Turismo& Ospitalità
NEL TRENTINO

MAGAZINE | 10.2025 | Anno LIII

ESTATE 2025, TURISMO TRENTINO IN CRESCITA

L'ASAT IN ASSEMBLEA STRAORDINARIA
Appuntamento per mercoledì 26 novembre

TESERO E PREDAZZO PRONTE AD ACCOGLIERE LE OLIMPIADI INVERNALI 2026
L'intervista ai sindaci Paolo Boninsegna e Massimiliano Deflorian

CON COVERFLEX UN WELFARE SU MISURA PER IL TURISMO
Vantaggi per imprese e collaboratori

FESTIVAL DELLO SPORT 2025: UN SUCCESSO
A Trento le «stelle» del presente e del passato

TRENTO DOC, UN BRINDISI CHE UNISCE IL TRENTINO
Si è chiusa con numeri importanti l'edizione 2025

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

DOLOMITI DOLOMITEN DOLOMITES DOLOMITIS
FONDAZIONE UNESCO
SOCIO SOSTENITORE

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

G Line

The Excellence you can taste

G Line è la nuova generazione di macchine professionali completamente automatiche.
Una gamma completa, frutto di una tradizione artigianale consolidata nel tempo, sostenibilità al massimo livello e, al suo interno, un avanzato sistema di estrazione che garantisce una precisione costante e una qualità del caffè eccezionale, con un gusto scientificamente perfezionato.

WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM

GAGGIA
MILANO

Sommario

4 Trentino d'estate: turismo in crescita tra famiglie, nuovi mercati e voglia di destagionalizzare

8 Estate 2025: turismo trentino in crescita tra consolidamento e differenze territoriali

12 Pacchetti turistici (e non) venduti dagli albergatori: definizione e ambito di applicazione

16 Le Olimpiadi Invernali 2026 in Valle di Fiemme

18 Un welfare su misura per il turismo: più attrattività e vantaggi per imprese e collaboratori

19 Cancellazioni last minute, la risposta di Care4UHotel per il settore ricettivo

20 Festival dello Sport di Trento 2025: grande successo di pubblico e famiglie

22 Trentodoc Festival, un brindisi che unisce il Trentino e incanta il mondo

24 Summer 2025 Worldwide

26 Formazione, natura e cultura al meeting estivo del CNGA

28 La formazione di Cat Turismo

34 Cosa fa il turismo per una regione?

36 I bivacchi delle Alpi

38 Dove sta andando il turismo?

40 Estate 2025 in Trentino: stabilità, segnali di consolidamento e nuove letture dai dati digitali

42 Raccontare l'identità dei territori di montagna, tra turismo e ospitalità

44 Approvato il nuovo Accordo Stato-Regioni 2025

46 Dubbi quotidiani ottobre 2025

10.2025	Anno LIII
Chiusura editoriale: 24 settembre 2025	**In copertina:** Lago Serraia e Lago delle Piazze dall'alto (foto Fabia Sartori)

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

MISTO
Carta | A sostegno della gestione forestale responsabile
FSC® C021437

Accoglienza e vitalità del turismo trentino per dodici mesi all'anno

Davide Cardella

L'estate 2025 volge al termine con un bilancio che, pur non del tutto privo di criticità, lascia intravedere segnali incoraggianti: le presenze turistiche nel Trentino si mantengono sostanzialmente sui livelli dello scorso anno, con alcune punte di crescita nelle strutture ricettive nella stagione di pieno luglio-agosto. Un risultato che non va sottovalutato, soprattutto alla luce delle incognite che hanno caratterizzato questi mesi, dal meteo variabile ai cambiamenti nei comportamenti di spesa delle famiglie.

Se da un lato le attese di crescita non si sono pienamente concretizzate, dall'altro il sistema dell'ospitalità trentina ha dimostrato ancora una volta la propria resilienza. Le imprese hanno saputo coniugare capacità di accoglienza e qualità dell'offerta, confermando il valore del modello turistico del nostro territorio. Ora, però, il calendario ci offre un'opportunità strategica: settembre e ottobre non sono più solo mesi di transizione, ma si configurano come parte integrante di quelle che abbiamo imparato a definire «le belle stagioni». Il successo del Festival del TrentoDoc e del Festival dello Sport ne sono una dimostrazione evidente. Eventi che non soltanto arricchiscono l'agenda culturale e sociale, ma che soprattutto consentono di prolungare la stagione, distribuendo i flussi turistici oltre i tradizionali picchi estivi. A questo scenario si aggiunge un protagonista di particolare rilievo: I Suoni delle Dolomiti, che quest'anno ha celebrato la sua trentesima edizione, dal 27 agosto al 4 ottobre. Un festival che da tre decenni unisce musica e paesaggio in un connubio unico: concerti gratuiti in luoghi d'alta quota, spesso raggiungibili solo a piedi, trekking musicali, performance all'alba, residenze artistiche.

Il Trentino, in questo, si conferma laboratorio di un turismo capace di rinnovarsi, valorizzando identità e tradizioni attraverso appuntamenti di respiro internazionale. È proprio in questa capacità di unire natura, cultura, sport ed enogastronomia che risiede la chiave per affrontare le sfide dei prossimi anni. Chiudere l'estate con prudente ottimismo significa, dunque, riconoscere che stiamo mantenendo quota, ma che il futuro richiede energia rinnovata. Non basta più limitarsi a sfruttare i mesi caldi: bisogna costruire un'offerta strutturata, integrata, che valorizzi la cultura e l'ambiente, che punti sul turismo esperienziale, che renda fruibili i territori meno battuti attraverso eventi di valore riconosciuto. Settembre e ottobre non sono «extra time», ma parte di un progetto più ampio: quello di un Trentino accogliente e vitale, dodici mesi all'anno.

Trentino d'estate: turismo in crescita tra famiglie, nuovi mercati e voglia di destagionalizzare

Aumento moderato ma costante: famiglie, internazionalizzazione e strategie per allungare la stagione

6' e 40"

La stagione estiva 2025 conferma il buon momento del turismo trentino: dalle valli alle città, gli operatori raccontano un'estate positiva, trainata da un aumento del mercato straniero e da una crescente attenzione agli eventi fuori stagione.

Presidente sezione Asat Val di Fiemme, Diego Zorzi

La tendenza è ottima. Dopo i buoni risultati dello scorso anno, quest'estate è andata addirittura meglio, soprattutto a inizio e fine stagione. Giugno è stato sorprendente, un mese storicamente complicato, ma questa volta è partito con numeri molto solidi, e anche settembre ha mostrato un andamento positivo. È chiaro che il meteo aiuta, ma non basta: abbiamo lavorato molto per allungare le stagioni con eventi mirati, capaci di richiamare pubblico anche oltre l'estate classica. Speriamo ora che anche ottobre possa dare soddisfazioni. La clientela principale rimane quella italiana, che copre circa l'80% delle presenze, ma in inverno è il turismo straniero a crescere maggiormente. Negli ultimi anni abbiamo registrato un vero boom di famiglie: è un target che si è consolidato e che rappresenta una fetta fondamentale per noi. La permanenza media è tra i cinque e i sette giorni: non più solo weekend, ma vacanze vere e proprie.

Presidente sezione Asat Garda Trentino, Petra Mayr

È stata una stagione soddisfacente, seppur con sfumature diverse dal passato. Abbiamo notato una leggera flessione dei tedeschi, che storicamente sono il nostro mercato principale: prenotano con grande anticipo ma quest'anno sono stati più attenti ai prezzi, frenando un po' le spese extra. L'italiano, invece, arriva spesso all'ultimo e spende volentieri per la ristorazione, meno per altre attività. A colmare il calo tedesco è arrivata una clientela nuova, frutto del lavoro di internazionalizzazione portato avanti dall'ApT: i turisti arabi. È un mercato con esigenze diverse: da loro sono abituati a un tipo di vacanza meno attiva e più centrata sui servizi. Alcuni episodi

In alto: Enrosadira.

Nella pagina seguente: Il Mart di Rovereto.

A pagina 6: Lago di Garda.

legati alle differenze culturali hanno suscitato polemiche, ma fa parte di un percorso di adattamento. Personalmente credo che sia una questione di abitudine reciproca. Il dato positivo è che molti alberghi stanno prolungando l'apertura fino a metà ottobre e in alcuni casi fino a novembre, con prenotazioni già superiori al benchmark dello scorso anno. Il meteo sereno sta aiutando, ma la differenza la fanno le prenotazioni a medio-lungo termine, che ci danno fiducia anche per l'autunno.

Presidente sezione Asat Val di Sole, Paola Graifenberg

Possiamo dire che giugno, luglio e agosto hanno registrato un segno più: la stagione è andata bene, con una buona crescita del mercato straniero soprattutto nei primi due mesi. Per agosto i dati non sono ancora definitivi, ma le prime impressioni sono incoraggianti. La valle ha lavorato molto sulla destagionalizzazione, puntando su settembre e sull'autunno: l'ApT ha investito su proposte di qualità, dagli eventi legati alla natura alle attività outdoor. È un processo che richiede tempo, ma sta dando frutti. I numeri confermano la percezione. A giugno la valle ha registrato un incremento complessivo di presenze attorno al 15%, con punte particolarmente interessanti per i mercati esteri, come la Germania e i Paesi Bassi. Luglio ha visto una crescita simile, con un aumento di oltre 40.000 presenze rispetto al 2024. Ma, al di là delle cifre, l'impressione diffusa è che la Val di Sole stia diventando sempre più attrattiva anche fuori dal periodo clou di agosto. Le ultime settimane di settembre ci daranno la conferma, ma la strada è tracciata.

Presidente sezione Asat Campiglio, Marco Masè

Direi che come numeri siamo in linea con gli anni scorsi, quindi il bilancio è positivo. Dieci anni fa eravamo la Cenerentola delle valli trentine d'estate, ora invece Campiglio è cresciuta molto, grazie anche alle card e all'internazionalizzazione. È necessaria una riflessione sui prezzi. Se confrontiamo le tariffe con altre destinazioni simili, in Alto Adige o Cortina, non siamo ancora allineati al valore della nostra offerta. C'è da lavorare in questo senso, perché i servizi che offriamo sono di alta qualità. La clientela è variegata: italiani e stranieri, con soggiorni lunghi in agosto e più brevi a luglio e settembre. Gli stranieri sono soprattutto escursionisti: magari passano una notte in hotel e poi proseguono nei rifugi. È una tipologia di ospite preziosa, che spende molto in attività e ristorazione, anche se meno sulle notti in albergo.

Presidente sezione Asat Primiero, Nicola Cemin

La stagione è ancora in corso. Abbiamo lavorato molto con ApT e HBenchmark, creando una rete di oltre 40 strutture associate. È un successo, che ci permette di leggere meglio i dati e di programmare. I risultati confermano un trend positivo per il 2025. Un punto forte è stato l'anticipo nelle prenotazioni, sia da parte degli stranieri, che si organizzano per tempo, sia di una quota crescente di italiani. Certo, il clima di incertezza porta anche a qualche rinuncia e restituzione di caparre, ma la tendenza generale resta buona. Il Primiero mantiene una doppia anima: da un lato i gruppi di soggiorno montano, ancora molto presenti e con permanenze lunghe, tra dieci giorni e due settimane; dall'altro il turismo individuale, più dinamico, ma anche caratterizzato da permanenze più brevi. Giugno è stato un mese boom, spinto dal caldo che ha stimolato la voglia di montagna. Luglio ha subìto un rallentamento nella parte centrale per via del meteo, ma gli eventi autunnali – come la festa del Canederlo, il Mythos, la Desmontegada e naturalmente I Suoni delle Dolomiti – stanno richiamando tantissima gente.

Presidente sezione Asat Levico, Walter Arnoldo

Il bilancio è molto positivo. Le camere sono ancora occupate, e con un meteo così favorevole la stagione si allunga spontaneamente. L'unico neo è legato agli alberghi che offrono solo pernottamento e colazione: i turisti poi faticano a trovare ristoranti aperti la sera, e questo può penalizzare l'esperienza complessiva. Per il resto, il turismo italiano ha tenuto, mentre gli stranieri

sono cresciuti bene, soprattutto tedeschi. Il calo di luglio, dovuto al freddo, è stato compensato dal buon andamento dei laghi e da una ripresa forte in agosto. Le campagne di marketing trentine si fanno sentire e i risultati si vedono».

Presidente sezione Asat Rovereto, Mauro Nardelli

«La stagione turistica si chiude con un bilancio positivo, sia nel settore alberghiero sia in quello extralberghiero, quest'ultimo apprezzato per la flessibilità dell'offerta. L'uso della Trentino Guest Card si è dimostrato un fattore importante e di successo. Gli ospiti che hanno utilizzato la Trentino Guest Card sono stati in numero maggiore rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I comparti alberghiero ed extralberghiero hanno dimostrato grande sensibilità e impegno nella diffusione della card, collaborando con l'ApT per massimizzare il successo di questo prodotto strategico, ed hanno contribuito quindi a rafforzare la forte vocazione storico-culturale museale che caratterizza il territorio di ambito, promuovendo la visita dei punti di interesse ivi presenti, valorizzando il patrimonio e l'offerta turistica locale e al contempo le risorse naturali, culturali ed enogastronomiche».

Presidente sezione Asat Trento, Maria Teresa Lanzinger

La stagione estiva è stata positiva non tanto in quantità, quanto in qualità. Abbiamo avuto molti arrivi last minute con persone che prenotano letteralmente tre secondi prima di arrivare. È un turismo veloce, che si ferma meno rispetto alla montagna, ma che comunque porta

Foto Patrizia N. Matteotti

ricchezza. Le città vanno interpretate diversamente: non puntiamo a grandi numeri, ma a un flusso costante e variegato. Anche il tema dell'overtourism va ridimensionato: in realtà oggi siamo tutti turisti dell'ultimo minuto. La minor pressione in termini di occupazione è stata compensata da una buona gestione dei ricavi. E poi c'è stata un'estate piacevole, meno frenetica, ma comunque soddisfacente. Gli eventi autunnali si annunciano numerosi e importanti, e rappresentano già una garanzia di continuità. Anche in città abbiamo visto una flessione del mondo germanico, ma altri mercati hanno bilanciato bene. L'importante è mantenere equilibrio e saper leggere i cambiamenti.

Presidente sezione Asat Folgaria, William Gatti

La stagione turistica si è chiusa con un bilancio complessivamente positivo, nonostante un lieve calo nelle presenze totali rispetto all'anno precedente. L'andamento delle tariffe si è confermato favorevole, con un rialzo medio dei prezzi che ha contribuito a mantenere buoni livelli di redditività per le strutture ricettive.

