica trentina: da un lato il benessere e l'ospitalità wellness di qualità, dall'altro il turismo motociclistico, un segmento in costante crescita che richiama una clientela italiana e internazionale alla ricerca di esperienze autentiche e itinerari spettacolari tra passi alpini e vallate.

L'ingresso di questi due gruppi all'interno delle attività gestionali coordinate dall'Asat rappresenta un arricchimento reciproco. Da una parte l'Asat amplia ulteriormente il proprio ruolo di supporto alle imprese turistiche organizzate in club di prodotto; dall'altra, Vita Nova Wellness e Trentino in Moto potranno contare su una struttura con consolidata esperienza nella gestione di reti di imprese, nello sviluppo di progetti condivisi e nel coordinamento di azioni di promozione e comunicazione.

I club di prodotto rappresentano uno strumento efficace per la crescita del turismo territoriale: consentono alle imprese di confrontarsi, innovare i servizi, creare standard comuni e rafforzare la visibilità verso target di clientela ben definiti. La collaborazione tra operatori, unita a una gestione professionale e continuativa, permette infatti di costruire proposte riconoscibili e competitive sui mercati nazionali e internazionali. In questo contesto, il 2026 rappresenterà un anno particolarmente importante per entrambi i club, che si sono posti sfide strategiche ben precise.

La prima riguarda il rafforzamento delle attività di comunicazione e marketing, attraverso azioni e investimenti mirati ad ampliare la visibilità dei rispettivi prodotti verso un pubblico coerente e selezionato. L'obiettivo è consolidare il posizionamento del Trentino come destinazione di riferimento sia per il turismo

wellness sia per il turismo motociclistico, intercettando nuovi flussi e fidelizzando una clientela sempre più attenta alla qualità dell'esperienza e alla specializzazione dell'offerta.

La seconda sfida riguarda, invece, il lavoro interno ai club, con l'intenzione di accrescere ulteriormente la qualità delle imprese aderenti attraverso il confronto tra operatori e investimenti in formazione. Momenti di scambio, percorsi di aggiornamento e iniziative condivise permettono infatti agli imprenditori di sviluppare nuove competenze, migliorare i servizi offerti e adattarsi alle evoluzioni della domanda turistica. Azioni che puntano non solo a migliorare la qualità dell'offerta e della comunicazione, ma anche ad arricchire complessivamente il prodotto turistico del territorio, in un mercato sempre più competitivo che richiede innovazione continua per mantenere e rafforzare la propria posizione.

Con questo nuovo incarico l'Asat conferma dunque il proprio impegno a sostenere lo sviluppo dell'offerta turistica del Trentino, favorendo sinergie tra imprese, crescita della qualità e valorizzazione delle specializzazioni che rendono il territorio attrattivo durante tutto l'anno. L'ingresso di Vita Nova Wellness e Trentino in Moto segna, quindi, un ulteriore passo verso un turismo sempre più organizzato, specializzato e capace di intercettare nuove esigenze di viaggio, rafforzando il posizionamento del Trentino come destinazione di eccellenza e confermando il valore della collaborazione tra imprese come leva fondamentale per la competitività futura del settore.

# Vacanze sulla neve, un «must» per 9,1 milioni di italiani

## 2,7 milioni in viaggio solo nel week end con giro d'affari di 6,7 miliardi

6' e 39" ⌚

Gli italiani non rinunciano al meritato soggiorno sulla neve: per la stagione invernale di quest'anno, nel trimestre compreso tra gennaio e marzo, in 9,1 milioni hanno scelto o sceglieranno le piste innevate come destinazione della propria vacanza. Di essi, 2,7 milioni si concederanno solo un fine settimana, mentre i più «irriducibili» (0,7 milioni) aggiungeranno un ulteriore week end al periodo dedicato alla montagna. Si tratta di un movimento turistico che genererà un giro di affari complessivo di 6,7 miliardi di euro. I dati, frutto dell'indagine realizzata da Tecnè per Federalberghi, confermano quanto la cosiddetta «settimana bianca» rappresenti un must per gli italiani, ovvero una irrinunciabile opportunità per concedersi una vacanza nella stagione invernale. La scelta della destinazione, sia per coloro che prevedono soggiorni più lunghi sia per chi si muoverà solo nel fine settimana, si orienterà soprattutto nel Belpaese, principalmente nelle regioni del Nord. Per ciò che riguarda le destinazioni straniere, esse verranno prese in considerazione da una percentuale di viaggiatori decisamente di nicchia.

«Il quadro della nostra indagine configura uno scenario variegato - ha commentato il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** - Innanzitutto rivela una stagione invernale in crescita, elemento che rafforza il senso di solidità del nostro settore. Ma vediamo anche una domanda che si esprime in due direzioni: da una parte verso l'esperienza più completa della settimana bianca, dall'altro verso la fruizione della montagna a misura di week end, una scelta più flessibile per la gestione del budget ed anche del calendario delle partenze». «Sono certo che - ha aggiunto Bocca - nel contesto generale, l'evento delle Olimpiadi invernali Milano Cortina 2026 abbia rappresentato un plus, incentivando in modo indiretto le intenzioni di viaggio degli italiani e rendendo ancor più vivo l'interesse per le nostre montagne e, più in generale, per il soggiorno sulla neve». «Ritengo sia interessante anche osservare il profilo degli sciatori evidenziato dall'indagine. Il grosso dei numeri si concentra su quelli che potremmo definire i "custodi" della tradizione bianca, coloro cioè che rappresentano il segmento più strutturato del turismo invernale italiano». «Purtroppo non possiamo trascurare il dato di coloro per i quali l'aumento del costo della vita ha costituito un deterrente nella pianificazione di un soggiorno in montagna - ha concluso Bocca - Molti, infatti, si sono visti costretti a rinunciare o comunque a ridurre le proprie aspettative, tagliando gli extra e magari scegliendo soluzioni decisamente più economiche».



## I risultati dell'indagine

Sono circa 9,1 milioni gli italiani che, tra gennaio e marzo 2026 hanno scelto la neve come meta delle vacanze invernali: 6,4 milioni hanno fatto una settimana bianca e, tra questi, 700mila hanno aggiunto anche uno o più fine settimana sulla neve. Sono invece 2,7 milioni gli italiani che hanno deciso di optare per le località sciistiche solamente durante il week end. Nel complesso, nel corso dei primi tre mesi dell'anno, gli arrivi nei luoghi dedicati allo sci sono 13 milioni (compresi coloro che sono andati più volte nel corso della stagione). Il giro di affari complessivo è pari a 6,7 miliardi di euro.

## Le settimane bianche

**Le destinazioni preferite** - Il 75% di chi ha fatto la settimana bianca ha scelto l'Italia settentrionale; il 21,2% ha optato per il Centro-Sud mentre il 3,8% ha scelto

destinazioni estere. Tra le regioni italiane più frequentate per la neve si distinguono il Piemonte, il Trentino-Alto Adige, la Lombardia, la Valle d'Aosta e il Veneto.

**La spesa media** - La spesa media pro capite sostenuta per la settimana bianca comprensiva di tutte le voci (trasporto, alloggio, cibo, impianti, corsi di sci, divertimenti), è di 706 euro.

**La distribuzione della spesa** - La spesa per le vacanze sulla neve si spalma su tutte le componenti della filiera turistica, distribuendo ricchezza sul territorio. Il 28,8% del budget di chi va in vacanza è destinato ai pasti (colazioni, pranzi e cene), il 27,6% al pernottamento, il 20% alle spese di trasporto, il 9,6% allo shopping e il 14% per tutte le altre spese (divertimenti, escursioni e gite).

**L'alloggio** - Il 28,4% ha scelto l'albergo o villaggio turistico per il proprio soggiorno, il 21,5% si è

indirizzato sui B&B, mentre il 15,6% si è orientato sulla casa di parenti o amici.

**Quando si prenota** - La prenotazione è avvenuta con largo anticipo: quasi il 70% (69,2%), ha prenotato fino a un mese prima della partenza.

**Scelta della località** - I criteri che hanno guidato la scelta della località: le bellezze naturali (71%), i divertimenti che offre (24,5), la sua raggiungibilità (22,8%), il legame con un luogo dove si va di consueto a fare la settimana bianca (20,5%). Per il 20% la scelta della località è collegata al fatto di potersi dedicare al relax e per il 17,2% per poter svolgere attività sportiva.

**I motivi di non vacanza** - Tra coloro che hanno deciso di non andare in vacanza per la neve, il 52,4% ha rinunciato per mancanza di disponibilità economiche, il 19,2% per l'aumento del costo della vita.

# Vacanze sulla neve 2026

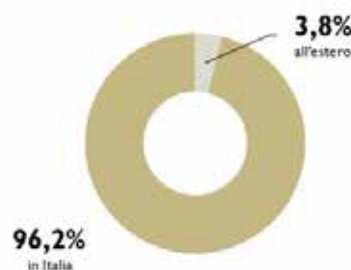


@federalberghi

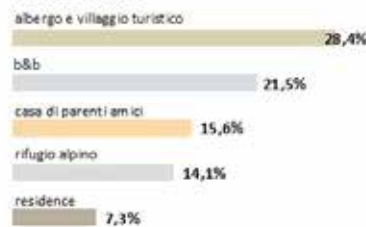
## GLI ITALIANI SULLA NEVE

**9,1 milioni**  
- settimane bianche: 6,4 milioni  
- week end: 2,7 milioni

## DOVE VANNO



## ALLOGGIO PREFERITO



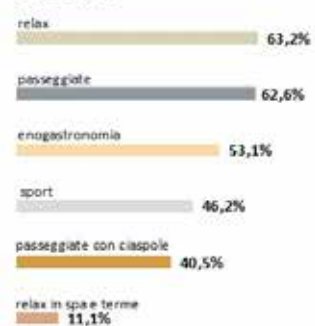
## GIRO D'AFFARI

**6,7 miliardi di euro**

## SPESA MEDIA PRO CAPITE

- settimane bianche: 706 euro  
- week end: 315 euro

## ATTIVITA' SVOLTE



L'indagine è stata effettuata da Tecne dal 16 febbraio e il 23 febbraio 2026 con metodologia mixed intervistando 4.000 italiani maggiorenni (CATI 58%, CAWI 12%, CAWI 30%). Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.



## ■ I week end sulla neve

**Le destinazioni preferite** - Per coloro che hanno scelto di dedicarsi alla montagna solo nel periodo del fine settimana, le mete privilegiate sono quelle di prossimità e, dunque, aumentano le destinazioni verso le regioni dell'Italia centro-meridionale (34,6%), anche se le località del nord restano comunque ampiamente in testa (65,3%).

**La spesa media** - La spesa media pro capite di chi ha fatto solo week end sulla neve, è di 315 euro così divisi: pasti 25,9%, pernottamento 23,8%, viaggio 18,6%, shopping 7,4% e altre spese 24,3%.

## ■ I profili degli sciatori

L'universo degli italiani adulti che nella stagione invernale 2025-2026 scelgono una vacanza sulla neve è stimato in 6,2 milioni di persone. L'analisi di Tecne per Federalberghi evidenzia un mercato solido e maturo, al cui interno si distinguono cinque macro-profili che sintetizzano comportamenti, aspettative e posizionamento economico della domanda.

**1. custodi della tradizione bianca (32%)** - Rappresentano il segmento più stabile e strutturale del turismo invernale italiano. Si tratta prevalentemente di adulti tra i 35 e

i 60 anni, appartenenti alla classe media consolidata, con un forte orientamento alla programmazione e alla continuità. Le motivazioni principali sono le bellezze naturali, il desiderio di riposo e la continuità legata all'abitudine. Prediligono destinazioni del Nord Italia, con forte concentrazione in Trentino-Alto Adige, Valle d'Aosta e Veneto. Profilo di consumo: spesa medio-alta ma razionale; attenzione al rapporto qualità/prezzo; fedeltà alla struttura ricettiva; permanenze di 5-7 notti.

### 2. Le famiglie generative (23%)

- Segmento strategico per la sostenibilità futura del comparto. Adulti tra 30 e 45 anni con figli in età scolare, concentrano la vacanza nei periodi di pausa scolastica. La scelta è guidata da sicurezza, scuole sci e servizi dedicati ai bambini. La montagna è esperienza educativa e relazionale. Profilo di consumo: budget rilevante ma elevata sensibilità al prezzo finale; attenzione a pacchetti famiglia e promozioni.

### 3. I metropolitani della fuga breve (18%)

- Segmento urbano e dinamico, composto da adulti tra 25 e 45 anni residenti nelle grandi città. Vivono la montagna come pausa intensa e concentrata. Motivazioni principali: divertimento e facilità di raggiungimento. Profilo di consumo:

spesa medio-alta concentrata in pochi giorni; maggiore apertura al last minute; consumo integrato tra sci, ristorazione e servizi.

### 4. I puristi della pista (15%)

- Segmento con forte connotazione sportiva, prevalentemente maschile, tra i 30 e i 55 anni. La pratica sciistica rappresenta la motivazione primaria. La scelta è guidata da qualità delle piste, efficienza degli impianti e condizioni della neve. Profilo di consumo: investimento prioritario in skipass e attrezzatura; minore centralità del comfort alberghiero.

### 5. Gli esteti dell'alta quota (12%)

- Segmento orientato alla qualità complessiva dell'esperienza. Adulti tra 25 e 55 anni con reddito medio-alto, sensibili a design, ristorazione e benessere. Motivazioni: esclusività, scoperta di luoghi nuovi, identità territoriale. Profilo di consumo: alta propensione alla spesa; predilezione per strutture medio-alte; ricerca di esperienze distintive.

L'indagine è stata effettuata da Tecne s.r.l. nel periodo compreso tra il 16 e il 23 febbraio intervistando con il sistema mixed mode di cui c.a.t.i. (58%), c.a.m.i. (12%) e c.a.w.i (30%) un campione di 4.000 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. Il margine d'errore è +- 1,5%.

Rispetto all'indagine fatta a gennaio per le Olimpiadi e Paralimpiadi invernali Milano Cortina è stato indagato un periodo più ampio (tutto il primo trimestre) e sono stati conteggiati anche i minorenni.