I mesi di giugno e luglio hanno fatto registrare risultati soddisfacenti, sostenuti da un meteo stabile e da un flusso costante di visitatori italiani e stranieri. Proprio la componente internazionale ha mostrato un incremento significativo, segnale di un rinnovato interesse per la destinazione da parte dei mercati esteri. Agosto, pur restando il mese di punta, non ha raggiunto i picchi eccezionali delle stagioni precedenti, ma ha comunque confermato un buon equilibrio complessivo dell'estate.

Le previsioni per l'inverno appaiono molto incoraggianti: le prenotazioni anticipate indicano un trend positivo e un ulteriore consolidamento della presenza straniera, a conferma di una domanda in crescita e di un clima di fiducia nel settore turistico.

Conclusioni

Il racconto che arriva dalle diverse località del Trentino è coerente: il 2025 conferma un'estate positiva, segnata da un mix tra consolidamento e innovazione. Le famiglie italiane continuano a scegliere il Trentino, ma cresce il peso del turismo straniero, mentre eventi e strategie di marketing stanno allungando le stagioni oltre agosto. Le differenze tra valli e città restano, ma tutte condividono lo stesso obiettivo: non solo riempire gli hotel nei mesi centrali, ma offrire esperienze di qualità lungo tutto l'anno. Un Trentino che si dimostra sempre più capace di adattarsi, leggere i cambiamenti e trasformarli in opportunità.

GIOVANNI BATTAIOLA

«La stagione estiva 2025 in Trentino si chiude con un bilancio sostanzialmente positivo. Pur confermando la tenuta complessiva del sistema turistico, emergono segnali di rallentamento, in particolare sul fronte del turismo italiano. A fronte di un calo della domanda italiana, in particolare nel mese di agosto, il turismo straniero ha mostrato un incremento significativo, tale da compensare e superare la flessione interna. Il risultato complessivo, considerando il periodo da giugno a settembre, segna dunque un aumento delle presenze rispetto allo scorso anno (agosto è leggermente in calo).

Dalle diverse valli e città emergono dati che confermano un andamento non uniforme: l'agosto leggermente in calo ha risentito della minore presenza di turisti italiani, mentre giugno e settembre hanno registrato risultati molto buoni, a conferma dell'efficacia del lavoro sulla destagionalizzazione. Sempre più strutture riescono infatti a prolungare l'apertura fino all'autunno, sostenute da una domanda internazionale dinamica e da un'offerta diversificata tra outdoor, cultura ed enogastronomia.

Rimangono comunque alcune criticità: la pressione dei costi gestionali, la difficoltà nel reperire personale qualificato e l'indebolimento di alcuni mercati tradizionali continuano a pesare sulle imprese. Tuttavia, l'interesse crescente dei visitatori stranieri – in particolare dai Paesi dell'Europa centrale e da nuovi mercati extraeuropei – rappresenta un segnale incoraggiante e conferma il posizionamento del Trentino come meta di qualità e sostenibilità.

Come Asat, intendiamo proseguire il lavoro con Trentino Marketing, le ApT e le istituzioni per consolidare questi risultati, rafforzare la competitività del territorio e rilanciare la domanda italiana. L'estate 2025 mostra un quadro complessivamente positivo, ma segnala anche la necessità di continuare a innovare per garantire un turismo equilibrato e sostenibile in tutte le stagioni.»

CONVENZIONE SOCI
SCEGLI IL TUO ABBONAMENTO
PER NON PERDERE NEMMENO UNA NOTIZIA

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

DIGITALE
ANNUALE DIGITALE - 66%*
dal martedì alla domenica
da 179 €
a 159 €

CARTACEO
ANNUALE CARTACEO - 34%*
dal martedì al sabato
a casa o in edicola
da 279 €
a 259 €

SITO
ANNUALE SITO versione Premium
14 cent al giorno
sempre aggiornato
da 60 €
a 50 €
www.iltquotidiano.it

PER ABBONARSI
www.iltquotidiano.it/convenzioni-speciali
abbonamenti@iltquotidiano.it
T. 0461 1418400 / 349 3139122
iltquotidiano
il_t_quotidiano
*risparmio relativo all'acquisto delle copie singole in edicola
proposta valida fino al 15/11/2024

Estate 2025: turismo trentino in crescita tra consolidamento e differenze territoriali

L'occupazione in zona «laghi» cresce dell'1,5%, mentre alla montagna spetta il record per l'incremento del ricavo medio a stanza per trattamento B&B (più 15,9 euro)

3' e 26"

Fabia Sartori
Monica Basile

La stagione estiva 2025 (nel periodo analizzato tra il 14 giugno ed il 14 settembre) conferma la solidità del comparto turistico trentino. Nel complesso, dalle analisi statistiche elaborate dall'ufficio marketing e ricerca Asat con software H-Benchmark emerge che le strutture ricettive hanno registrato un aumento dell'occupazione dello 0,9%, passando dal 76,1% del 2024 al 76,8% di quest'anno. Ancora più rilevante la crescita del ricavo medio per camera doppia in trattamento B&B, che è salito di 7,7 euro, da 176,4 euro a 184,1 euro. Il dato sintetizza una dinamica positiva che, pur con andamenti differenziati a seconda delle aree geografiche e delle categorie alberghiere, testimonia la capacità del Trentino di mantenere attrattività e redditività in un contesto competitivo nazionale e internazionale.

Montagna: pricing in accelerazione

La montagna resta il cuore del turismo estivo provinciale. Le strutture registrano un incremento dell'occupazione dello 0,7%, che porta il tasso medio dal 70,7% al 71,2%. Ancora più evidente è il progresso sul fronte tariffario: il ricavo medio cresce di 15,9 euro, passando da 157,7 euro a 173,6 euro. Il dato segnala la capacità delle destinazioni alpine di intercettare una clientela orientata a vacanze attive e di qualità, con una crescente propensione a investire in esperienze e servizi premium.

Sotto: Lago di Levico.

DAI UNA SVOLTA AL TUO FUTURO

Percorsi formativi GRATUITI per la tua crescita professionale nel settore del turismo

AUTUNNO 2025

TU NEL TURISMO

postatarget creative

Ente Bilaterale Turismo del Trentino

ALL'INTERNO... SPECIALE OLIMPIADI

Oltre 70 corsi GRATUITI per dare una svolta al tuo futuro

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

www.ebt-trentino.it

Ente Bilaterale Turismo del Trentino

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

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

STUDIO BI QUATTRO

TRENTINO GLOBALE OCCUPAZIONE ESTIVA

TRENTINO GLOBALE RICAVO MEDIO IN CAMERA DOPPIA CON COLAZIONE

Laghi: alta occupazione e ricavi in aumento

I laghi trentini confermano la loro forza come polo d'attrazione, soprattutto per il turismo internazionale. L'occupazione cresce dell'1,5%, dal 88,3% al 89,6%, collocandosi ai vertici provinciali. Il ricavo medio per camera aumenta di 3,4 euro, da 201,7 a 205,1 euro. Pur in presenza di una stagione meteorologicamente non sempre favorevole, la destinazione lacustre ha mantenuto livelli di riempimento molto elevati, sostenuti dalla capacità di proporre prodotti di fascia medio-alta e di intercettare la domanda straniera.

Città d'arte: presenze stabili, ricavi in crescita

Trento e Rovereto registrano un'occupazione sostanzialmente stabile, con un lieve incremento dello 0,1% (da 82,1% a 82,2%). Sul fronte ricavi, invece, il progresso è più deciso: il valore medio per camera passa da 118,4 euro a 124 euro, con un aumento di 5,6 euro. La domanda urbana rimane legata in gran parte a eventi culturali, turismo short break e congressuale. Il mercato appare meno elastico sul fronte occupazionale, ma riesce a migliorare i margini grazie a un progressivo rafforzamento dell'offerta di qualità.

Analisi per categorie di hotel

L'analisi delle performance per tipologia di struttura conferma differenziazioni nette:

- 3 stelle e 3 stelle superior: incremento di occupazione dello 0,3% (dal 74,3% al 74,5%) e crescita del ricavo medio di 5,9 euro (da 136,3 a 142,2 euro). Si tratta della fascia più sensibile alla domanda domestica, che cerca equilibrio tra prezzo e qualità.
- 4 stelle e 4 stelle superior: i risultati migliori della stagione. L'occupazione cresce dell'1,1%, passando dal 78,6% al 79,5%, mentre il ricavo medio aumenta di 8 euro, da 226,9 a 234,9 euro. La clientela internazionale e alto-spendente premia questa categoria, spingendone la redditività.

Conclusioni e prospettive

La stagione estiva 2025 si chiude per il Trentino con un bilancio positivo. L'aumento dei ricavi medi rappresenta il dato più significativo, superiore in alcuni casi alla dinamica delle occupazioni, segno di una crescente capacità di valorizzazione dell'offerta attraverso strategie di revenue management e segmentazione tariffaria. La montagna consolida la propria centralità con ricavi in forte accelerazione, i laghi restano i più performanti in termini di occupazione e le città rafforzano il loro ruolo culturale e congressuale. Le strutture di fascia medio-alta confermano la leadership, trainando la crescita complessiva. Le prospettive future passano da tre sfide chiave: gestione della stagionalità, ulteriore differenziazione dei prodotti e potenziamento dell'attrattività internazionale. Con questi elementi, il Trentino si conferma una delle destinazioni più solide e competitive del panorama turistico nazionale.

-25% SU TUTTO*

NEW ONLINE SHOP

35 ANNIVERSARIO

NUOVO SHOWROOM

Via J.Kravogl 5/b
39100 Bolzano
+39 (0)471 934 810
info@piantadesign.com

pianta design Ambiente

Via Michael Pacher 12/a
39031 Brunico
+39 (0)474 531 299
bruneck@piantadesign.com

*non cumulabile con altri sconti

WWW.PIANTADESIGN.COM

Pacchetti turistici (e non) venduti dagli albergatori: definizione e ambito di applicazione

Gli obblighi per chi desidera arricchire la propria offerta

5' e 55"
Laura Licati

Le disposizioni nazionali in materia di pacchetti turistici recepiscono la direttiva europea (UE) 2015/2302, e riguardano da vicino anche gli albergatori. La normativa stabilisce precisi obblighi per chi desidera arricchire la propria offerta, organizzando e vendendo esperienze ai propri ospiti sul territorio provinciale aggiuntive a quelle presenti in albergo, nella forma di pacchetto turistico.

Cos'è un pacchetto turistico?

Un pacchetto turistico è un'offerta che combina l'alloggio con altri servizi, come escursioni ed esperienze sul territorio, venduta dall'albergatore come un unico prodotto per semplificare l'organizzazione della vacanza. Questa formula rappresenta una grande opportunità strategica per le strutture ricettive e per l'intero sistema turistico trentino, ma va considerata insieme a una disciplina normativa complessa e vincolante, che richiede attenzione agli adempimenti legali, contrattuali e assicurativi. Dal punto di vista normativo, perché una proposta di viaggio possa essere qualificata come «pacchetto turistico», è necessario che comprenda almeno due diversi servizi turistici combinati tra loro. Ad esempio, il pernottamento in albergo insieme a uno skipass, lezioni di sci, un'escursione in montagna o un corso di vela. Questa combinazione deve rispettare specifici requisiti, come l'acquisto mediante un unico contratto, la vendita a un prezzo complessivo oppure la stipula di più contratti collegati tra loro entro 24 ore. L'albergatore che offre un pacchetto turistico ha, inoltre, l'obbligo di consegnare al cliente un modulo informativo prima della firma del contratto; tutte le informazioni fornite in fase precontrattuale assumono valore vincolante e vanno a costituire parte integrante dell'accordo.

OGP
Illustrazione: Elia Rossi

Forza dalla Natura.

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

A fianco degli operatori del settore turistico,

Contattaci oggi per ottenere le migliori agevolazioni.

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

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

100% ENERGIA PULITA · DOLOMITI ENERGIA

cape
CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Quali adempimenti devono seguire gli albergatori della provincia di Trento per commercializzare servizi turistici locali, e quali vincoli territoriali devono rispettare?

In provincia di Trento, per poter proporre pacchetti turistici, gli albergatori devono attenersi a due riferimenti normativi fondamentali. Da un lato, l'articolo 15 della legge provinciale n. 9 del 1988 che disciplina le agenzie di viaggio e turismo: qui è stabilito che, per ottenere l'autorizzazione alla vendita di pacchetti, occorre presentare una SCIA e stipulare una specifica assicurazione da trasmettere al Servizio Turismo. Dall'altro, il decreto legislativo, che recepisce la direttiva europea, e che regola nel dettaglio i contenuti contrattuali, dal diritto di recesso ai costi, dalle responsabilità del professionista alle forme di assicurazione. Importante sottolineare che i pacchetti organizzati dagli albergatori possono includere esclusivamente attività e itinerari all'interno della provincia di Trento.

L'albergatore che vende pacchetti turistici ha delle responsabilità?

L'albergatore che vende pacchetti è responsabile dell'esecuzione dei servizi turistici previsti dal contratto di pacchetto turistico come sopra indicato, ed è comunque il professionista «organizzatore» del pacchetto, indipendentemente dal fatto che tali servizi debbano essere prestati dall'albergatore o da altri fornitori di servizi turistici. Il turista ha diritto di ricevere dall'organizzatore (albergatore) il risarcimento adeguato al danno che possa aver subìto in conseguenza di un difetto di conformità rilevato durante l'esecuzione di un servizio turistico previsto dal contratto di pacchetto turistico. Nel caso in cui l'inadempimento delle prestazioni che formano oggetto del pacchetto non sia di scarsa importanza, il viaggiatore può chiedere all'organizzatore o al venditore, oltre ed indipendentemente dalla risoluzione del contratto, un risarcimento del danno correlato al tempo di vacanza inutilmente trascorso ed all'irripetibilità dell'occasione perduta, il cosiddetto danno da vacanza rovinata.

Come può un albergatore valorizzare il territorio e proporre servizi aggiuntivi a quelli alberghieri senza che l'offerta diventi un pacchetto turistico?

Non tutte le combinazioni di servizi rientrano nella definizione di «pacchetto turistico». Ad esempio, non si configura come pacchetto l'abbinamento del pernottamento con un altro servizio se quest'ultimo non incide per almeno il 25% sul valore complessivo della combinazione, non viene pubblicizzato né rappresenta un elemento essenziale dell'offerta, oppure se viene scelto e acquistato dal viaggiatore oltre le 24 ore dalla prenotazione dell'albergo o solo dopo l'inizio del soggiorno. Non costituisce pacchetto l'offerta dei servizi accessori all'alloggio quali: il trasporto passeggeri su brevi distanze in occasione di visite guidate o i trasferimenti tra una struttura ricettiva e una stazione di viaggio con altri mezzi; l'organizzazione di attività di intrattenimento o sportive nella struttura ricettiva; la fornitura di pasti, di bevande e la pulizia forniti nell'ambito dell'alloggio; la fruizione di biciclette, sci e altre dotazioni della struttura ricettiva ovvero l'accesso a strutture in loco, quali piscine, spiagge, palestre, saune, centri benessere o termali, incluso per i clienti dell'albergo; qualunque altro servizio integrativo tipico anche secondo la prassi locale. In ultimo non costituisce pacchetto turistico l'inclusione della Trentino Guest Card o analoghe card nell'alloggio e la semplice segnalazione di attività disponibili sul territorio, eventualmente distribuendo coupon sconto.