Foto Federico Modica



## Enoteca Provinciale del Trentino **GLI APPUNTAMENTI DI MARZO!**

**Impariamo a degustare: lo spumante metodo classico**  
**Giovedì 5 marzo, ore 18.00-20.00**

**Laboratorio di degustazione Trentodoc: i Pas Dosé**  
**Giovedì 12 marzo 2026, ore 18.00-19.30**

**Laboratorio di degustazione Trentodoc: Blanc de Noir e Blanc de Blanc**  
**Giovedì 19 marzo 2026, ore 18.00-19.30**

**Laboratorio di degustazione Trentodoc: le Riserve**  
**Giovedì 26 marzo 2026, ore 18.00-19.30**

Scopri di più su [www.palazzoroccabruna.it](http://www.palazzoroccabruna.it) - Per informazioni: **tel. 0461 887101**

**L'Enoteca provinciale del Trentino è aperta dal mercoledì al sabato, dalle 17.30 alle 21.30**  
con una ricca carta di vini e birre

Palazzo Roccabruna, via Santa Trinità 24, Trento  
0461 887101 - [www.palazzoroccabruna.it](http://www.palazzoroccabruna.it)



30

# La formazione di Cat Turismo

## Appuntamenti di primavera 2026

**CAT**  
**TURISMO**

FORMAZIONE · CONSULENZA · STRATEGIA

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

Corso obbligatorio per le aziende al cui interno vi è un processo produttivo e di lavorazione, preparazione, vendita, somministrazione di alimenti, per garantire una for-

mazione costante al fine di prevenire eventuali problemi igienici e sanitari tutelando così la salute dei consumatori.

#### CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
27/04/2026	09.00-13.00	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
27/04/2026	09.00-13.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 70,00 + IVA - Quota associati: € 60,00 + IVA		

### CORSO DATORE DI LAVORO

**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**

Fino al 24 maggio 2026 sarà possibile frequentare questo modulo secondo quanto previsto dall'Accordo Stato - Regioni n. 59 del 17/04/2025 (riconoscimento della formazione pregressa) e l'attestato di questo corso sarà valido come formazione base per datori di lavoro RSPP.

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		

### RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA: R.L.S.

Aggiornamento ANNUALE: 4 ore per aziende che occupano dai 15 ai 50 lavoratori; 8 ore per aziende con più di 50 lavoratori.



#### CORSO AGGIORNAMENTO RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (4-8 ORE)

Aziende fino a 50 dipendenti: 4 ore: 08.30-12.30 - Aziende oltre i 50 dipendenti 8 ore: 08.30-12.30 / 13.00-17.00

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
21/04/2026	08.30-12.30 08.30-12.30/13.00-17.00	IN PRESENZA A TRENTO
<b>Aggiornamento RLS 4H:</b> Quota partecipazione: € 130,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA		
<b>Aggiornamento RLS 8H:</b> Quota partecipazione: € 180,00 + IVA - Quota associati: € 140,00 + IVA		

## ANTINCENDIO

### LIVELLO 1 - BASE (4 ORE)

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

La classificazione del Livello 1 (rischio basso) comprende le strutture alberghiere fino a 25 posti letto.

Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o dal personale eventualmente nominato, in modo che venga garantita la copertura dell'intero periodo lavorativo con figure adeguatamente formate.

#### CORSO ANTINCENDIO 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
<b>PARTE TEORICA:</b>		
20/04/2026	09.00-11.00	ONLINE
<b>PARTE PRATICA A SCELTA TRA:</b>		
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
Quota partecipazione: € 120,00 + IVA - Quota associati: € 100,00 + IVA		

### LIVELLO 1 - AGGIORNAMENTO (2 ORE)

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

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

### LIVELLO 2 - BASE (8 ORE)

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

La classificazione del Livello 2 (rischio medio) comprende le strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture da 101 a 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso venga superato l'esame di idoneità tecnica presso la Scuola Provinciale Antincendio

Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o dal personale eventualmente nominato, in modo che venga garantita la copertura dell'intero periodo lavorativo con figure adeguatamente formate.

#### CORSO ANTINCENDIO 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
<b>PARTE TEORICA:</b>		
20/04/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
<b>PARTE PRATICA A SCELTA TRA:</b>		
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
Quota partecipazione: € 180,00 + IVA - Quota associati: € 160,00 + IVA		



### LIVELLO 2 - AGGIORNAMENTO (5 ORE)

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

Il corso di aggiornamento per il Livello 2 prevede 2 ore di parte teorica (da svolgere online) e 3 ore di parte pratica in presenza.

#### CORSO ANTINCENDIO 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
<b>PARTE TEORICA:</b>		
20/04/2026	09.00-11.00	ONLINE
<b>PARTE PRATICA A SCELTA TRA:</b>		
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

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

### LIVELLO 3 - BASE (16 ORE)

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

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

#### CORSO ANTINCENDIO 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
<b>PARTE TEORICA:</b>		
20/04/2026	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
22/04/2026	08.30-12.30 / 14.00-17.00	TRENTO
<b>PARTE PRATICA A SCELTA TRA:</b>		
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

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

### LIVELLO 3 - AGGIORNAMENTO (8 ORE)

Il corso è di aggiornamento deve essere effettuato con cadenza quinquennale, a decorrere dalla data di conclusione del corso base o dall'ultimo corso di aggiornamento. Il corso di aggiornamento per il Livello 2 prevede 5 ore di parte teorica (da svolgere online) e 3 ore di parte pratica in presenza.

#### 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
<b>PARTE TEORICA:</b>		
20/04/2026	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
<b>PARTE PRATICA A SCELTA TRA:</b>		
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

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



## PRIMO SOCCORSO

Il corso ha come obiettivo di fornire ai lavoratori nominati addetti al primo soccorso le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze, gli interventi di primo soccorso che permettano sia la corretta gestione di un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni

di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato. Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o dal personale eventualmente nominato, in modo che venga garantita la copertura dell'intero periodo lavorativo con figure adeguatamente formate.

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
<b>PARTE TEORICA:</b>		
25/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
26/05/2026	14.00-18.00	ONLINE
<b>PARTE PRATICA A SCELTA TRA:</b>		
01/04/2026	14.00-18.00	AULA - PRIMIERO
13/04/2026	14.00-18.00	AULA - TRENTO
23/04/2026	14.00-18.00	AULA - LEVICO TERME
27/05/2026	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
Quota partecipazione: € 155,00 + IVA - Quota associati: € 135,00 + IVA		

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
01/04/2026	14.00-18.00	AULA - PRIMIERO
13/04/2026	14.00-18.00	AULA - TRENTO
23/04/2026	14.00-18.00	AULA - LEVICO TERME
27/05/2026	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
Quota partecipazione: € 100,00 + IVA - Quota associati: € 80,00 + IVA		

## SICUREZZA LAVORATORI / LAVORATRICI

### BASE - RISCHIO BASSO (8 ORE)

Il corso è obbligatorio per tutti i lavoratori e si suddivide in due moduli distinti:

- FORMAZIONE GENERALE: concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro: 4 ore - CREDITO PERMANENTE;

- FORMAZIONE SPECIFICA: in funzione dei rischi individuati sulla base della valutazione del rischio, incentrandosi sui pericoli e rischi insiti nelle mansioni specifiche e sulle relative conseguenze da prevenire nonché sull'individuazione e la conoscenza delle misure di sicurezza da adottare nello svolgimento delle proprie mansioni e di contesto lavorativo. (DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE).

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
14/04/2026 15/04/2026	09.00-13.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 50,00 + IVA - Quota associati: € 40,00 + IVA Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multazienda).		

### AGGIORNAMENTO - RISCHIO BASSO (6 ORE)

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

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

PRIMAVERA	ORARIO	MODALITÀ
14/04/2026 15/04/2026	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
Quota partecipazione: € 50,00 + IVA - Quota associati: € 40,00 + IVA Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multazienda).		

# L'hotel capace di andare nel futuro

**Da gestione operativa a visione strategica: consigli per trasformare le nuove sfide del turismo in opportunità di sviluppo**



5' e 34"

David Raccanello

Il settore turistico, nell'area alpina in generale e nella nostra regione in particolare, sta attraversando una trasformazione che va ben oltre le cicliche fasi di mercato. L'aumento dei costi energetici, la pressione finanziaria legata ai tassi di interesse, la crescente burocratizzazione e la carenza di collaboratori qualificati e fedeli, stanno ridefinendo le condizioni operative dell'ospitalità. Parallelamente cambiano le aspettative degli ospiti: cresce la richiesta di autenticità, sostenibilità, qualità dell'esperienza e benessere complessivo. Questi fenomeni non rappresentano una semplice fase da guardare come un punto di arrivo o una congiuntura, ma segnano un cambiamento strutturale del modello turistico. In questo contesto, le imprese alberghiere sono chiamate a compiere un passaggio fondamentale: dalla gestione operativa quotidiana del lavoro a una visione strategica capace di anticipare l'evoluzione del mercato.

## ■ Resilienza imprenditoriale: il nuovo fattore competitivo per gli operatori della ricettività

Negli ultimi anni l'industria dell'ospitalità ha dimostrato una notevole capacità di adattamento. Tuttavia, il successo non dipende più solo dalla gestione operativa, ma sempre più dalla qualità della visione imprenditoriale. Le strutture che hanno reagito meglio alle recenti crisi hanno alcune caratteristiche comuni: posizionamento chiaro, forte identità e modelli gestionali flessibili. Un esempio significativo è rappresentato da diversi hotel alpini che, durante la fase post-pandemica, hanno rafforzato il proprio concept stagionale. Alcune strutture hanno ampliato l'offerta estiva con programmi di escursionismo guidato, yoga in quota e attività outdoor organizzate, riducendo così la differenza economica tra la stagione estiva e quella invernale. Allo stesso modo altri hotel hanno riconfigurato parte delle camere in spazi per soggiorni prolungati o appartamenti, intercettando la crescente domanda di permanenze più lunghe legate al lavoro (possibile anche da remoto) o quanto meno assecondando l'esigenza degli ospiti di lavorare anche durante le vacanze.

## ■ Il nuovo ospite meno prevedibile e più consapevole: si dimentica di uno sconto, ricorda la qualità

Il comportamento della domanda turistica è diventato più dinamico e meno prevedibile. Le prenotazioni last minute sono aumentate, la sensibilità al prezzo è cresciuta ed anche la capacità di confrontare un hotel con un altro, ma allo stesso tempo molti ospiti sono disposti a pagare di più per esperienze autentiche e personalizzate. Questo cambiamento richiede nuovi approcci gestionali. Molte strutture stanno investendo in sistemi avanzati di gestione del prezzo dinamico per adattare rapidamente tariffe e disponibilità alla domanda. Parallelamente si sta affermando una maggiore modularità dell'offerta. Un esempio diffuso è quello degli hotel che permettono agli ospiti di costruire il proprio soggiorno scegliendo tra diverse componenti: escursioni guidate, esperienze gastronomiche locali, programmi wellness o attività culturali. Il soggiorno diventa così un'esperienza pro-

gettata, non un semplice servizio standardizzato e l'ospite ha al contempo la percezione di maggiore qualità.

### ■ Demografia e salute: nuove traiettorie di sviluppo

L'evoluzione demografica rappresenta una delle opportunità più interessanti per l'ospitalità. La fascia dei cosiddetti *best ager* - viaggiatori maturi con buona disponibilità economica e maggiore tempo libero - è in costante crescita. Questa clientela mostra particolare interesse per salute, benessere e qualità della vita. Alcuni hotel termali hanno sviluppato programmi integrati che combinano medicina preventiva, attività fisica dolce, nutrizione e percorsi di rigenerazione e *longevity*. In altre destinazioni si stanno diffondendo offerte di soggiorni prolungati durante la bassa stagione, particolarmente apprezzate da ospiti *green ager* che cercano periodi di relax più lunghi in ambienti naturali. Anche l'offerta *outdoor* moderata - come camminate guidate, ciclismo *ebike* o programmi di movimento e benessere - sta dimostrando un forte potenziale per questo segmento.

### ■ Sostenibilità: una leva economica, non solo ambientale

La sostenibilità è diventata un elemento strutturale della competitività turistica: quel bel modo di agire da parte di alcuni operatori che spesso ci porta a fare una smorfia di simpatia e apprezzamento. Non possiamo infatti parlare di target specifici ma di approcci che, se messi in scena bene, generano benevolenza negli ospiti. Interventi concreti come impianti fotovoltaici, sistemi di recupero energetico, gestione efficiente delle risorse idriche

e riduzione degli sprechi alimentari stanno diventando sempre più diffusi nel settore alberghiero. In alcune destinazioni alpine diversi hotel hanno adottato sistemi energetici combinati che integrano biomassa, solare e recupero del calore. Questi investimenti non solo riducono i costi operativi nel lungo periodo, ma rafforzano anche la credibilità della struttura verso un pubblico sempre più sensibile alle tematiche ambientali. Un altro ambito strategico è rappresentato dalle filiere locali: ristoranti d'hotel che collaborano con produttori del territorio e valorizzano l'identità gastronomica della destinazione contribuendo allo sviluppo economico locale.

### ■ Capitale umano: la vera infrastruttura dell'ospitalità

La carenza di collaboratori qualificati rappresenta una delle sfide più rilevanti per il turismo contemporaneo. Tuttavia, alcune imprese stanno trasformando questa criticità in un'opportunità per innovare il modello organizzativo. Tra le iniziative più interessanti si osservano:

- modelli di lavoro più flessibili
- settimane lavorative ridotte
- programmi di formazione strutturati
- alloggi di qualità per i collaboratori

In alcune regioni turistiche stanno inoltre emergendo forme di cooperazione tra imprese, che condividono servizi come lavanderia, logistica o programmi di formazione. Queste sinergie contribuiscono a rafforzare la competitività dell'intero sistema turistico locale. Ecco che le politiche di *employer branding* diventano una leva efficace e coerente: certamente non si possono improvvisare. I modi per attirare nuovi profili, il sistema di cre-

scita professionale interna ma anche la redditività delle varie posizioni non possono essere ridotte a ragionamenti da fare a fine stagione ma devono fare parte della strategia aziendale.