L'attività di accompagnamento degli ospiti sul territorio da parte dell'albergatore e dei suoi familiari prevista dalla legge provinciale costituisce un pacchetto turistico?

Secondo l'art. 48 bis della legge provinciale sulla ricettività turistica «Accompagnamento degli ospiti sul territorio» i gestori di esercizi alberghieri ed extra-alberghieri, al fine di promuovere e valorizzare il patrimonio ambientale e naturalistico locale, possono organizzare percorsi di accompagnamento destinati esclusivamente ai propri clienti. L'attività può essere svolta dai gestori stessi o dai familiari che operano nella struttura, a condizione che sia prevista una copertura assicurativa per la responsabilità civile verso terzi.

Sono escluse le escursioni che richiedono l'uso di tecniche o materiali alpinistici. In questi termini, l'attività di accompagnamento organizzata dai gestori o dai loro familiari non costituisce un pacchetto turistico.

La seguente grafica riassume i principali punti trattati:

NON SI CONFIGURA COME PACCHETTO	SI CONFIGURA COME PACCHETTO
Albergo + altri servizi di qualsiasi tipo anche prenotati congiuntamente al soggiorno, se rappresentano MENO DEL 25% del prezzo totale della combinazione	Albergo + altri servizi di qualsiasi tipo anche prenotati congiuntamente al soggiorno, se rappresentano PIU' DEL 25% del prezzo totale della combinazione
Albergo + fruizione di servizi e strutture dell'albergo (anche servizi integrati) come: servizi estetici, la piscina, le bici	Albergo + altri servizi combinati dall'albergatore, anche su richiesta del viaggiatore o conformemente a una sua selezione, prima che sia concluso un contratto unico per tutti i servizi (venduti congiuntamente e pubblicizzati come pacchetto)
Albergo + servizi scelti dopo 24 ore dalla conclusione del contratto alberghiero	Albergo + altri servizi acquistati presso professionisti distinti attraverso processi collegati di prenotazione ove il nome del viaggiatore, gli estremi del pagamento e l'indirizzo di posta elettronica sono trasmessi dall'albergatore a uno o più professionisti e il contratto con quest'ultimo o questi ultimi sia concluso al più tardi 24 ore dopo la conferma della prenotazione del primo servizio turistico
Albergo + transfer es. verso le piste da sci | Albergo + Trentino Guest Card | Albergo + Accompagnamento gratuito degli ospiti sul territorio - Art. 48 bis – L.P.7/2002	Albergo + albergatore che agevola la vendita di un altro servizio turistico (> 25%) presso un altro professionista entro le 24 ore dalla conferma della prenotazione dell'albergo. servizio turistico collegato.

In questo periodo il Servizio Turismo e Sport della Provincia sta verificando il rispetto dei requisiti tra gli albergatori che negli scorsi anni hanno presentato SCIA per la commercializzazione dei servizi turistici trentini. A tal fine si richiede l'invio della documentazione relativa alla polizza assicurativa, «Assicurazione RC» unitamente a eventuale documentazione aggiuntiva da cui risultino stipulazione, premio, date di inizio e fine contratto e tipologia di copertura. Si ricorda che per gli albergatori l'assicurazione relativa al Fondo di Garanzia non è obbligatoria. Gli uffici dell'Asat restano a disposizione per chiarimenti, supporto nell'invio dei documenti e approfondimenti sui requisiti richiesti.

Vieni a trovarci in fiera e troviamo insieme
la soluzione ideale per la tua attività!

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

PROJECT COOK COOL WASH SERVICE GASTRO EQUIPMENT

Le Olimpiadi Invernali 2026 in Valle di Fiemme

Tesero e Predazzo pronte ad accogliere 59 gare olimpiche e paralimpiche

4' e 30"
Andrea Rudari

In occasione delle Olimpiadi e Paralimpiadi invernali di Milano-Cortina 2026, la Val di Fiemme ospiterà ben 59 gare (21 olimpiche e 38 paralimpiche) tra sci di fondo, salto con gli sci e combinata nordica. Predazzo e Tesero si confermano, quindi, capitali mondiali degli sport nordici. Un impegno straordinario per i due comuni trentini, rappresentati dai sindaci **Paolo Boninsegna** (Predazzo) e **Massimiliano Deflorian** (Tesero).

Lo stato dei lavori agli impianti

«Allo Stadio del salto Giuseppe Dal Ben di Predazzo siamo a buon punto - spiega Boninsegna - i nuovi trampolini sono stati collaudati dagli atleti a luglio e sono stati inaugurati ufficialmente con le gare del FIS Nordic Summer Festival. Ultimato l'ascensore inclinato per raggiungere la cima dell'impianto, restano ora da completare solo le infrastrutture informatiche, alcuni tratti dell'innevamento e il ledwall, ma entro ottobre sarà tutto pronto. Nelle pertinenze del centro del salto, stiamo sistemando la passerella sull'Avisio, i parcheggi e la viabilità di accesso. Le ultime rifiniture all'interno della struttura saranno curate dal general contractor della Fondazione Milano Cortina».

A Tesero la situazione è altrettanto positiva: «Il Centro del fondo e del biathlon Fabio Canal di Lago ha già ospitato eventi internazionali - sottolinea Deflorian - ed alle piste sono state necessarie solo alcune modifiche richieste dal CIO per adeguarle agli standard olimpici. A fine lavori avremo nuovi spogliatoi e sale sciolinatura, una palazzina Fisi, percorsi privi di barriere architettoniche, oltre all'ammodernamento del ristorante e della sala stampa. Entro i termini previsti saranno completati i lavori di sistemazione della strada che collega direttamente il paese con la zona di Lago, infrastruttura che sarà utilizzata anche per le Olimpiadi Giovanili Invernali del 2028».

L'eredità olimpica

Il tema della legacy è centrale. «Le Olimpiadi - afferma Boninsegna - daranno un'immagine mondiale alla valle. A Predazzo resteranno trampolini rinnovati e infrastrutture collaterali: marciapiedi accessibili, il recupero dell'area ex maneggio, il potenziamento della caserma dei Carabinieri e la ristrutturazione della caserma alpina della Guardia di Finanza per ospitare ora il Villaggio olimpico ma poi tutti i corsi per allievi». Deflorian aggiunge: «Per Tesero la legacy significa consolidare il ruolo di sede di grandi eventi, ma anche lasciare opere che miglioreranno la qualità della vita dei cittadini e l'attrattività della valle. Nello specifico, voglio ricordare che l'ex casa di riposo verrà ristrutturata per dare alloggio a quaranta persone del circuito olimpico, ma in seguito sarà utilizzata come studentato a servizio dell'Enaip. Con l'occasione e per lo stesso fine, anche alcuni appartamenti comunali subiranno la stessa trasformazione. All'interno della scuola professionale Enaip, inoltre, è stata realizzata una moderna nuova cucina che verrà utilizzata per le cene legate agli eventi sportivi e che resterà poi a disposizione di insegnanti e studenti».

Sotto: Predazzo in Val di Fiemme.

Nella pagina seguente: Paolo Boninsegna e Massimiliano Deflorian.

Il contributo dei Comuni

Se Provincia e Fondazione hanno garantito risorse economiche straordinarie, anche i Comuni hanno fatto la loro parte, soprattutto in opere di manutenzione stradale e pedonale, ma non solo: «I nostri uffici tecnici - spiegano i sindaci - sono stati sotto pressione per seguire tutte le pratiche edilizie e urbanistiche ed hanno seguìto passo passo i cantieri, monitorando adempimenti e controlli, in continuo raccordo con Provincia e Fondazione, ma non dimentichiamo che a febbraio avremo anche un impegno gestionale importante per supportare l'organizzazione ufficiale».

L'attesa della comunità

Chiediamo ai primi cittadini come stanno vivendo i cittadini questa vigilia olimpica. «La sensazione - ammette Boninsegna - è che la popolazione non si senta ancora pienamente coinvolta, salvo gli operatori del turismo che si stanno preparando da tempo. Finché i lavori non saranno conclusi e non saranno realizzate le "vestizioni" dei paesi, è difficile percepire la portata dell'evento». Deflorian conferma un clima di apparente tranquillità: «Gli addetti ai lavori sono già operativi da tempo, mentre per gli operatori turistici si tratterà di una nuova sfida, perché questo segmento di clientela non coincide esattamente con quello conosciuto in occasione dei Campionati del mondo di sci nordico. I nostri concittadini, per ora, restano tranquilli, ma la consapevolezza crescerà avvicinandosi all'evento. Ci piacerebbe riuscire a coinvolgere le scuole e i giovani, sia rispetto all'evento in sé, sia per le opportunità che potranno nascere».

Le criticità: mobilità e sicurezza

Due i temi caldi: traffico e sicurezza. «Durante le gare - annuncia Boninsegna - saranno operativi tre grandi parcheggi di assestamento (Masi, Mezzavalle, Moena) collegati con navette alle aree di gara, oltre ad altre aree di parcheggio minori. La viabilità ordinaria resterà il più possibile aperta, salvo limitazioni per i mezzi pesanti; cercheremo di arrecare a tutti il minor fastidio possibile». Deflorian, invece, mette l'accento sulla sicurezza: «Un evento olimpico porta con sé attenzione mediatica, ospiti internazionali e possibili criticità, con protocolli di gestione diversi. Pur avendo già vissuto l'esperienza dei Mondiali, e pur con un numero ridotto di spettatori rispetto ad allora, la situazione sarà molto più complessa e per questo è anche previsto un importante presidio delle forze dell'ordine. Noi, come Comune, stiamo facendo la nostra parte per garantire la massima sicurezza».

Non solo sport: eventi collaterali e cultura

Al di là delle location di gara, tutta la Val di Fiemme sarà coinvolta da eventi non agonistici collaterali alla manifestazione. «In collaborazione con ApT e Nordic Ski Val di Fiemme - anticipa Boninsegna - a Predazzo allestiremo la fun zone in piazza, lo sporting center per le feste e un maxischermo per seguire le gare. Abbiamo inoltre richiesto un potenziamento del trasporto pubblico serale per favorire la partecipazione anche dopo le gare». Deflorian conclude: «A Tesero organizzeremo eventi che valorizzino tradizioni e identità locali. Vorremmo offrire concerti con bande e cori, oltre all'allestimento di mostre dedicate ai presepi di tutto il mondo».

L'ASAT IN ASSEMBLEA STRAORDINARIA

Mercoledì 26 novembre si terrà l'assemblea straordinaria dell'Asat per la modifica dello statuto. La modifica si rende necessaria per adeguare lo statuto attuale alle recenti modifiche apportate a livello nazionale allo statuto di Federalberghi, in considerazione delle nuove disposizioni in materia di Iva che entreranno in vigore a gennaio del 2026, nonché per un suo allineamento allo schema di statuto tipo per le associazioni territoriali aderenti a Federalberghi. La modifica è l'occasione, inoltre, per dare seguito ad alcune sollecitazioni pervenute dai componenti del consiglio direttivo in merito alla rappresentatività delle sezioni minori e per apportare ulteriori modifiche ritenute necessarie a norma di legge. Per le modifiche statutarie è richiesta, in seconda convocazione, la presenza di almeno 1/10 degli associati ed il voto favorevole di almeno i 2/3 dei presenti. Auspichiamo la massima presenza e partecipazione.

Un welfare su misura per il turismo: più attrattività e vantaggi per imprese e collaboratori

1' e 37"

Attrarre e fidelizzare i collaboratori è, oggi, una delle priorità per chi lavora nel turismo. La difficoltà nel reperire personale, soprattutto stagionale, spinge sempre più imprese a cercare soluzioni innovative che rendano il posto di lavoro più appetibile e capace di trattenere le risorse migliori. In quest'ottica, l'Asat propone ai propri associati una novità che unisce semplicità, flessibilità e convenienza. Si tratta di Coverflex, la piattaforma di welfare aziendale pensata appositamente per il comparto turistico, che consente di gestire buoni pasto, fringe benefit e welfare aziendale in modo semplice e centralizzato. Il sistema, basato su una card e una app, permette ai dipendenti di utilizzare in autonomia buoni pasto, fringe benefit e altri vantaggi, senza vincoli né complicazioni. Grazie al circuito Visa, la card è accettata ovunque, sia nei negozi fisici sia online, garantendo massima libertà di scelta a chi la utilizza. Per gli imprenditori, i vantaggi sono altrettanto concreti: i costi risultano inferiori rispetto ad altre soluzioni simili, la gestione è semplificata e l'impatto fiscale ridotto al minimo. In pratica, uno strumento che migliora il benessere dei collaboratori e, allo stesso tempo, rende più efficiente l'organizzazione interna. La piattaforma è stata studiata proprio pensando alle esigenze delle imprese turistiche, comprese quelle che lavorano con personale stagionale. Non a caso, l'obiettivo è duplice: aumentare la soddisfazione di chi già lavora in azienda e accrescere l'appeal verso i candidati in cerca di nuove opportunità. In più, per gli associati Asat è previsto uno sconto speciale: il 60% in meno sul pacchetto «Buoni Pasto + Fringe Benefit» offerto da Coverflex. Un'occasione per dotarsi di uno strumento moderno ed efficace, capace di fare la differenza in un mercato del lavoro sempre più competitivo.

Cancellazioni last minute, la risposta di Care4UHotel per il settore ricettivo

1' e 40"

La stagione estiva si è chiusa con un bilancio in chiaroscuro per le strutture ricettive. Da un lato camere piene e risultati incoraggianti, dall'altro la piaga delle cancellazioni last minute, che spesso lasciano vuoti difficili da colmare. Un fenomeno sempre più diffuso: l'80% delle rinunce avviene infatti entro i tre giorni precedenti all'arrivo, rendendo insufficiente la sola caparra a garantire la tutela economica degli operatori.

La cancellazione non è mai un episodio neutro. Oltre al mancato incasso, porta con sé costi fissi invariati, tensioni con gli ospiti, tempo perso in trattative e il rischio di recensioni negative. Non sorprende dunque che il tema sia diventato centrale nelle strategie commerciali delle strutture. In questo contesto si inserisce Care4UHotel, una soluzione assicurativa pensata per trasformare le disdette in un'occasione di equilibrio tra cliente e albergatore. Il meccanismo è semplice: l'ospite riceve il rimborso della prenotazione, mentre la struttura mantiene la penale prevista. In questo modo si riducono i conflitti, si rafforza la fiducia e si consolida la cultura del rispetto degli impegni. La copertura si integra con qualsiasi tipologia di tariffa - flessibile, semi-flessibile o non rimborsabile - senza richiedere modifiche e senza costi aggiuntivi per l'hotel. I benefici dichiarati sono molteplici:

Foto www.pixnio.com

- penali tutelate in caso di cancellazione, arrivo posticipato o partenza anticipata;
- possibilità di proporre tariffe più rigide senza scoraggiare le prenotazioni;
- maggiore competitività rispetto alle Ota, che già offrono coperture simili;
- incremento dei margini grazie a una tariffa media giornaliera applicata alle camere vendute più elevata.