### ■ Esperienze autentiche: il nuovo valore del viaggio

Il turismo contemporaneo sta evolvendo da una semplice ricerca di svago verso esperienze dotate di significato. Gli ospiti desiderano entrare in contatto con la cultura, la natura e le tradizioni del territorio. Di conseguenza, sempre più hotel stanno sviluppando programmi esperienziali legati alla destinazione. Degustazioni con produttori locali, workshop artigianali, escursioni naturalistiche guidate o partecipazione ad attività agricole stagionali rappresentano esempi concreti di questa evoluzione. In alcune destinazioni rurali gli ospiti possono partecipare alla vendemmia, alla produzione di formaggi o alla raccolta di erbe alpine. Queste esperienze rafforzano il legame tra turismo e territorio e generano un valore percepito molto più profondo rispetto ai servizi standard.

### ■ Conclusione

L'hotel del futuro non sarà definito soltanto dall'innovazione tecnologica o dall'efficienza operativa. Sarà definito soprattutto dalla capacità imprenditoriale di interpretare i cambiamenti. Le imprese che sapranno sviluppare concept coerenti, integrare sostenibilità reale, valorizzare il capitale umano e costruire relazioni autentiche con il territorio potranno affrontare con successo anche contesti economici complessi. In un mercato sempre più competitivo, la dimensione non è l'elemento decisivo. La vera differenza continua a essere la visione.

# La montagna, con altri occhi. Ridisegnare le Terre Alte



COLLETTIVO L'ALTRAMONTAGNA

**LA MONTAGNA, CON ALTRI OCCHI.  
RIDISEGNARE LE TERRE ALTE**

PEOPLE EDITORE, 2025  
PP. 227 - 14 EURO

Il focus del volume, come già si legge nel titolo, è quello delle Terre Alte, il nome metà poetico e metà sinonimo di difficoltà, con cui esperti ed appassionati definiscono oggi i territori di montagna e il loro destino. Il libro, curato da **Mauro Varotto** e **Marco Albino Ferrari**, si può definire come un'opera collettiva perché raccoglie gli interventi di diversi autori che fanno parte del Comitato scientifico de L'AltraMontagna, un «presidio culturale permanente» come ama definirsi. Si tratta di un gruppo composito di esperti del mondo della montagna, dal glaciologo alla antropologa, dal biologo alla fisica, dall'architetto al metereologo al divulgatore, che hanno redatto un Manifesto di macro intenti in nove punti a favore della montagna. I loro interventi, che si possono definire come un interessante esercizio di scrittura per «ridefinire le terre alte a cominciare dalla narrazione», e hanno come obiettivo quello di superare banalizzazioni e stereotipi sulla montagna, si possono leggere sul sito dell'omonimo giornale online e sul quotidiano Il Dolomiti; delle prospettive del Manifesto ne parlano in progetti editoriali diversi e con la realizzazione di video e documentari. Il volume si presenta come un catalogo «del sapere montanaro», non è organizzato in ordine alfabetico ma seguendo un filo narrativo, dove ogni riflessione ha una sua autonomia che dà lo spunto per l'intervento successivo, collegandosi e intrecciandosi a quelli che lo hanno preceduto. È un percorso in diciotto tappe, la prima la montagna, e l'ultima la cura, passando dai ghiacciai ai parchi, dalle foreste al domestico, dall'alpicoltura ai rifugi, che permette di viaggiare nel mondo della montagna in piena libertà. Ne emerge però, anche la descrizione di un territorio complesso, fatto di persone che restano, che se ne vanno o altre che arrivano; di nuovi edifici, ristrutturati o pericolanti; del contrastante rapporto tra agricoltura e turismo, tra allevamento di pascolo e presenza di lupi e orsi, tra aree protette e l'uso dell'acqua. Senza tralasciare un approfondimento sui beni comuni e cosa vuol dire «fare comunità» oggi, e su cosa si intende per alpinismo contemporaneo, quello delle montagne fuori mano, estraneo alle vie ufficiali, la scoperta e la ricerca del piccolo e dell'esotico dietro casa. Perché la montagna, o meglio le montagne, «sono in realtà un mondo a più dimensioni, definito da una complessità di istanze a volte in contrasto tra loro, che richiedono equilibri e compromessi».

2' e 25" ⌚

Gianfranco Betta ✍️

# 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.

# Fuori dal caos imprevedibile

## Verso un ottimismo moderato

4' e 35"

Stefano Fait

Se avessimo dato retta agli astrologi della geopolitica e ai profeti di sventura che popolano i social media, il 2025 e l'inizio del 2026 avrebbero dovuto segnare l'apocalisse: Terza Guerra Mondiale, collasso dei mercati, scontro nucleare globale. È vero, oggi i titoli dei telegiornali sono dominati dal conflitto tra l'asse USA-Israele e l'Iran. Molti allo shock energetico e alla chiusura dello Stretto di Hormuz gridano ad una recessione globale. Eppure, come si potrà constatare nei prossimi mesi, quella a cui stiamo assistendo non è l'espansione del caos, ma l'accelerazione verso una fase di «rivalità gestita» e stabilizzazione. Questa previsione sarà verificata se l'ala oltranzista dei Pasdaran sarà rimossa per permettere all'ala pragmatica e riformista, guidata dal presidente Pezeshkian, di prendere il controllo e avviare una transizione. Non a caso, le «colombe» continuano a uscire indenni dai bombardamenti (giugno e marzo), prendendo le distanze dagli attacchi ai Paesi vicini (definiti «fratelli») e guardando a una normalizzazione che permetta di salvare un Paese piegato da profonde crisi strutturali, come quella idrica ed economica.

E lo spauracchio della recessione globale per il blocco del petrolio? I mercati lo hanno già smontato. I prezzi del greggio sono in calo: l'Agenzia Internazionale dell'Energia (AIE) ha già predisposto il più grande rilascio di riserve strategiche della storia per compensare qualsiasi interruzione e i flussi di petrolio iraniano attraverso Hormuz continuano a ritmi persino superiori a quelli pre-conflitto. Cosa significa tutto questo per un albergatore trentino? Significa, contro ogni apparenza, prevedibilità. Stiamo uscendo dal caos imprevedibile degli anni passati per entrare in una nuova struttura multipolare in cui le minacce sistemiche vengono disinnescate, le catene di approvvigionamento si riorganizzano su basi più sicure e i prezzi dell'energia vengono attivamente stabilizzati dalle istituzioni internazionali.

L'economia Usa e quella europea si stanno dimostrando sorprendentemente resilienti, smentendo chi scommetteva sul crollo: i prigionieri del pessimismo non fanno sol-



di. L'ottimismo estremo e il pessimismo estremo sono entrambi forme di pigrizia, perché suggeriscono che non ci sia nulla da fare: tanto l'esito è predeterminato. La via giusta è un ottimismo moderato, che ci restituisce la capacità di agire. Le cose non andranno magicamente bene da sole, ma se lavoriamo bene, i risultati arriveranno.

A Davos 2026 è emerso chiaramente: l'intelligenza artificiale non è più fantascienza, è una forza geopolitica che unisce intelligenza ed energia. Mentre negli Usa il pessimismo tecnologico rischia di diventare un freno auto-inflitto, in Cina l'ottimismo verso l'IA tocca l'83%. **Jensen Huang** di Nvidia ha ragione quando dice che c'è troppa «fantascienza cupa» attorno all'IA, in Occidente. Così come ce n'è intorno all'implosione dell'UE.

Guardiamo ai dati reali: la Germania sta uscendo dalla recessione, l'inflazione nell'Eurozona è sotto controllo, il potere d'acquisto delle famiglie sta recuperando, la dirigenza UE ha capito che, per crescere, liberando energie produttive, ci servono energia abbondante a basso costo, politiche



di stimolo fiscale/industriale, semplificazione regolatoria (es. una significativa riduzione degli obblighi di rendicontazione a carico delle imprese) e disponibilità di capitali. I nostri ospiti storici torneranno in massa. In questo quadro di stabilizzazione, il turismo non è più un lusso discrezionale, ma un «bene essenziale» nel paniere di consumo globale. Si rinuncia all'auto nuova, ma non all'esperienza. Tuttavia, come abbiamo già accennato, il modo in cui si viaggia si sta polarizzando. Da un lato c'è la richiesta di efficienza assoluta (il «fast track» per chi ha poco tempo), dall'altro il bisogno disperato di lentezza e umanità.

Il futuro dell'ospitalità sarà ibrido. I grandi player come Expedia e Booking stanno integrando assistenti IA (come «Romie») capaci di pianificare viaggi complessi. La tecnologia diventerà pervasiva ma invisibile: check-in biometrici, gestione predittiva, domotica. Come per innumerevoli altre trasformazioni di efficientamento, le persone saranno contente di lasciare che l'IA gestisca la burocrazia e il «back-office». Questo ci libera tempo prezioso per fare ciò che nessuna

macchina saprà mai fare: guardare l'ospite negli occhi e capire il suo stato d'animo. Sappiamo che questa sarà una forza formidabile perché sta emergendo un segnale debole curiosissimo: il «Veganismo da IA». Una nicchia crescente di viaggiatori che inizia a rifiutare itinerari generati da algoritmi, cercando disperatamente il consiglio umano, imperfetto ma empatico. In un mondo iper-tecnologico, il sorriso dell'albergatore diventa il vero lusso. Su certe cose vogliamo delegare, per poterci però riappropriare di altre.

Nelle metropoli globali, da Londra a New York, spopolano i «weekend criogenici» e il biohacking: i giovani non cercano solo relax, ma rigenerazione fisica profonda per contrastare lo stress urbano. Le Alpi sono, per loro natura, la più grande clinica di rigenerazione d'Europa. Abbiamo l'acqua fredda, l'aria pura, le erbe officinali. Possiamo evolvere la nostra offerta wellness da semplice «coccia» a percorso di ripristino fisico e mentale (performance e recovery), intercettando una domanda che nelle città è già esplosa. Infine, un trend che

premia la nostra identità. Su TikTok esplose la moda di visitare i supermercati locali come attrazione culturale. Sembra banale, ma nasconde una verità profonda: il turista è stanco della vetrina patinata. Cerca l'autenticità radicale.

Per il Trentino, terra di cooperative, malghe e botteghe storiche, questo è un invito a nozze. Non vogliamo «trappole per turisti», ma aprire le porte della nostra quotidianità. La visita alla cantina sociale o al caseificio diventa un'esperienza culturale di primo livello. L'ordinario diventa straordinario, se appunto autentico. Insomma, neppure il 2026 sarà l'anno della fine del mondo. Sarà un altro anno di riorganizzazione. Con i conflitti globali che si raffreddano in una «rivalità gestita» e l'economia che tiene e si rilancia, si apre una finestra di opportunità per chi ha il coraggio di agire. La ricetta per l'ospitalità trentina è un equilibrio dinamico: adottare l'IA per l'efficienza, «radicalizzare» l'umanità dell'accoglienza, ignorare i profeti di sventura (anche sulla fine dell'industria sciistica) e investire sul nostro futuro.

# Festival dell'Economia di Trento 2026: un giorno in più per un confronto su Europa e nuove generazioni

**Dal 20 al 24 maggio la 21<sup>a</sup> edizione «Dal mercato ai nuovi poteri. Le speranze dei giovani». Ampliato il programma da 4 a 5 giorni e rafforzata la scelta di dare voce alle nuove generazioni**

## ■ Trento come piattaforma di idee e di relazioni

Con il titolo «Dal mercato ai nuovi poteri. Le speranze dei giovani», il Festival sceglie di puntare i riflettori sulle nuove generazioni, riconoscendone il ruolo cruciale nel delineare il futuro dell'Europa. Dal 20 al 24 maggio, Trento diventerà ancora una volta una piattaforma internazionale di idee, capace di mettere in dialogo economisti, accademici, rappresentanti delle istituzioni e del mondo produttivo. Un'edizione che si distingue non solo per la ricchezza del programma, ma per la volontà di ascoltare e valorizzare chi, in futuro, darà forma ai nuovi equilibri globali: i giovani.

Tra le riflessioni necessarie c'è sicuramente la crescita impetuosa delle big tech americane e la sfida decisiva posta dall'intelligenza artificiale. L'Occidente si confronta con l'imprevedibilità della presidenza **Donald Trump** e con tre fragilità europee: rallentamento economico, declino demografico e mancanza di leadership forti. Sul fronte opposto, modelli autocratici come la Russia di **Vladimir Putin** e la Cina di **Xi Jinping** mostrano sistemi decisionali più rapidi, mentre le democrazie pagano la complessità dei loro processi.



4' e 24" ⌚

Dal 20 al 24 maggio il Festival dell'Economia di Trento torna con una novità: cinque giornate di programma, un'estensione che rafforza l'ambizione dell'evento come spazio pubblico di confronto e di approfondimento. Il Festival si sviluppa in 16 sale e 4 piazze cittadine, confermando Trento come luogo di confronto ad alta densità di contenuti.

Il valore, per il territorio, è duplice: da un lato la possibilità di offrire al mondo un luogo di dibattito e confronto con accademici, imprenditori, giornalisti, manager pubblici e privati, rappresentanti delle Istituzioni internazionali e nazionali; dall'altro l'opportunità per il Trentino di raccontarsi e di rafforzare reputazione e relazioni.

L'Asia resta il fulcro demografico ed economico del pianeta: ospita quasi il 60% della popolazione mondiale e quattro dei cinque Paesi più popolosi. Anche l'Africa è destinata a un ruolo crescente: entro il 2050 raggiungerà 2,5 miliardi di abitanti, con una popolazione giovanissima e un potenziale mercato unico da 3.400 miliardi di dollari. In questo scenario in rapido mutamento, alla presenza dominante della Cina si affiancano nuovi protagonisti come Russia, Turchia, India e i Paesi del Golfo, pronti a competere per influenza economica e strategica.

In un contesto mondiale sempre più polarizzato tra Stati Uniti e Cina, l'Europa affronta un grave declino demografico che riduce le fasce giovani e la popolazione attiva, mentre cresce solo quella anziana. Per questo servono politiche che rimettano i giovani al centro, soprattutto di fronte all'emigrazione di 700 mila ragazze e ragazzi tra il 2022 e il 2023. Invertire la rotta significa creare condizioni di vita, studio e lavoro capaci di trattenere e attrarre nuove generazioni, rendendo Italia ed Europa luoghi accoglienti per chi è chiamato a costruire il futuro.