Con l'apertura delle prenotazioni invernali, il settore guarda a questa formula come a un'opportunità per rafforzare la stabilità dei ricavi e migliorare la relazione con la clientela. Non solo una polizza, quindi, ma uno strumento di competitività in un mercato sempre più esigente.

L'Asat rimane a disposizione per qualunque informazione e chiarimento.

Care4UHotel
proteggi i tuoi profitti da cancellazioni

Festival dello Sport di Trento 2025: grande successo di pubblico e famiglie

Trento ha vissuto quattro giornate indimenticabili

2' e 55"
Arianna Bertagnolli

L'ottava edizione del Festival dello Sport di Trento - Adrenalina Pura si è conclusa registrando un grande successo di pubblico, con migliaia di appassionati, famiglie e giovani, arrivati anche da fuori Provincia, per vivere un'esperienza con i propri idoli sportivi. Il Festival, organizzato dalla Gazzetta dello Sport e Trentino Marketing, con la collaborazione di Provincia autonoma di Trento, Comune di Trento, Università di Trento e Apt di Trento e con il patrocinio del Coni e del Comitato italiano paralimpico, ha trasformato la città di Trento in una capitale mondiale dello sport, con oltre 130 appuntamenti e più di 200 campioni che hanno portato sul palco storie, emozioni e testimonianze indimenticabili. Dai talk affollati nei teatri ai camp sportivi nelle piazze, ogni angolo di Trento ha respirato energia, passione e partecipazione collettiva.

Il pubblico ha accolto con entusiasmo i grandi protagonisti: dalle leggende del calcio come **Michel Platini**, **Zlatan Ibrahimovic** e **Roberto Mancini**, ai campioni del basket, con la presenza della leggenda dei Los Angeles Lakers **Michael Cooper** e la toccante festa d'addio alla pallacanestro di **Marco Belinelli**, unico italiano a vincere un titolo NBA con i San Antonio Spurs. Emozioni anche per il volley, con la celebrazione del trionfo mondiale della Nazionale italiana femminile guidata da **Julio Velasco**, e la presentazione del Campionato SuperLega Credem Banca Maschile, che ha visto protagonisti campionissimi come **Alessandro Michieletto**, **Daniele Lavia**, **Noumory Keita**, **Domenico Pace**, **Mattia Boninfante** e **Francesco Recine**. A completare il parterre, le icone dei motori, dalla Formula 1 con **Nico Rosberg** e **Jacques Villeneuve**, fino alla MotoGP con **Pecco Bagnaia** e la leg-

genda **Giacomo Agostini**.
Particolarmente emozionante lo spazio dedicato agli sport invernali, a meno di un anno dai Giochi Olimpici e Paralimpici Milano-Cortina 2026. Sul palco di Trento sono saliti i grandi campioni delle nevi e del ghiaccio: dalle fuoriclasse dello sci alpino **Federica Brignone** e **Sofia Goggia**, a leggende come **Deborah Compagnoni** e **Gustav Thöni**, fino ai protagonisti del fondo e del biathlon. Un ponte ideale verso le Olimpiadi di casa, che ha fatto respirare al pubblico l'atmosfera e l'adrenalina dell'appuntamento più atteso.
Oltre agli incontri, grande successo hanno riscosso i camp nelle piazze, dove centinaia di bambini e famiglie si sono messi alla prova con basket, volley, arrampicata, sci simulato e molte altre discipline, in un clima di gioia e partecipazione. Protagonisti anche i campioni azzurri dell'atletica, reduci da importanti successi internazionali: **Larissa Iapichino**, **Nadia Battocletti**, **Mattia Furlani**, **Andy Diaz** e la giovane promessa **Kelly Doualla**. Molto apprezzato, infine, lo spazio dedicato allo sport paralimpico, che ha avvicinato il pubblico a discipline inclusive e coinvolgenti, offrendo un'anteprima dello spirito che animerà le Paralimpiadi di Milano-Cortina 2026.
La città, ancora una volta, ha dimostrato di saper accogliere al meglio un evento di questa portata: Trento si è trasformata in un palcoscenico diffuso, capace di unire sport, cultura e socialità. Non sono mancati i momenti culturali, arricchiti dagli interventi di scrittori e giornalisti come **Mauro Corona**, **Aldo Grasso** e **Aldo Cazzullo** con **Fabrizio Roncone**, insieme alla tradizionale libreria in Piazza Duomo, sempre affollata di curiosi e lettori. A chiudere, un ospite speciale fuori dal campo: **Roberto Saviano**, che ha emozionato il pubblico con un monologo dedicato agli Scudetti del Napoli.

Il bilancio finale conferma il Festival dello Sport 2025 come un successo di partecipazione, entusiasmo e adrenalina pura, capace di imporsi tra gli appuntamenti più attesi e amati non solo dagli sportivi, ma da un pubblico vasto e trasversale. Un'edizione che ha idealmente acceso la fiamma olimpica verso Milano-Cortina 2026.

Trentodoc Festival, un brindisi che unisce il Trentino e incanta il mondo

Si è chiusa con numeri importanti l'edizione 2025

2' e 12"
Arianna Bertagnolli

Undicimila calici alzati, tre giorni di festa, 168 appuntamenti che hanno trasformato il Trentino in una grande, luminosa bollicina di montagna. Il Trentodoc Festival 2025 si è chiuso con numeri importanti, ma soprattutto con un'atmosfera che difficilmente si dimentica: appassionati, famiglie, enoturisti e curiosi hanno risposto presente, sfidando anche il maltempo, per vivere un'esperienza autentica tra vigneti, cantine, palazzi storici e piazze della città.
«Il Trentodoc è sempre più ambasciatore del Trentino nel mondo», ha dichiarato con orgoglio l'assessore provinciale **Giulia Zanotelli**, sottolineando come dietro ogni bottiglia ci sia non solo un prodotto d'eccellenza, ma anche un comparto che cresce, innova e genera valore per le comunità. È questa la vera forza delle bollicine trentine:

saper raccontare un territorio fatto di tradizione e ricerca, di ospitalità e visione internazionale.
E proprio questa edizione ha segnato una svolta: sold out ovunque, dai dibattiti alle degustazioni, dagli show cooking agli incontri con gli chef. «La più attrattiva e coinvolgente di sempre» l'ha definita **Luciano Ferraro**, vicedirettore del Corriere della Sera e direttore artistico del Festival. Una formula che intreccia cultura e intrattenimento, riflessione e piacere, e che ormai è diventata punto di riferimento per gli enoturisti di tutta Italia. Il cuore pulsante della manifestazione è stato Trentodoc in Cantina: 130 appuntamenti diffusi sul territorio, organizzati direttamente dai produttori. «Un'affluenza straordinaria, anche di giovani, segno di un interesse autentico» ha spiegato **Stefano Fambri**, presidente dell'Istituto Trento Doc, orgoglioso di una comunità produttiva che continua a crescere e a farsi conoscere. Accanto ai calici, non è mancata la visione: il futuro del settore si gioca tra cura del territorio, sfide dei mercati globali, ricerca e formazione. Anche il presidente dell'Asat e di Trentino Marketing **Giovanni Battaiola** si dichiara soddisfatto: «Il Trentodoc è l'immagine migliore del nostro territorio, dove il lavoro, la passione e le radici si trasformano in qualità ai massimi livelli».
E così, tra brindisi e sorrisi, il Festival ha mostrato un Trentino che vibra di energia, che accoglie e coinvolge. Ora lo sguardo è già proiettato al 2026, con la promessa di un nuovo racconto frizzante, dove ogni calice sarà di nuovo ambasciatore di un territorio unico.

In alto: Inaugurazione-TrentoDoc Festival 2025 - Chiostro degli Agostiniani.

In basso: TrentoDoc Festival 2025.

CIÒ CHE FACCIAMO È SOLO UNA GOCCIA NELL'OCEANO
MA SE NON LO FACESSIMO L'OCEANO AVREBBE UNA GOCCIA IN MENO.

Lavoriamo per minimizzare l'impatto delle nostre attività con l'ambizione di realizzare, per i nostri clienti, produzioni sempre più sostenibili.

esperia®
L'impronta verde nella stampa

- EDITORIA
- CATALOGHISTICA
- PACKAGING

info@esperia.tn.it

Scopri quanti modi abbiamo per dare un'impronta verde ai tuoi stampati.

Un esempio? Con l'opzione ClimatePartner puoi compensare le emissioni di CO_2 legate al tuo progetto finanziando al contempo importanti iniziative a livello ambientale, come la costruzione di nuove centrali eoliche.

Family AUDIT
MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATION DNV ISO 9001 · ISO 14001
Available with financial climate contribution ClimatePartner
FSC www.fsc.org FSC® C021437 Il marchio della gestione forestale responsabile
PEFC PEFC/18-31-390

www.esperia.tn.it

Summer 2025 Worldwide

Revenue management, vendite e marketing operano in modo sinergico per garantire resilienza

Foto www.pxhere.com

3' e 00"
Francesca Maffei

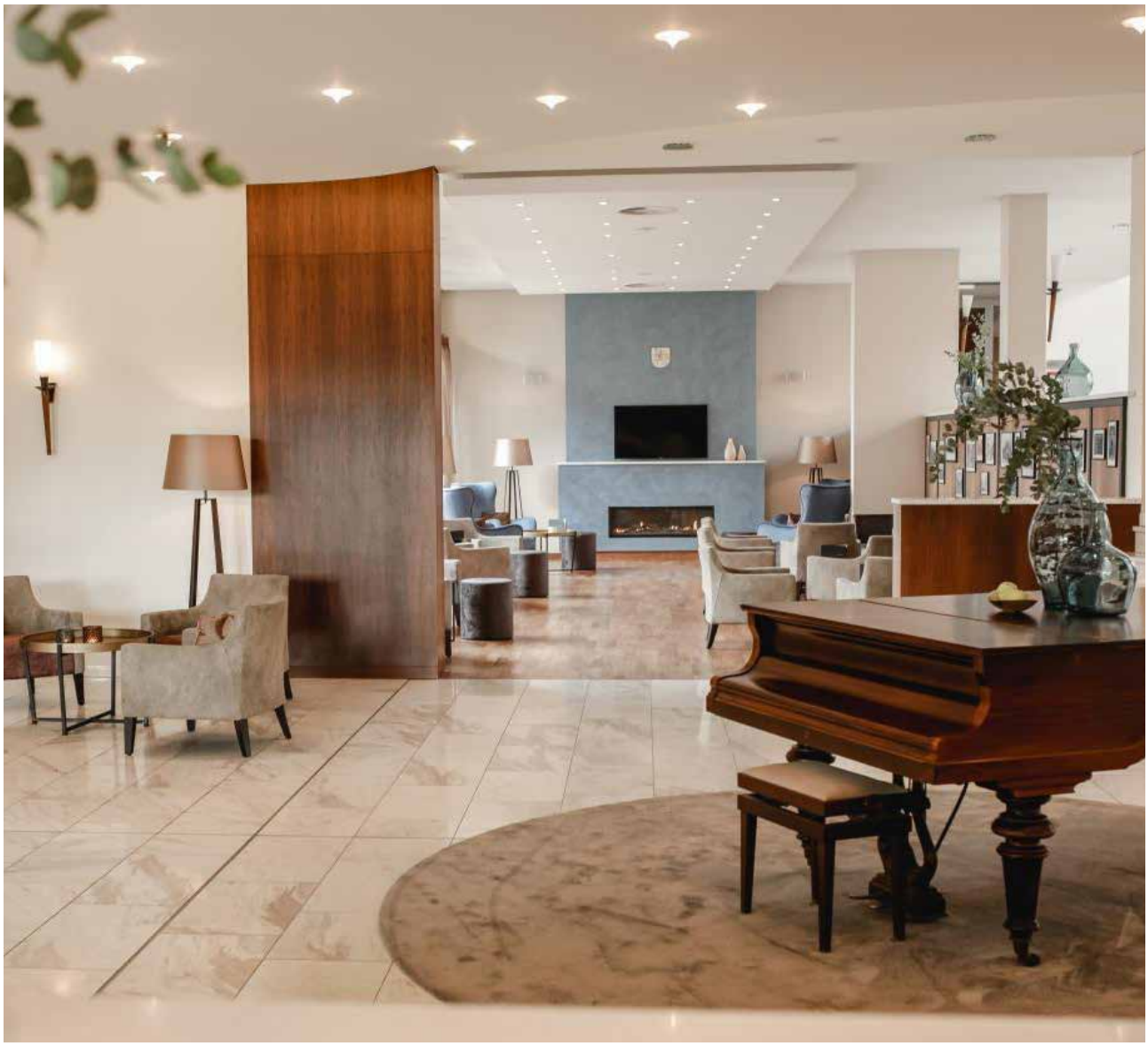
La stagione estiva appena conclusa ha confermato quanto il settore alberghiero globale si trovi in un contesto sempre più complesso e mutevole. Domanda altalenante, pressioni inflazionistiche e incertezza economica hanno messo alla prova i ricavi, con la necessità di mantenere strategie di prezzo coerenti e di rivedere le previsioni di bilancio in tempi rapidi. Uno dei punti più critici è legato all'impatto dei dazi sulle forniture alberghiere. L'aumento dei costi di arredi e attrezzature ha reso i processi di approvvigionamento meno prevedibili, costringendo molte strutture a rinegoziare budget e progetti in corso. Parallelamente, la gestione delle tariffe ha mostrato una maggiore maturità: rispetto al passato, gli operatori hanno resistito alla tentazione di ridurre i prezzi in risposta a una domanda più debole, consapevoli che il dumping non genera nuova domanda ma erode soltanto i margini. Le difficoltà della stagione si sono riflesse anche nella programmazione finanziaria. La volatilità degli andamenti ha reso complesso elaborare forecast attendibili, dato che i trend storici si sono dimostrati poco predittivi. In questo scenario, cresce il peso delle strategie commerciali integrate, in cui revenue management, vendite e marketing operano in modo sinergico per garantire resilienza.

Sul fronte delle trasformazioni strutturali, l'innovazione tecnologica sta accelerando con forza. L'intelligenza artificiale è considerata la più grande rivoluzione del settore dai tempi di internet: sistemi automatizzati capaci di gestire prenotazioni, riprotezioni di voli o itinerari senza intervento umano stanno ridefinendo il rapporto con il cliente e le competenze richieste agli operatori. Un altro nodo cruciale riguarda la sostenibilità. La gestione del rischio climatico è diventata prioritaria per gli hotel situati in destinazioni attrattive ma vulnerabili, dove la capacità di pianificazione a lungo termine è essenziale per preservare valore e continuità operativa.