In questo quadro, assume un valore particolare la responsabilità condivisa tra il Gruppo Il Sole 24 Ore - il principale quotidiano economico nazionale - e il Trentino nel promuovere un dibattito accessibile ma rigoroso, capace di mettere in relazione istituzioni, imprese, ricerca e cittadini. Un impegno che trova un segno anche nella recente visita di una rappresentanza delle istituzioni trentine e del Gruppo Il Sole 24 Ore al **Santo Padre**, come gesto simbolico di attenzione ai grandi temi della responsabilità collettiva.

## ■ Le Voci del Domani: quando i giovani non sono «tema» ma voce

Con la XXI edizione del Festival dell'Economia di Trento, torna la Call for Ideas «Le Voci del Domani», l'iniziativa lanciata nel 2025 per dare spazio e visibilità ai giovani, con l'obiettivo di valorizzarne idee, visioni e competenze. La call è rivolta a ragazze e ragazzi tra i 18 e i 30 anni, chiamati a candidarsi con una proposta chiara e una voce riconoscibile.

Viene richiesta una candidatura strutturata ma accessibile: un breve testo che spieghi chi è il candidato, quale tema intende affrontare e perché la sua prospettiva porta valore; e un video breve che racconti motivazione, approccio e autenticità.

I selezionati dal Comitato Scientifico avranno la possibilità di intervenire durante il Festival come speaker su temi che li riguardano direttamente: cambiamenti economici, sociali e geopolitici che stanno ridisegnando il presente e il futuro. Nuove forme di potere, nuove disuguaglianze, nuovi modelli di lavoro e impresa, nuove opportunità e nuove paure, trasformando l'esperienza in un'occasione reale di crescita e in una cassa di risonanza ai massimi livelli.

La Call for Ideas si chiuderà l'8 aprile.

Per maggiori informazioni: [levocidomani@ilsole24ore.com](mailto:levocidomani@ilsole24ore.com).

Il Festival è promosso dalla Provincia autonoma di Trento e realizzato per il tramite di Trentino Marketing, con il coinvolgimento delle principali istituzioni territoriali. L'Università di Trento contribuisce anche attraverso la partecipazione attiva al Comitato Scientifico, mette a



disposizione spazi dell'Ateneo per gli eventi e sostiene le iniziative rivolte alla comunità studentesca. Il Comune di Trento concorre alla coerenza dei contenuti con l'offerta culturale e turistica della città, supporta l'organizzazione e mette a disposizione spazi urbani e istituzionali.

Il partner editoriale è il Gruppo 24 Ore, principale gruppo multimediale italiano nell'informazione e formazione economica, finanziaria, professionale, culturale. Il Sole 24 Ore, quotidiano leader nell'informazione economica e finanziaria, conferisce al Festival l'autorevolezza di un brand con oltre 150 anni di storia.

Il Comitato Scientifico è coordinato dal Direttore de Il Sole 24 Ore **Fabio Tamburini** ed è composto da **Ericka Costa** (Università di Trento), **Luigi Bonatti** (Università di Trento) e **Adriana Castagnoli** (storica dell'economia, già docente all'Università di Torino).

# Caparra confirmatoria: aspetti pratici, fiscali e gestione contabile nelle strutture ricettive

## Le risposte ai quesiti più comuni

5' e 47" ⌚

Laura Licati ✍️

La caparra è una somma di denaro che una parte consegna all'altra come «garanzia» dell'adempimento del contratto. Come stabilisce l'art. 1385 del Codice civile, in caso di adempimento la caparra deve essere restituita oppure imputata alla prestazione dovuta; se, invece, la parte che l'ha versata non adempie, l'altra può recedere dal contratto e trattenerla; qualora, invece, sia inadempiente la parte che l'ha ricevuta (ad esempio, l'albergatore), chi l'ha versata (il cliente) può esigere il pagamento del doppio della caparra. Di seguito, le risposte ai quesiti più comuni.

■ **Se un cliente effettua un pagamento senza indicare nella causale «a titolo di caparra», oppure utilizza una dicitura errata, ad esempio indicando «acconto», nonostante sia stato esplicitamente richiesto nelle e-mail di prenotazione, come deve comportarsi l'albergatore?**

«La qualificazione della somma incassata come caparra confirmatoria non dipende esclusivamente

dalla dicitura riportata nella causale del bonifico, bensì dalla volontà contrattuale delle parti, come risultante dalla documentazione contrattuale e precontrattuale (condizioni di prenotazione, conferma scritta inviata al cliente, scambio di corrispondenza). Tuttavia, nel caso di versamento a titolo di acconto, è necessario che le parti concordino in maniera espressa la previsione di una caparra.

È, quindi, importante cercare di essere sempre il più chiari possibile, al fine di evitare diverse interpretazioni in ordine agli importi ricevuti in sede di prenotazione: al momento della prenotazione è opportuno richiedere e, possibilmente, ottenere (anche quale causale del bonifico) importi espressamente indicati a titolo di caparra, perché altrimenti non si può essere certi di aver ricevuto il denaro a tale titolo. Di seguito riportiamo le casistiche più comuni relative alle diciture indicate dal cliente nei versamenti, nonostante l'esplicita richiesta dell'albergatore di utilizzare la dicitura «caparra confirmatoria».

1. Causale contenente la parola «caparra». In questo caso, non ci sono dubbi: la somma incassata è correttamente qualificabile come caparra confirmatoria.
2. Causale con diciture generiche (ad esempio: «soggiorno dal...al...», «conferma prenotazione», «prenotazione numero...»). Anche in assenza del termine «caparra confirmatoria», la somma può essere considerata caparra confirmatoria qualora sia stata espressamente richiesta come tale nella documentazione contrattuale, nella corrispondenza tra le parti ecc. e risulti coerente per importo e tempistica. La generica causale si presta, tuttavia, a possibili diverse interpretazioni, quindi il consiglio è quello di scrivere nuovamente al cliente chiedendo di confermare che il denaro è stato inviato a titolo di caparra a conferma della prenotazione.

3. Causale contenente la parola «acconto», nonostante la richiesta fosse di caparra confirmatoria. L'errata indicazione del termine «acconto» può creare difficoltà, poiché il cliente potrebbe sostenere di aver inteso versare un semplice acconto e non una caparra, come richiesto dall'albergatore. Si consiglia di agire, a scanso di dubbi, come nel caso precedente, chiedendo al cliente di dichiarare espressamente di aver voluto versare una caparra a conferma della prenotazione. È, inoltre, opportuno conservare la documentazione a supporto della richiesta di caparra (conferma di prenotazione ed eventuale comunicazione di ricezione della caparra da parte dell'albergatore).
4. Bonifico proveniente dall'estero con diciture in lingua straniera (ad esempio, «deposit») o causale assente. Anche in questi casi, qualora il versamento sia effettuato a fronte di una richiesta esplicita di caparra confirmatoria, è necessario far dichiarare al cliente di aver voluto versare una caparra a conferma della prenotazione, come richiesto dall'albergatore.

5. Caparre versate a mezzo carta di credito. Per le caparre versate a mezzo carta di credito risulta determinante la documentazione contrattuale (da conservare): deve, infatti, risultare chiaro dall'offerta o dall'e-mail inviata al cliente o, comunque, dalla corrispondenza intercorsa, che l'importo (o il numero della carta) è richiesto e versato a titolo di caparra».