Dal punto di vista della domanda, i dati globali mostrano un quadro eterogeneo. L'Asia ha registrato performance solide, con Giappone e India protagonisti, seppur con dinamiche molto diverse: il primo trainato dal turismo internazionale, il secondo da un mer-

cato domestico in forte crescita. Negli Stati Uniti, la stagione estiva è risultata più debole: i ricavi per camera disponibile hanno segnato cali rispetto al 2024, aggravati dall'inflazione e da sfavorevoli effetti di calendario. Una divergenza che sottolinea come i mercati maturi occidentali stiano affrontando pressioni diverse rispetto a quelli emergenti, e quanto sia rischioso affidarsi solo a previsioni basate sulle tendenze degli anni precedenti. In Europa, il comparto ha brillato soprattutto grazie agli eventi. Concerti e manifestazioni sportive hanno fatto impennare l'occupazione e le tariffe medie, come dimostra il caso della finale degli Europei femminili di calcio a Basilea, dove l'ADR è raddoppiato rispetto all'anno precedente. L'event-effect, sempre più rilevante per la redditività alberghiera, evidenzia la necessità di collaborazione tra destinazioni, istituzioni e operatori. Nell'Italia e nell'Europa meridionali il turismo estivo continua a rappresentare un pilastro. Le destinazioni balneari e culturali hanno registrato tassi di occupazione robusti nei periodi di punta, mentre concerti e festival hanno allungato la stagione. Tuttavia, anche qui i margini devono confrontarsi con costi operativi in aumento, aspettative più elevate e un'inflazione che riduce il potere d'acquisto. Per gli albergatori italiani il compito è duplice: consolidare l'attrattività internazionale e, allo stesso tempo, rafforzare la competitività in termini di qualità dei servizi e sostenibilità delle strutture.

In conclusione, l'estate 2025 conferma che l'industria alberghiera non può affidarsi a schemi consolidati: volatilità dei mercati, evoluzione tecnologica e modelli di consumo richiedono capacità di adattamento e un approccio integrato.



Formazione, natura e cultura al meeting estivo del CNGA

Il neopresidente Raimondo ha scelto l'Umbria per guardare al futuro

2' e 10"
Francesca Maffei

Da martedì 3 a giovedì 5 giugno 2025 l'Umbria ha fatto da sfondo al meeting estivo del Comitato Nazionale Giovani Albergatori (CNGA) di Federalberghi, un momento importante per oltre sessanta giovani imprenditori alberghieri provenienti da tutto il Paese. L'evento è stato anche la prima uscita ufficiale del neoeletto presidente **Fabio Raimondo**, che ha scelto l'Umbria per aprire il suo mandato. La presidenza regionale ha visto **Gaia Magarelli** (GAU) protagonista nel benvenuto, affiancata da istituzioni locali che hanno sottolineato il valore turistico, culturale e identitario del territorio.

Il programma ha combinato formazione, cultura, natura e networking: seminari formativi, incontri istituzionali, attività immersive nelle località umbre, momenti di team building e visite naturalistiche. Assisi, Bevagna, Norcia, Cascia, Scheggino e la Cascata delle Marmore sono stati i principali scenari dell'iniziativa, con l'Abbazia di San Pietro a Perugia come teatro dell'incontro iniziale. Il meeting estivo serve come laboratorio concreto di idee per il futuro dell'ospitalità: i giovani albergatori presenti hanno discusso di innovazione, autenticità del territorio, promozione turistica, sostenibilità e valorizzazione delle eccellenze locali, affrontando le sfide pratiche della gestione alberghiera e della leadership imprenditoriale.

A fianco: Piazza San Benedetto a Norcia.

Dall'Umbria gli occhi sono ora puntati sul meeting europeo CNGA 2025, che si svolgerà nell'isola di Creta dal 19 al 24 ottobre. L'iniziativa è regolata da un accordo tra Federalberghi Umbria e il Comitato Nazionale Giovani Albergatori e rappresenta un'occasione unica per confrontarsi con modelli europei di gestione alberghiera, sviluppare partnership estere e approfondire temi come digitalizzazione, sostenibilità e marketing turistico. Il prossimo incontro europeo rappresenta un banco di prova per concretizzare queste idee quando si opera sui mercati mondiali, dove lo scambio culturale diventa leva di sviluppo anche per chi lavora nei territori minori o meno noti, con l'obiettivo di conciliare identità territoriale e innovazione.

Subito dopo si terrà il viaggio-studio internazionale organizzato dai Giovani Albergatori del Trentino (GAT) a Cracovia, in Polonia, dal 3 al 6 novembre, giunto ormai alla sua undicesima edizione. Durante il soggiorno, i partecipanti avranno l'opportunità di approfondire tematiche legate all'ospitalità, al turismo sostenibile e all'innovazione nel settore, confrontandosi con colleghi ed esperti in un contesto internazionale.

Turismo e Sostenibilità: binomio vitale per il futuro

Il supporto di Sparkasse: finanziamenti top e certificazioni di sostenibilità

Il futuro del turismo è guidato dalla sostenibilità. Sparkasse supporta il settore turismo con nuove soluzioni in grado di rispondere alle esigenze specifiche delle imprese del comparto, contribuendo a renderlo sempre più sostenibile.

Finanziamenti a condizioni agevolate

Green Loan e finanziamenti sostenibili diretti ad acquisire certificazioni di sostenibilità e a investire nella Transizione 5.0: sono questi alcuni dei principali finanziamenti che il Gruppo Sparkasse mette a disposizione delle aziende turistiche attente alla salvaguardia dell'ambiente. Si tratta di finanziamenti che, finalizzati a obiettivi coerenti con la transizione energetica e ambientale (come l'acquisto di veicoli a basse emissioni di CO2, installazione di pannelli fotovoltaici, acquisto e ristrutturazione di immobili ad alta efficienza energetica), vengono concessi accordando agevolazioni quali lo sconto sulle commissioni e sul tasso d'interesse.

"Al fine di supportare il tessuto economico locale, il Gruppo Sparkasse mette a disposizione oltre 650 milioni di euro in tre anni per nuove erogazioni di credito per le aziende – dichiara l'Amministratore Delegato Nicola Calabrò -. In tale quadro, il turismo rappresenta un settore strategico per i territori del Nordest e, orientato dalla crescente consapevolezza nei confronti della sostenibilità ambientale, è un settore che sta attraversando un cambiamento considerevole; per questo motivo tale filiera occupa per noi un posto di primo piano nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi".

Certificazioni di Sostenibilità

Tra gli strumenti utili a dimostrare il proprio contributo per ridurre l'impatto ambientale, le attività turistiche hanno a disposizione le certificazioni di sostenibilità accreditate e, in quest'ottica, il Gruppo Sparkasse propone un finanziamento ad hoc che prevede vantaggi economici (Finanziamento sostenibile-certificazione di sostenibilità) e la possibilità di avvalersi del supporto di società di consulenza specializzate nel turismo sostenibile ed enti certificatori. L'importanza del meccanismo delle certificazioni per il riconoscimento di affidabilità di un prodotto/servizio si sta infatti consolidando sempre di più. Mediante marchi credibili e riconosciuti a livello nazionale e internazionale, strutture ricettive, tour operator e destinazioni turistiche garantiscono la sostenibilità e la qualità della loro offerta turistica che viene così riconosciuta anche dalle diverse piattaforme online.

Infine, Sparkasse finanzia tutte le spese che le aziende devono affrontare per ottenere una certificazione di sostenibilità oltre che investimenti materiali e immateriali funzionali al conseguimento di tale certificato, il cui raggiungimento significa non solo salvaguardare l'ambiente ma anche conferire elementi di maggiore distintività alla propria offerta turistica.

Ulteriori informazioni

Per ulteriori informazioni rimangono a disposizione i nostri consulenti presso la filiale Sparkasse più vicina.
www.sparkasse.it | info@sparkasse.it | Tel 800378378

SPARKASSE
CASSA DI RISPARMIO

La formazione di Cat Turismo

Gli appuntamenti dell'autunno 2025

CAT TURISMO
FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGIA

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

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

27/10/2025	09.00-13.00	ONLINE
17/11/2025	14.00-18.00	ONLINE
15/12/2025	14.00-18.00	ONLINE

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

27/10/2025	09.00-13.00	ONLINE
17/11/2025	14.00-18.00	ONLINE
15/12/2025	14.00-18.00	ONLINE

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

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

Corso obbligatorio per tutti i tipi di aziende, anche con un solo dipendente, per garantire la massima sicurezza del personale interno. Colui che frequenta il corso può essere un responsabile interno, ossia obbligatoriamente il datore di lavoro o un delegato con potere di spesa.

Ricordiamo che nel caso in cui il corso base è stato effettuato prima del 01/01/1997 è necessario frequentarlo nuovamente poiché è stato modificato il Decreto di riferimento.

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

13/10/2025 14/10/2025 20/10/2025 21/10/2025	09.00-13.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 130,00 + IVA** - Quota associati: **€ 110,00 + IVA**

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO
CORSO AGGIORNAMENTO PER RESP. SERV. DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (6 ORE)

Il corso di aggiornamento per R.S.P.P. ha valenza quinquennale.

21/10/2025	09.00-13.00 / 14.00-16.00	ONLINE
11/11/2025	09.00-13.00 / 14.00-16.00	ONLINE

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

ANTINCENDIO

DESTINATARI: Lavoratori addetti alla squadra aziendale di prevenzione incendi.

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze.

Corso previsto per tutti i tipi di aziende differenziando però i gradi di rischio presenti nella struttura in base ai livelli dettati nell'allegato III del Decreto Ministeriale del 02 settembre 2021.

Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o da eventuale personale nominato, purché si riesca a coprire tutto il periodo lavorativo con una figura preposta.

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

Dal 03 ottobre 2022 è divenuto obbligatorio l'aggiornamento per gli addetti. La scadenza è prevista quinquennale. Le fasce definite nel Decreto Ministeriale classificano, per esempio, a basso rischio le strutture alberghiere fino a 25 posti letto.

PARTE TEORICA:		
24/11/2025	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
30/10/2025	14.00-16.00	VAL DI FIEMME
05/11/2025	14.00-16.00	LEVICO TERME
25/11/2025	14.00-16.00	TRENTO
27/11/2025	14.00-16.00	VAL DI FASSA
03/12/2025	14.00-16.00	ANDALO

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

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 vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio.

PARTE TEORICA:		
24/11/2025	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
30/10/2025	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
05/11/2025	14.00-17.00	LEVICO TERME
25/11/2025	14.00-17.00	TRENTO
27/11/2025	14.00-17.00	VAL DI FASSA
03/12/2025	14.00-17.00	ANDALO

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

La classificazione è così definita: - Livello 1 (rischio basso) strutture alberghiere fino a 25 posti letto - Livello 2 (rischio medio) strutture alberghiere da 26 a 200 posti letto. La normativa prevede che nelle strutture da 101 a 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio (idoneità tecnica) - Livello 3 (rischio elevato) strutture alberghiere con oltre 200 posti letto. La normativa prevede che oltre alla frequentazione del corso vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio (idoneità tecnica).

Gli addetti che hanno frequentato il corso prima del 2019 e non hanno provveduto all'aggiornamento devono ripetere il corso base. In riferimento all'idoneità tecnica, una volta conseguita, è valida per sempre a meno che la struttura non rientri nel piano biennale per il rinnovo del CPI. In questo caso l'idoneità stessa deve essere ripetuta ogni 2 anni.

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 vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio.

PARTE TEORICA A SCELTA TRA:		
24/11/2025	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
28/11/2025	09.00-13.00 / 14.00-17.00	TRENTO
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
30/10/2025	14.00-18.00	VAL DI FIEMME
05/11/2025	14.00-18.00	LEVICO TERME
25/11/2025	14.00-18.00	TRENTO
27/11/2025	14.00-18.00	VAL DI FASSA
03/12/2025	14.00-18.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 275,00 + IVA** - Quota associati: **€ 255,00 + IVA**

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.

30/10/2025	14.00-16.00	VAL DI FIEMME
05/11/2025	14.00-16.00	LEVICO TERME
25/11/2025	14.00-16.00	TRENTO
27/11/2025	14.00-16.00	VAL DI FASSA
03/12/2025	14.00-16.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 60,00 + IVA** - Quota associati: **€ 50,00 + IVA**

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.

PARTE TEORICA:		
24/11/2025	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
30/10/2025	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
05/11/2025	14.00-17.00	LEVICO TERME
25/11/2025	14.00-17.00	TRENTO
27/11/2025	14.00-17.00	VAL DI FASSA
03/12/2025	14.00-17.00	ANDALO

Quota partecipazione: **€ 100,00 + IVA** - Quota associati: **€ 90,00 + IVA**

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. La normativa prevede che nelle strutture oltre i 200 posti letto oltre alla frequentazione del corso vi sia anche un test finale presso la Scuola Provinciale Antincendio.

PARTE TEORICA:		
24/11/2025	09.00-12.00 / 13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
30/10/2025	14.00-17.00	VAL DI FIEMME
05/11/2025	14.00-17.00	LEVICO TERME
25/11/2025	14.00-17.00	TRENTO
27/11/2025	14.00-17.00	VAL DI FASSA
03/12/2025	14.00-17.00	ANDALO

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

DIRIGENTI

"Il Dirigente di ogni azienda è la persona che, in ragione delle competenze professionali e di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell'incarico conferitogli, attua le direttive del Datore di lavoro organizzando l'attività lavorativa e vigilando su di essa."

CORSO PER DIRIGENTI (16 ORE)

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

PRIMA EDIZIONE		
19/11/2025 20/11/2025	08.30-12.30 / 13.00-17.00	AULA - TRENTO

Quota partecipazione: **€ 260,00 + IVA** - Quota associati: **€ 230,00 + IVA**

La formazione dei dirigenti deve tener conto di quanto previsto dall'art. 37, comma 7, dagli obblighi previsti all'art. 18 ed è comprensiva della formazione per lavoratori (generale + specifica).

Aggiornamento quinquennale.

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER DIRIGENTI (6 ORE)

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

PRIMA EDIZIONE		
20/11/2025	10.30-12.30 / 13.00-17.00	AULA - TRENTO

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

PREPOSTI

"Il Preposto secondo quanto riportato nell'art. 2 co. 1 lett. e) è persona che, in ragione delle competenze professionali e nei limiti di poteri gerarchici e funzionali adeguati alla natura dell'incarico conferitogli, sovrintende alla attività lavorativa e garantisce l'attuazione delle direttive ricevute, controllandone la corretta esecuzione da parte dei lavoratori ed esercitando un funzionale potere di iniziativa". La formazione del preposto deve comprendere quella dei lavoratori (generale e specifica), e deve essere integrata da una formazione particolare, in relazione ai compiti da lui esercitati in materia di salute e sicurezza sul lavoro. La formazione particolare verte, oltre che su aspetti tecnici, sugli aspetti legati alle tecniche di comunicazione e sensibilizzazione dei lavoratori, in particolare neoassunti, somministrati, stranieri.

Aggiornamento quinquennale.

FORMAZIONE PARTICOLARE PER PREPOSTI (8 ORE)

PRIMA EDIZIONE		
18/11/2025	08.30-12.30 / 13.00-17.00	AULA - TRENTO

Quota partecipazione: **€ 180,00 + IVA** - Quota associati: **€ 140,00 + IVA**

CORSO DI AGGIORNAMENTO PER PREPOSTI (6 ORE)

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

PRIMA EDIZIONE		
18/11/2025	10.30-12.30 / 13.00-17.00	AULA - TRENTO

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

Mercedes-Benz
NUOVA CLA.
FUORI CLASSE.
Inizia lo spettacolo.
Nuova CLA, con design innovativo, tetto panorama
di serie e Intelligenza Artificiale integrata.
Scopri ora la nuova CLA da Autoindustriale.
S MB 1740E
Autoindustriale Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz
TRENTO | BOLZANO | BRUNICO
www.autoindustriale.com | +39 0471 550 000

PRIMO SOCCORSO

DESTINATARI: Datore di lavoro o lavoratori addetti alla squadra aziendale di primo soccorso.

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (12 ORE)

PARTE TEORICA		
03/11/2025 04/11/2025	14.00-18.00 14.00-18.00	ONLINE
PARTE PRATICA		
06/11/2025	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
10/11/2025	14.00-18.00	AULA - TRENTO
13/11/2025	14.00-18.00	AULA - VAL DI FASSA
20/11/2025	14.00-18.00	AULA - ANDALO

Quota partecipazione: **€ 140,00 + IVA** - Quota associati: **€ 120,00 + IVA**

OBIETTIVI: fornire ai lavoratori le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze, gli interventi di pronto soccorso che permettano sia la corretta gestione di un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato.

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRONTO SOCCORSO (4 ORE)

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

06/11/2025	14.00-18.00	AULA - VAL DI SOLE
10/11/2025	14.00-18.00	AULA - TRENTO
13/11/2025	14.00-18.00	AULA - VAL DI FASSA
20/11/2025	14.00-18.00	AULA - ANDALO

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

SICUREZZA LAVORATORI / LAVORATRICI

Il percorso formativo OBBLIGATORIO per tutti i lavoratori, ad esclusione degli stagionali del settore agricolo, si suddivide in due parti.

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

- FORMAZIONE SPECIFICA: in funzione dei rischi riferiti alle mansioni e ai possibili danni e alle conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda (rif. codici ATECO) - DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE.

BASSO: Formazione base 4 ore + specifica 4 ore: Commercio - Bar, ristoranti, alberghi - Servizi - Terziario. Aggiornamento quinquennale.

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

28/10/2025 29/10/2025	09.00-13.00	ONLINE
18/11/2025 19/11/2025	14.00-18.00	ONLINE
17/12/2025 18/12/2025	14.00-18.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 45,00 + IVA** - Quota associati: **€ 35,00 + IVA**
Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda).

CORSO DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI
AGGIORNAMENTO (6 ORE)

28/10/2025 29/10/2025	09.00-13.00 09.00-11.00	ONLINE
18/11/2025 19/11/2025	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE
17/12/2025 18/12/2025	14.00-18.00 14.00-16.00	ONLINE

Quota partecipazione: **€ 45,00 + IVA** - Quota associati: **€ 35,00 + IVA**
Oltre i 10 dipendenti si consiglia formazione in azienda (anche multiazienda).

NEOASSUNTI

Il percorso formativo per neoassunti si suddivide in due livelli:

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

I lavoratori con contratto di apprendistato devono frequentare tale corso di formazione. TALE PERCORSO DEVE ESSERE COMPLETATO PRIMA CHE IL LAVORATORE INIZI A SVOLGERE LE MANSIONI SPECIFICHE.

Dati annuali aggregati disponibili al 5.6.25

Il cuore delle Casse Rurali batte con le nostre Comunità.
Le attività che abbiamo finanziato a favore dello sport sono più di 2.500.

CASSE RURALI TRENTINE

Fondate sul bene comune.

casserurali.it

Cosa fa il turismo per una regione?

3' e 17"
David Raccanello

Il valore aggiunto e l'apprezzamento nei confronti del turismo

Il turismo porta molto! Il turismo porta un alto valore economico: genera vendite, reddito, investimenti, posti di lavoro, entrate per i Comuni derivanti dalle tasse in generale e dalle tasse turistiche. Tuttavia, il turismo garantisce e migliora anche le infrastrutture e la qualità della vita locale. Ciò che i turisti rendono possibile come desideri durante le loro vacanze viene poi apprezzato da tutti. Il turismo crea (e mantiene) molte strutture per il tempo libero e le infrastrutture diventano luoghi di incontro per la gente del posto, spazi di socialità. Anche i trasporti vengono potenziati in modo che il servizio di trasporto pubblico possa essere utile al turismo e i locali possano usufruirne. Il turismo non deve, quindi, essere legato solo ai classici parametri come

Nella pagina seguente: David Raccanello.

i pernottamenti o gli arrivi. Oltre alla sua immediata importanza economica, l'industria del turismo ha anche un'influenza significativa sulla qualità della vita della popolazione locale: spesso si creano anche cittadini dalle idee aperte e innovative grazie al fenomeno turistico.

E come sarebbe senza il turismo?

Senza il turismo, non ci sarebbero così tanti esercizi della gastronomia, forse mancherebbero alcune piscine coperte o all'aperto, l'escursionismo stesso sarebbe più limitato, le piste ciclabili o le stazioni sciistiche non ci sarebbero in molti luoghi. Senza il turismo, ci sarebbero molte meno imprese NON turistiche, come i fornitori locali o le imprese di artigiani, i quali in modo spesso indiretto sono fortemente legati al turismo. C'è di più. Senza il turismo non ci sarebbero posti di lavoro nelle imprese del turismo e del tempo libero, soprattutto nelle aree rurali e quanto meno lontane dai poli di attrazione. Spesso mancano alternative attraenti e le persone si allontanano dai paesini di montagna o dalle comunità. Ciò significherebbe anche meno famiglie con bambini, meno parchi giochi, meno asili e scuole.

Dimostrare tutto questo con i fatti, in modo molto concreto, è spesso difficile. Ovvero arrivare al cuore della questione e ricavare argomenti per le destinazioni (come città, regioni, vallate, Comuni) che dovrebbero anche contribuire ad una sana accettazione del turismo ma usando uno studio più conciso possibile. I calcoli della creazione di valore e i fattori della qualità della vita generati dal turismo possono essere analizzati in modo molto olistico. Non si tratta di leggere, appunto, i dati in modo arido, con cifre difficili da immaginare, ma guardare il turismo in un modo più approfondito con argomentazioni accattivanti su cosa accadrebbe se il turismo non esistesse più nella rispettiva destinazione. Analizzando i dati esistenti e quelli ottenuti, approfondendo discussioni e sondaggi con gli ospiti, gli imprenditori e la gente del posto, possono essere intercettate le relazioni specifiche tra tutti i sistemi che girano intorno al turismo.

Ecco che si delinea un'esigenza: incentivare-coltivare-sostenere nella popolazione un atteggiamento di partecipazione alle dinamiche turistiche tanto forte da sentirsi coinvolti nella visione. Questa consapevolezza della essenzialità del turismo è necessaria ed importante e talvolta le generazioni di giovani, la X e la Z per esempio, che non hanno vissuto le difficoltà per rendere sostenibile lo sviluppo del territorio, da un lato si concentrano spesso sugli aspetti negativi del turismo e dall'altro lato sono fieri di vivere in un luogo bello e funzionante, turisticamente noto. Lo sviluppo turistico comporta anche delle decisioni ambientali oppure di sopportazione (come per esempio del traffico in alcuni periodi) ma in questo livello vanno create le basi strategiche affinché tutti (sia gli operatori privati che quelli pubblici) remino nella stessa direzione. Questo forte valore identitario generato dal turismo dovrebbe diventare la leva utile per pensare consapevolmente al futuro e mettere le basi per le future generazioni.

I bivacchi delle Alpi

2' e 38"

Gianfranco Betta

LUCA GIBELLO

I BIVACCHI DELLE ALPI

100 ANNI DI EMOZIONI IN SCATOLA
CAI EDIZIONI, 2025
PP. 304 - 26 EURO

L'autore di questo libro è **Luca Gibello** (Biella, 1970) giornalista, storico, laureato al Politecnico di Torino, ricercatore in Storia dell'architettura. Ha insegnato a Torino e all'Università di Trento. È tra i fondatori de «Il Giornale dell'Architettura», collabora con TSM - Accademia della Montagna. Ha pubblicato Cantieri d'alta quota (2011), primo studio sui rifugi alpini, divenuto poi un'associazione culturale, di cui Gibello è presidente. Appassionato di escursionismo e alpinismo, Gibello ha salito tutti gli 82 Quattromila delle Alpi e oltre 220 cime sopra i Tremila metri. Pubblicato nella collana «Il rifugio delle idee», questo libro è stato pensato sia per gli appassionati della montagna e dell'alpinismo che per gli studenti ed esperti di architettura, ingegneria e design.

Il testo è frutto di un lungo lavoro d'archivio. È arricchito da circa duecento immagini a colori che documentano l'evoluzione di questo particolare manufatto, che nella lettura che ne fa Gibello diventa un luogo emblematico della memoria dell'alpinismo e del diverso approccio alla montagna nell'arco di un secolo. I bivacchi sono parte integrante della montagna e della conquista della montagna stessa: sono il simbolo della difficoltà del salire le montagne ma anche simbolo della protezione che questi luoghi dell'abitare estremo offrono, sia pur in condizioni minime. In tutto l'arco alpino se ne contano circa 350, di cui 250 sul versante italiano. Il bivacco è una invenzione italiana. Nell'estate 1925, sul versante italiano del Monte Bianco, s'inauguravano i primi due bivacchi fissi di tutta la catena alpina ad opera del Club Alpino Accademico Italiano. Al pari dei rifugi, una sorta di fratelli maggiori, i bivacchi rappresentano la storia di una evoluzione non solo architettonica ma anche tecnologica che lega il richiamo per la montagna alle sperimentazioni tecnologiche, al trasferimento di saperi tecnici, alla prefabbricazione di componenti con l'uso di nuovi materiali, negli anni più recenti provenienti anche dal settore aerospaziale. Si incomincia con la realizzazione del «tipo Ravelli», minuscole semibotti in legno e lamiera, capaci di ospitare non più di quattro o cinque persone, paragonate nella pubblicità dell'epoca a «cucce per cani»; un modello prodotto in serie nell'officina torinese dei fratelli Ravelli. Fino agli anni Cinquanta ne sono prodotti quasi trenta esemplari, i cui pezzi che lo compongono sono trasportati a spalla e montati in loco da poche persone in un paio di giorni. L'evoluzione del modello si deve all'ingegnere **Giulio Apollonio** che a cavallo della Seconda guerra mondiale brevetta una versione più grande e confortevole, un parallelepipedo rettangolare, capace di ospitare fino a nove posti. A questo modello vanno le preferenze dell'autore grazie alla sua capacità di ottimizzare lo spazio. L'Apollonio sarà poi perfezionato a livello costruttivo dall'impegno della Fondazione **Antonio Berti**, costituita nel 1959 dalle Sezioni Trivenete del CAI. Fino ad arrivare al notissimo bivacco Gervasutti e ai modelli ultramoderni dei giorni nostri, che rimandano simbolicamente ad una «cellula minima di sopravvivenza», quasi fosse una navicella spaziale atterrata sui territori di alta montagna e capaci di diventare una meta turistica in sé, quasi prescindendo dalle esigenze alpinistiche che un secolo fa hanno dato vita ai primi bivacchi.

COESIONE ITALIA 21-27 TRENTINO

Cofinanziato dall'Unione europea

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

I PROGRAMMI FESR E FSE+ IN TRENTINO

La Provincia autonoma di Trento gestisce nel periodo 2021-2027 il Programma **Fondo europeo di sviluppo regionale (PR FESR)** e il Programma **Fondo sociale europeo plus (PR FSE+)**, ognuno dei quali è strutturato in tre priorità tematiche:

Risorse totali

PR FESR

€ 181 milioni

1 **Trentino competitivo**
Competitività delle PMI e ricerca

2 **Trentino in rete**
Connettività digitale e rete in fibra ottica

3 **Trentino sostenibile**
Energia e sicurezza del territorio

PR FSE+

€ 159,6 milioni

1 **Occupazione**
Per una forza lavoro qualificata e resiliente

2 **Istruzione e formazione**
Per una formazione inclusiva e di qualità

3 **Inclusione sociale**
Per una società inclusiva e coesa

Dati al 31.08.2025

Priorità 1 Trentino competitivo

Soggetti coinvolti

53 imprese

Risorse impegnate

€ 1,8 mln	Servizi digitali
€ 3,9 mln	Competitività delle PMI e competenze manageriali
€ 17 mln	Infrastrutture di ricerca e start up innovative

Priorità 1 Occupazione

Soggetti coinvolti

11.715 persone

Risorse impegnate

€ 13,7 mln	Buoni di servizio per la conciliazione famiglia-lavoro
€ 2,8 mln	Buoni per l'apprendistato professionalizzante
€ 325 mila	Formazione per la ricerca attiva del lavoro

Scopri le opportunità più adatte a te su
www.provincia.tn.it/FESR - www.provincia.tn.it/FSE+

FESR

FSE+

Iniziativa realizzata nell'ambito dei Programmi FESR e FSE+ 2021-2027 della Provincia autonoma di Trento, con il cofinanziamento dell'Unione Europea, dello Stato italiano e della Provincia autonoma di Trento.

Dove sta andando il turismo?

5' e 26"
Stefano Fait

La Germania eviterà una vera e propria crisi economica e sta per iniziare una lenta ripresa, con un miglioramento più forte atteso nel 2026. I più importanti centri di ricerca economica tedeschi (IfW, ifo, RWI) prevedono una crescita tra l'1,1% e l'1,3% nel 2026 e tra l'1,2% e l'1,7% nel 2027. Il governo tedesco ha, inoltre, varato un grande piano di investimenti pubblici (per infrastrutture, difesa, riduzione delle tasse, aiuti per l'energia e incentivi alle imprese) per un valore di circa 42 miliardi nel 2026 e 22 miliardi nel 2027. Questi investimenti daranno un contributo alla crescita economica rispettivamente di circa 0,6 e 0,3 punti percentuali. L'indice ifo, che misura la fiducia delle aziende, sta migliorando e la ripresa del commercio in tutto il mondo aiuta a vendere più prodotti tedeschi; allo stesso tempo, il nuovo governo e la decisione di allentare i limiti alla spesa pubblica stanno creando un clima di fiducia per le imprese. Le previsioni indicano, a partire dal 2026, una ripresa della produzione industriale, che dovrebbe crescere di circa il 3% all'anno.