■ **Un cliente della nostra struttura ricettiva chiede la restituzione della caparra per malattia, fuori dai termini della cancellazione. Dobbiamo restituirla?**

«In termini generali, è importante ricordare che la caparra non tutela l'albergatore da tutte le evenienze, come nel caso in cui il cliente disdice la prenotazione per impossibilità oggettiva di usufruire del soggiorno (ad esempio per malattia, lutto, incidente). La malattia dell'ospite può configurare un'ipotesi di impossibilità sopravvenuta, giustificando la restituzione

della caparra da parte dell'albergo. Il cliente dovrà fornire documentazione medica idonea a certificare la malattia; una volta verificata, la caparra dovrà essere restituita, anche se la richiesta perviene oltre i termini previsti dalla politica di cancellazione. Per poter trattene la caparra anche in questi casi, è fondamentale integrare la politica di cancellazione con clausole specifiche, che devono essere espressamente accettate dal cliente. Nel caso di prenotazioni online, ad esempio, il cliente dovrebbe confermare l'accettazione barrando un'apposita casella. In assenza di un'accettazione chiara e documentabile delle condizioni, in particolare delle clausole relative a malattia, infortunio o altri impedimenti personali, la struttura corre un rischio maggiore di contestazioni. Richiedere un'accettazione formale può risultare poco agevole, ma è necessario insistere su questo passaggio, ad esempio prevedendo una conferma in cui il cliente dichiara espressamente di aver letto e accettato integralmente le condizioni generali e la politica di cancellazione.



Un esempio potrebbe essere: "Le clausole relative alla politica di cancellazione della prenotazione e alla non restituzione della caparra versata, sono valide ed efficaci anche per i casi di malattia/infortunio/isolamento/lutti e ogni altra causa di impossibilità di usufruire della prestazione da parte del cliente, essendosene tenuto conto nella determinazione del prezzo della prenotazione".

Questa formula deve essere comunque espressamente accettata dal cliente».

### ■ In quali situazioni è necessaria l'emissione dello scontrino/fattura?

«La caparra confirmatoria deve essere contabilizzata al momento dell'incasso, ma non assume natura di ricavo in tale fase. Dal punto di vista contabile, la somma incassata a titolo di caparra deve essere rilevata come debito nei confronti del cliente (ad esempio tra le caparre da clienti

o anticipi da clienti), in quanto non rappresenta ancora un corrispettivo definitivo per la prestazione. Pertanto, al momento dell'incasso la caparra non confluisce nel fatturato; non è soggetta a IVA; rimane contabilmente sospesa fino alla definizione dell'esito del soggiorno. La rilevanza fiscale della caparra si manifesta solo successivamente, in funzione dell'andamento del rapporto contrattuale. Qualora il soggiorno si svolga regolarmente, la caparra perde la propria funzione di garanzia e viene imputata a titolo di acconto o di corrispettivo del soggiorno stesso. In tale momento, l'importo assume natura di ricavo, diventa imponibile ai fini IVA e confluisce nel conto economico relativo alla prestazione resa. La documentazione fiscale (fattura o ricevuta) deve quindi essere emessa solo in questa fase, e non al momento dell'incasso della caparra. Nel caso, invece, di cancellazione da parte del cliente con previsione contrattuale di perdita della caparra, l'albergatore può trattenere la caparra a titolo di risarcimento del danno ai

sensi dell'art. 1385 c.c. In questo caso l'importo incassato assume natura di risarcimento del danno. La somma diventa ricavo ma rimane fuori dal campo di applicazione dell'IVA, non configurandosi come corrispettivo di una prestazione di servizi. È pertanto necessario rilevare una specifica annotazione contabile».

### ■ La somma richiesta a titolo di caparra confirmatoria viene versata tramite Pos/carta di credito collegato alla cassa al momento dell'arrivo del cliente in albergo

«Se il cliente versa l'importo al momento dell'arrivo con POS per una prenotazione già confermata, allora la somma ha natura di corrispettivo immediato. In questo caso va emessa la ricevuta fiscale o scontrino, anche se pagata con carta, contabilmente è un incasso anticipato sul prezzo della prestazione».



# OLTRE 80 CORSI GRATUITI PER CENTRARE NUOVI OBIETTIVI



[www.ebt-trentino.it](http://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](mailto: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

# Dubbi marzo 2026



Foto: www.faxels.com

## ■ Mi è stato proposto di partecipare al «Bando ISI Inail». Di cosa si tratta?

«Il Bando ISI promosso dall'Inail è un contributo destinato a tutte le tipologie di imprese, ma caratterizzato da uno scopo preciso: la riduzione dei rischi legati alla salute e alla sicurezza nei luoghi di lavoro. Si tratta di un'agevolazione prevalentemente rivolta ad aziende che presentano livelli di rischio medio-alti; per le imprese con un livello di rischio basso può risultare più complesso ottenere il finanziamento, poiché è necessario dimostrare miglioramenti significativi e misurabili in ambito salute e sicurezza, espressamente previsti dal bando. A titolo esemplificativo, tra gli interventi finanziabili rientrano:

- la riduzione del rischio rumore;
- la riduzione del rischio connesso alla movimentazione manuale dei carichi;
- l'implementazione di un sistema di gestione della sicurezza aziendale;
- la sostituzione di attrezzature o macchinari con soluzioni che garantiscano un miglioramento documentabile delle condizioni di sicurezza.

Affinché il progetto venga ammesso al finanziamento, è necessario dimostrare che le nuove attrezzature o i nuovi mezzi acquistati comportino una riduzione concreta ed evidente del livello di rischio per i lavoratori».

## ■ Volevo sapere se l'esenzione dall'imposta di soggiorno per i minori di 14 anni si applichi per tutto l'anno solare in cui viene compiuto il quattordicesimo anno di età oppure esclusivamente fino alla data di effettivo compimento degli anni.

«La delibera provinciale attuativa dell'imposta di soggiorno prevede espressamente che sono esentati dal pagamento dell'imposta provinciale di soggiorno i minori fino al compimento del 14esimo anno di età. Pertanto, l'esenzione si applica fino al giorno antecedente il 14esimo compleanno e non per l'intero anno solare in cui l'età viene compiuta. Si ricorda, inoltre, che, ai fini dell'applicazione delle varie esenzioni previste, ad eccezione proprio di quella relativa

ai minori fino al compimento del 14esimo anno di età, l'ospite deve dichiarare di avere diritto all'esenzione compilando l'apposito modulo messo a disposizione dal gestore della struttura ricettiva. Tali dichiarazioni devono essere conservate per cinque anni presso la struttura ricettiva o l'alloggio ad uso turistico e, su richiesta, rese disponibili a Trentino Riscossioni S.p.A. ai fini dei controlli».

## ■ Vorrei sapere se posso inserire tra le spese da presentare per una domanda in procedura automatica l'acquisto di biciclette o e-bike destinate al noleggio o all'uso gratuito per la clientela del mio esercizio turistico.

«Le biciclette o le e-bike, pur essendo veicoli ai sensi del Codice della Strada, non sono ammesse ad agevolazione, in quanto non rientrano tra le tipologie di mezzi di trasporto indicate nelle disposizioni specifiche "Crescita Trentino - Aiuti per investimenti fissi in attivi materiali o immateriali - Investimenti fissi".

# Forza dalla Natura.

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



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](http://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.