Foto www.commons.wikimedia.org

Il Sud Europa accoglie un'ondata di turisti anche nella prima metà del 2025, con arrivi in crescita un po' ovunque (Cipro più 11,5%, Spagna più 4,7% che punta ai 100 milioni di visitatori, Croazia più 3,3%, Portogallo più 2,6%, Grecia più 2,1%). Per l'Italia ci sono segnali molto positivi (più 10% a giugno, più 4% a luglio) che fanno pensare che le stime attuali di crescita per il 2025 (più 1-2%) siano prudenti e potrebbero essere riviste al rialzo. Oltre al numero di turisti, sta crescendo molto anche la loro spesa (in Spagna più 7,5% nella prima metà del 2025, dopo un più 16% nel 2024 e un più 25% nel 2023): la domanda di vacanze non cala nemmeno se i prezzi aumentano. Le famiglie, soprattutto quelle con un reddito medio-basso, preferiscono risparmiare su altre spese (come moda o elettronica) pur di non rinunciare alle vacanze, trasformando il turismo in un bene quasi necessario. La Spagna ha già superato i livelli di prima della pandemia e l'Italia è sulla buona strada per raggiungere nuovi record grazie ai turisti dal Nord America e dall'Asia, mentre anche l'Austria (più 2,5% di arrivi) sta seguendo questa tendenza positiva. Guardando al futuro, il Sud Europa si sta affermando come una delle aree più desiderate dai turisti di tutto il mondo.

Il cibo diventa sempre più spesso il motivo principale del viaggio e influenza la scelta della destinazione. I turisti non si dividono più solo per età o reddito, ma per quello che cercano davvero in una vacanza: ci sono gli «escapisti», che vogliono sfuggire alla routine e cercano benessere, natura e prodotti di cui conoscono l'origine; i «cercatori di prestigio», che vogliono vivere esperienze esclusive e irripetibili; gli «esploratori», affascinati dalle novità, dai mercati locali e dagli eventi unici che durano poco; e i «connettori», che vogliono ritrovare le proprie radici e i legami familiari. Parallelamente, le destinazioni del gusto si dividono tra luoghi già famosi (come Italia e Giappone) e nuove mete che si stanno facendo conoscere (come Filippine, Georgia, Corea del Sud), che puntano molto sul racconto del loro territorio e su prodotti unici. Le diverse generazioni hanno poi gusti diversi: i Millennial guidano la domanda, la Generazione Z insiste sulla sostenibilità e sulla scoperta attraverso il digitale, la Generazione X continua a

preferire le grandi capitali del cibo e del vino, e i più piccoli (la Generazione Alpha) influenzano le scelte delle famiglie chiedendo attività interattive da cui imparare qualcosa.

Il Trentino potrebbe trasformarsi da semplice meta turistica a un luogo dove «vivere per un po'», cogliendo i cambiamenti nel mondo del lavoro, nei desideri delle persone e nella mobilità. Potrebbe farlo attraendo nuovi residenti temporanei per soggiorni di media o lunga durata (da 1 a 6 mesi), con l'hotel che non sarebbe più solo un luogo di passaggio, ma un «ponte» per chi vuole provare a costruirsi una nuova vita quotidiana qui. All'estero stanno nascendo modelli di «hotel-incubatore» che offrono pacchetti per «esplorare» la vita in un dato luogo, con spazi per lavorare, un aiuto per la burocrazia e attività per integrarsi nella comunità locale. In questo modo, una rete di servizi sul territorio sposta il guadagno dal semplice pernottamento a servizi continuativi offerti a tutto il paese (manutenzioni, ristorazione a domicilio, eventi), con l'albergatore che diventa una specie di manager della comunità. Così, la stagionalità non è più legata solo alle vacanze, ma alle diverse «stagioni della vita» delle persone, e si batte la concorrenza degli affitti brevi offrendo servizi che un privato non può dare.

Un'ulteriore trasformazione culturale sta facendo sì che la salute, la lucidità mentale e l'energia interiore diventino nuovi simboli di prestigio. Questo sta creando una divisione nel mondo del lusso: da una parte c'è l'offerta tradizionale basata sull'eccesso (alcol di lusso, auto sportive, abiti famosi), dall'altra sta nascendo un «lusso rigenerativo» che si concentra sul benessere di mente e corpo (integratori di alta qualità,

Foto www.pexels.com

ritiri di yoga esclusivi, corsi con coach per la salute). La gente spende meno per il puro piacere materiale e investe di più su se stessa, sulla cultura e sulla natura. Gli effetti concreti di questo cambiamento includono la crescita di bar di lusso che non servono alcol e di viaggi dedicati alla «lucidità» mentale (senza tecnologia, in silenzio, con meditazione). Stanno nascendo anche nuovi modi di passare la serata insieme, come corsi di cucina, sport notturni o passeggiate culturali, che spingono le località turistiche a ripensare gli spazi pubblici, creando parchi per fare yoga, aree per la creatività e percorsi per passeggiare o andare in bici la sera. L'esempio del turismo del vino ci insegna che il valore si è spostato dal prodotto all'esperienza che coinvolge tutti i sensi: dalle visite tecniche in cantina si è passati a feste, degustazioni aperte a tutti e facili da fotografare per i social media. Il successo non si misura più su quante cose si insegnano o quanto vino si vende, ma su quanto tempo le persone restano e quanto condividono la loro esperienza.

Infine, le previsioni meteo per il prossimo inverno. Si sta sviluppando un fenomeno climatico chiamato La Niña, che sarà debole ma avrà comunque i suoi effetti. Per l'arco alpino e il Trentino aumenta la probabilità, ma non la certezza, di ondate di freddo e quindi di nevicate più frequenti e un innevamento più duraturo. Tuttavia, questa previsione non è sicura e non sarà uguale per tutte le zone; potrebbero esserci anche periodi senza precipitazioni, perché le correnti d'aria saranno più instabili. In più, il riscaldamento globale generale tende a far nevicare a quote sempre più alte e a rendere il tempo ancora più imprevedibile, riducendo la sicurezza di una previsione di «più freddo e più neve» che di solito era associata a La Niña. In sintesi, per l'inverno 2025-2026 sulle Alpi, uno scenario positivo per gli sciatori è possibile, ma non è affatto garantito.

Estate 2025 in Trentino: stabilità, segnali di consolidamento e nuove letture dai dati digitali

L'estate 2025 conferma la tenuta del turismo trentino, con dati stabili e una crescita dell'utilizzo degli strumenti digitali di destinazione

Foto Daniele Molineris - Archivio TM

Sopra: Valle del Chiese - Val di Fumo.

4' e 38"

Un'estate di equilibrio

La stagione turistica estiva 2025 (16 giugno – 31 agosto) si chiude con risultati nel complesso stabili, che confermano la solidità del sistema turistico trentino in un contesto nazionale incerto. Secondo le rilevazioni HBenchmark, l'occupazione media provinciale si attesta al 78%, con una leggera crescita rispetto al 2024 (più 1%). Le differenze territoriali restano marcate: 73% per le aree montane, 90% per i laghi e 80% per le città.

Le prime elaborazioni Istat, ancora provvisorie, indicano un incremento complessivo delle presenze tra il più 2% e più 3% rispetto all'estate precedente. La crescita è trainata dal turismo internazionale (più 7%), mentre la domanda italiana si mantiene sostanzialmente stabile. Nel dettaglio, giugno ha registrato un avvio più dinamico (più 10% di occupazione rispetto al 2024), favorito da un calendario più favorevole e da una crescita combinata di flussi italiani e internazionali. Luglio ha confermato la tendenza positiva (più 3%), mentre agosto ha mostrato un andamento più regolare (meno 1%), con una leggera flessione in montagna e stabilità su laghi e città, soprattutto nella seconda metà del mese. La domanda last minute ha sostenuto le città, permettendo di recuperare parte del gap iniziale.

Il RevPAR (ricavo medio per camera disponibile) è cresciuto del 4%, sostenuto da una tariffa media di 170 euro (più 3%). Si tratta di dati che riflettono la capacità delle strutture di mantenere buoni livelli di occupazione, pur in presenza di costi crescenti e di un contesto geopolitico ed economico complesso.

Conoscere e valorizzare il turista attraverso i dati digitali

Accanto ai dati tradizionali, l'analisi dell'estate 2025 offre nuove chiavi di lettura grazie ai sistemi digitali di destination intelligence e digital marketing sviluppati da Trentino Marketing e gestiti in collaborazione con le Apt territoriali: la Trentino

Guest Card e la Mio Trentino App. Oggi rappresentano un patrimonio informativo essenziale per comprendere i comportamenti dei visitatori, il loro rapporto con il territorio e il livello di digitalizzazione degli operatori.

Tra giugno e agosto sono state "consegnate" oltre 700.000 Guest Card (più 4% sul 2024), con oltre 450 nuovi operatori attivi. Le aree con la maggiore diffusione sono Fassa (151.000), Paganella (120.000) e Garda/Sole (circa 90.000). Si registra un aumento dell'utilizzo digitale: 76% delle attivazioni contro il 65% del 2024, con punte superiori all'80% in alcune aree. Ciò indica un crescente coinvolgimento degli ospiti internazionali e una maggiore dimestichezza con gli strumenti digitali.

Permangono tuttavia alcuni margini di miglioramento nella comunicazione verso il pubblico: solo il 40% delle strutture ricettive menziona la Guest Card sui propri canali digitali. Un dato che segnala l'opportunità di lavorare su una maggiore valorizzazione del servizio come leva di marketing territoriale e di stimolo alla prenotazione.

La Mio Trentino App ha superato 1 milione di download complessivi e registrato 191.000 nuovi utenti nel trimestre estivo (più 1% rispetto al 2024). L'app viene considerata "utile" o "molto utile" dalla grande maggioranza degli utenti, in particolare da quelli provenienti da Germania e Italia, e mostra un buon livello di fidelizzazione.

L'uso combinato dei due strumenti produce effetti misurabili anche in termini di mobilità sostenibile e fruizione culturale: oltre 360.000 persone hanno utilizzato i trasporti pubblici con la Guest Card (più 6%) e 240.000 ingressi sono stati registrati nei musei e castelli del sistema provinciale (più 13%). MUSE, Castello del Buonconsiglio e Thun restano i più visitati, ma cresce la frequentazione anche delle realtà nelle vallate, segno di un turismo più diffuso e interessato ai contenuti autentici del territorio.

Una stagione solida, con spunti di miglioramento

Le indagini di customer satisfaction confermano un livello di apprezzamento elevato: l'83% degli ospiti si dichiara molto soddisfatto della propria esperienza e il Net Promoter Score medio è pari a 69/100, con punte più alte tra gli ospiti internazionali. I giudizi più positivi riguardano accoglienza, qualità dell'offerta outdoor e enogastronomia; le principali criticità emergono su mobilità e viabilità, in particolare sulla disponibilità di parcheggi e la percezione dell'efficienza dei trasporti pubblici.

L'estate 2025 si caratterizza dunque per stabilità e consolidamento, con indicatori che suggeriscono un sistema turistico resiliente ma consapevole delle sfide che lo attendono: belle stagioni, adattamento climatico, sostenibilità dei flussi e rafforzamento delle competenze digitali degli operatori.

In questo scenario, la capacità di analizzare e interpretare i dati diventa un vantaggio competitivo per l'intera filiera. Strumenti come la Trentino Guest Card e la Mio Trentino App, oltre a migliorare la relazione con l'ospite, forniscono elementi utili per pianificare le politiche di marketing e ottimizzare la gestione della destinazione.

L'estate 2025 non ha segnato record, ma ha consolidato risultati molto positivi, dimostrando che il Trentino continua a essere una destinazione solida, attrattiva e forte nei propri valori.

CINQUE EVIDENZE CHIAVE DELL'ESTATE TURISTICA 2025 IN TRENTINO

Stabilità del sistema: la stagione giugno-agosto ha registrato un'occupazione media del 78%, in leggera crescita rispetto al 2024 (più 1%). Il turismo internazionale è in aumento (più 7%), mentre la domanda domestica resta stabile.
Differenze territoriali: i laghi confermano le performance più alte (90% di occupazione), seguiti dalle città (80%) e dalle aree montane (73%). L'inizio stagione, a giugno, è stato il periodo più dinamico (più 10%).
Crescita dell'uso digitale: oltre 700.000 Trentino Guest Card distribuite (più 4%) e 76% di attivazioni digitali. La Mio Trentino App supera 1 milione di download e coinvolge 191.000 nuovi utenti (più 1% rispetto al 2024).
Mobilità sostenibile e cultura in crescita: più di 360.000 utenti hanno usato i trasporti pubblici con la Guest Card (più 6%) e 240.000 ingressi sono stati registrati nei musei e castelli del sistema provinciale (più 13%).
Soddisfazione elevata e prospettive: l'83% degli ospiti si dichiara molto soddisfatto, con un NPS di 69/100. Restano margini di miglioramento su mobilità e comunicazione, ma il sistema conferma solidità e capacità di adattamento.

Raccontare l'identità dei territori di montagna, tra turismo e ospitalità

Dal 12 al 14 novembre si svolgerà la Borsa del Turismo Montano, giunta alla XXVI edizione

3' e 00"

«Turismo e ospitalità. Raccontare l'identità dei territori di montagna». È questo il titolo della XXVI edizione della Borsa del Turismo Montano che si terrà a Trento dal 12 al 14 novembre 2025. L'evento, com'è noto, è promosso da Confesercenti del Trentino con il concorso delle categorie economiche del territorio e degli enti e delle associazioni che si occupano, a vario titolo, di turismo montano. Presso il MuSe, il Museo delle Scienze del Trentino, andrà in scena un fitto programma di incontri, con l'obiettivo di riflettere sul futuro di questo importante comparto economico. «Oggi proporre una località turistica sul mercato internazionale - spiega il direttore scientifico della manifestazione **Alessandro Franceschini** - significa, prima di tutto, saperla raccontare. Il turista contemporaneo, infatti, non cerca solo luoghi da visitare, ma storie da vivere: è attratto dalla narrazione che accompagna una destinazione, dal modo in cui essa viene presentata, promossa e valorizzata». «Per questo - spiega ancora Franceschini - i territori di montagna devono interrogarsi fin da subito su quale racconto adottare per emergere come destinazioni di interesse internazionale, capaci di esaltare le proprie unicità». Le regioni alpine non sono solo luoghi di passaggio, ma anche spazi di incontro, di socialità, di permanenza, dove il dialogo tra turisti e comunità locali genera un continuo scambio culturale e sociale. «Questa interazione - spiegano gli organizzatori - rappresenta una straordinaria opportunità di crescita per entrambi. Le comunità locali, infatti, giocano un ruolo cruciale nel preservare l'equilibrio dei fragili territori di montagna; la narrazione della loro identità può diventare una strategia chiave per sostenere e rafforzare la vocazione turistica». Durante la manifestazione, ed è la novità di questa edizione, verrà presentato al pubblico uno studio inedito dal titolo «La narrazione come strumento di valorizzazione turistica del territorio», dedicato alle sfide che attendono il comparto del turismo nei prossimi anni, partendo da come le destinazioni raccontano e promuovono il tema dell'identità. A seguire, attraverso interventi di esperti, dibattiti e casi studio, verranno esplorate nuove strategie per un turismo sostenibile, innovativo e competitivo. È previsto, inoltre, un convegno presso la Fondazione Campana dei Caduti di Rovereto dove si esplorerà il turismo come valorizzazione dell'identità urbana, con focus su storia, cultura e memoria collettiva. Al centro, il ruolo di Rovereto Città della Pace e della Campana «Maria Dolens» come simboli di pace e attrattori culturali. In maniera telegrafica, rinviando al sito istituzionale (www.bitm.it) per il programma completo e aggiornato, la prima giornata della manifestazione sarà dedicata alle sfide e alle opportunità del turismo futuro, a partire dalle suggestioni emerse dalla ricerca protagonista di questa edizione. La seconda giornata, affronta le sfide del destination management per il futuro dei territori, con un focus sul modello trentino. È uno spazio di dialogo aperto e multidisciplinare per condividere esperienze, visioni e strumenti innovativi. L'obiettivo è costruire una governance turistica efficace, adattabile e radicata nella realtà locale. L'ultima giornata sarà dedicata alla sintesi dei contenuti emersi nelle due giornate precedenti, sia per quanto riguarda le suggestioni nate dallo studio presentato nella prima giornata, sia per i contributi degli operatori turistici, degli studenti e dei professionisti del settore. A corollario di questi incontri, infine, la Bitm prevede anche eventi collaterali – mostre, eventi immersivi, dibattiti – tra Trento e Rovereto che arricchiranno le occasioni di riflessioni e le prospettive da cui guardare al futuro del turismo di montagna.

CONFESERCENTI

TRENTINO

CON IL SOSTEGNO DI: Provincia Autonoma di Trento

IN COLLABORAZIONE CON: Camera di Commercio Industria Artigianato Turismo e Agricoltura di Trento – Comune di Trento – Comune di Rovereto – Rovereto Città della Pace

CON IL PATROCINIO DI: Giunta Regionale del Trentino-Alto Adige – Consiglio Regionale del Trentino-Alto Adige – Università di Trento Dipartimento di Economia e Management – Dolomiti Bellunesi Fondazione UNESCO – ENIT Agenzia Nazionale del Turismo – Touring Club Italiano – UNCEM – AIM alpenkonvention convention alpine convenzione delle alpi

2025 | 12-14 NOV. | bitm XXVI

LE GIORNATE DEL TURISMO MONTANO

Turismo e Ospitalità

Raccontare l'identità dei territori di montagna

MUSE | fondazione Campana dei Caduti

STUDIO BI QUATTRO

Grazie a...

MUSE – Palazzo Roccabruna – Accademia d'Impresa – Ordine degli Ingegneri – Trento Film Festival – fondazione Campana dei Caduti – 100 Anni Campana dei Caduti

Confesercenti del Trentino – Assoturismo – Acli Trentine – Agricoltori Cia – Associazione Artigiani Trentino – Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento – Cia Agricoltori Italiani Trentino – Confcommercio Imprese per l'Italia Trentino – Confindustria Trento – Cooperazione Trentina – Enbit – Ebn – Ordine Consulenti del Lavoro – Ancl Unione Provinciale di Trento – Oltre – Associazione Maestri di Sci

Consorzio APT Trentino – Trento – Rovereto Vallagarina Monte Baldo – Alpe Cimbra – Visit Paganella Dolomiti – Garda Trentino – Madonna di Campiglio – San Martino di Castrozza – Val di Fassa Dolomites – Val di Non – Val di Sole – Valsugana Lagorai

BTS Banca Trentino Sudtirolese – ITAS Mutua – Cantina Frantoio Gallia Agraria Riva del Garda – Astro – Bertagnolli – Ca' dei Goji – Ceccato Automobili – Dolomiti Energia – Felicetti – Giacca Costruzioni Elettriche – Grand Hotel Trento – Holländer Plants for future – la Trentina – Melinda – melixa – Mezzacorona – Miscele d'Aria Factory – Paissan Group – Progetto Turismo Sviluppo dei Territori – Ress Hospitality – Serafini Arredo e Design – Skirama Dolomiti adamello brenta – Studio Bi Quattro – Trentingrana – Associazione Ignaoli

info: segreteria organizzativa - tel. 0461 434200 - e-mail: bitm@bitm.it www.bitm.it

Approvato il nuovo Accordo Stato-Regioni 2025

Le novità introdotte in merito alla formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro

3' e 36"
Andrea Rudari

Lo scorso 24 maggio 2025 è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il nuovo Accordo unico Stato-Regioni riguardante la formazione alla salute e sicurezza sul lavoro, che ridefinisce in maniera organica l'intero impianto normativo relativo alla formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Si tratta di un aggiornamento sostanziale che coinvolge datori di lavoro, lavoratori, formatori e tutti gli attori coinvolti nella gestione della sicurezza in azienda. Il nuovo Accordo si pone come obiettivo prioritario quello di razionalizzare e aggiornare il sistema della formazione obbligatoria prevista dal Testo Unico in materia di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro del 2008, aggiornando in particolare la parte normativa relativa a durata, contenuti minimi, verifiche finali e modalità della formazione per tutti i soggetti destinatari degli obblighi formativi (compresi datori di lavoro e lavoratori autonomi).

Uno degli aspetti più rilevanti dell'Accordo è la puntuale individuazione dei soggetti abilitati a erogare la formazione, suddivisi in tre macro-categorie: soggetti formatori istituzionali (Regioni, Province Autonome, università e istituzioni scolastiche, ecc.); soggetti formatori accreditati (enti formativi riconosciuti secondo i criteri di accreditamento previsti con almeno tre anni di esperienza documentata nella formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro); gli altri soggetti formatori (fondi interprofessionali, associazioni sindacali dei datori di lavoro e dei lavoratori, ecc.). Ricordiamo ai soci che gli attestati rilasciati da soggetti non in possesso dei requisiti di legge, non sono validi.

In materia di soggetti docenti, è importante ricordare che rimane la norma per cui un datore di lavoro in possesso dei requisiti per lo svolgimento diretto dei compiti del servizio di prevenzione e protezione (Spp), può ancora svolgere direttamente la formazione in qualità di docente, esclusivamente nei riguardi dei propri lavoratori, preposti e dirigenti. La prima rilevante novi-

tà introdotta nel nuovo Accordo riguarda la formazione dei datori di lavoro. Infatti, si prescrive che ora anche i datori di lavoro devono frequentare un apposito corso di formazione della durata minima di 16 ore. Secondo il nuovo Accordo, il corso deve essere completato entro e non oltre 24 mesi dall'entrata in vigore, quindi entro il maggio 2026. Tuttavia, sono validi tutti i corsi eventualmente già erogati prima dell'entrata in vigore, purché siano conformi ai nuovi contenuti. Secondo le intenzioni del legislatore, il corso di formazione per datori vuole fornire competenze organizzative, gestionali e giuridiche per gestire le tematiche legate alla salute e sicurezza sul posto di lavoro nell'ottica della prevenzione e della protezione della salute dei lavoratori, anche alla luce della continua evoluzione del mondo del lavoro. In particolare, il corso ha lo scopo di far conoscere gli obblighi e le responsabilità penali, civili ed amministrative in capo al datore di lavoro; illustrare il sistema istituzionale della prevenzione e il ruolo degli organi di vigilanza; far acquisire competenze utili per l'organizzazione e la gestione del sistema di prevenzione e protezione aziendale. Per i corsi di aggiornamento dei datori di lavoro si prevede una periodicità quinquennale con durata minima pari a sei ore. Particolare attenzione è poi stata rivolta alla formazione di lavoratori stranieri, laddove si prevede che essa avviene previa verifica della comprensione e conoscenza della lingua veicolare utilizzata nel percorso formativo e con modalità che assicurino la comprensione dei contenuti del corso di formazione. Altra novità importante, è che il nuovo testo, a differenza del precedente Accordo, non richiama più la possibilità dell'impresa di completare la formazione per la sicurezza dei lavoratori neoassunti entro i 60 giorni dall'assunzione. Pertanto, qualora il neoassunto ne risulti privo, la formazione può e deve essere erogata subito dopo l'assunzione, ma deve essere completata prima dell'impiego operativo del lavoratore. L'impresa deve quindi rispettare questo ordine temporale, per non incorrere nelle sanzioni previste.

In termini di contenuti e durata, la formazione generale e quella specifica del lavoratore rimangono invariate, mantenendo la durata minima di 4 ore per la formazione generale e di 4 ore per la formazione specifica in caso di aziende con classe di rischio basso. Ancora una volta, la formazione specifica va basata sulla valutazione dei rischi inerenti alle 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. Anche per i corsi di aggiornamento per lavoratori non vi sono variazioni, rimanendo invariata la periodicità quinquennale con durata minima pari a 6 ore.

Dubbi quotidiani ottobre 2025

2' e 31"

Un cliente mi ha contestato il fatto di aver fotocopiato il suo documento di identità. Quale è la modalità corretta di operare secondo le norme vigenti?

«La normativa italiana in materia di protezione dei dati personali (Privacy) non prevede che le strutture ricettive possano effettuare la fotocopia del documento d'identità degli ospiti in assenza di una base giuridica specifica (obbligo imposto da legge) o del consenso esplicito dell'interessato. Tale pratica viene considerata un trattamento di dati eccedente rispetto a quanto previsto dalla legge di pubblica sicurezza. Infatti, la normativa di pubblica sicurezza stabilisce esclusivamente l'obbligo di visionare il documento e di trascrivere i dati necessari per la comunicazione alla Questura. Pertanto, l'hotel ha il diritto (e l'obbligo) di verificare l'identità dell'ospite e registrare i dati essenziali (nome, cognome, tipo e numero del documento, ecc.). Tuttavia, la fotocopia del documento non è strettamente necessaria per adempiere a tale obbligo e rappresenta un trattamento non giustificato».

Alla luce del nuovo accordo Stato Regioni in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro, entro quando va erogata la formazione ai lavoratori?

«Il precedente Accordo del 2011 indicava un termine di sessanta giorni dalla data di assunzione. Nel nuovo Accordo sulla formazione sulla sicurezza non si fa alcun riferimento al termine di sessanta giorni entro il quale deve essere erogata la formazione ai lavoratori. Va precisato che anche l'Accordo Stato Regioni del 21/12/11, con tale indicazione, non vuole (né potrebbe) derogare al termine di svolgimento della formazione prima dell'inizio delle attività previste dalla mansione del lavoratore, come previsto dal D.Lgs. 81/08 (e ribadito in molte sentenze e pacificamente confermato dalla giurisprudenza), ma tale termine di sessanta giorni va inteso come il tempo entro il quale può essere conclusa la formazione svolta secondo le regole (modalità, durate, etc.) previste dallo stesso Accordo. Secondo la bozza del nuovo Accordo sulla formazione sulla sicurezza, la formazione dei lavoratori dovrà essere svolta secondo le indicazioni dello stesso Accordo sempre e comunque prima di adibire il lavoratore alle attività previste dalla sua mansione».

Quali sono le modalità, le condizioni e le sanzioni previste per il ravvedimento operoso in caso di omesso o tardivo versamento della tassa di soggiorno, secondo la normativa provinciale vigente?

«Il ravvedimento operoso consente al contribuente di regolarizzare un omesso o tardivo versamento di una tassa, beneficiando di sanzioni ridotte e pagando anche gli interessi moratori calcolati al tasso legale giorno per giorno, a partire dal giorno successivo alla scadenza. Per usufruire del ravvedimento, è quindi necessario versare: la tassa dovuta o la differenza; la sanzione ridotta; gli interessi legali.

Le sanzioni previste sono così calcolate:

- 0,1% al giorno se si paga entro 15 giorni;
- 1,5% se si paga entro 30 giorni;
- 1,67% se si paga dal 31° al 90° giorno;
- 3,75% se si paga dopo 90 giorni e prima della notifica dell'ingiunzione fiscale.

Il ravvedimento è ammesso fino alla notifica dell'atto di accertamento o iscrizione a ruolo, purché non siano iniziate attività amministrative di accertamento notificate. Il ricevimento di un avviso bonario non preclude l'accesso al ravvedimento».

Vivi le finestre in modo nuovo.
Ti aspettiamo in uno Studio Finstral.

Scopri le tre qualità della finestra perfetta:
bellezza, benessere, sostenibilità.

Vieni in uno Studio Finstral
e vivi le finestre in modo nuovo.

finstral.com/studio

FINSTRAL

Audi supporta i responsabili delle flotte aziendali con servizi esclusivi per la gestione del parco auto, come la **consulenza personalizzata**, un **fleet manager dedicato** e la qualità e l'esperienza di **Audi Service**. Scopri di più nel nostro Showroom e su **audi.it/business**

Fare impresa, guidati dall'avanguardia.

Gamma Audi Q5 Sportback e-hybrid. Consumo di carburante (l/100 km) ciclo combinato (WLTP): 2,5 - 3,3. Emissioni CO_2 (g/km) ciclo combinato (WLTP): 56 - 76. Autonomia elettrica ciclo di prova combinato (Km): 82 - 100. Consumo elettrico (kWh/100 km) ciclo combinato (WLTP): 15,5 - 16,8.
I valori indicativi relativi al consumo di carburante e alle emissioni di CO_2 e/o, in caso di modello ibrido plug-in, al consumo di energia elettrica, sono rilevati dal Costruttore in base al metodo di omologazione WLT (Regolamento UE 2017/1151 e successive modifiche e integrazioni). I valori di emissioni CO_2 nel ciclo combinato sono rilevanti ai fini della verifica dell'eventuale applicazione dell'Ecotassa/Ecobonus, e relativo ca 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 Concessio Audi e a consultare il sito audi.it. È disponibile gratuitamente presso ogni Concessionaria una guida relativa al risparmio di carburante e alle emissioni di CO_2, che riporta i valori inerenti a tutti i nuovi modelli di ve

Dorigoni Trento
Via di San Vincenzo 42 - 38123 Trento
Tel. 0461 381200 - info.trento@eurocar.it
www.dorigoni.com

Dorigoni Rovereto
Via Parteli 8 - 38068 Rovereto TN
Tel. 0464 038888 - info.trento@eurocar.it
www.dorigoni.com

Scopri di più