TO
TURISMO& OSPITALITÀ nel Trentino
9
2026

Piano Trentino 2040: il contributo dell'Asat

Strada dei formaggi delle Dolomiti
Ventidue anni di rete e innovazione per il territorio

Sostegno in gravidanza e maternità
La novità riguarda imprenditrici e libere professioniste

Giovani albergatori in formazione internazionale a Vilnius
Il viaggio studio autunnale si svolgerà in Lituania dal 4 al 7 novembre

CAT, corso sicurezza per i datori di lavoro
Obbligatorio di 16 ore per chi non ha mai seguito un corso per RSPP

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. - "Contiene I.P."

Mercedes-Benz

GLA AMG Line

a partire da 172€ al mese

TAN 5,50% - TAEG 6,28% - anticipo 11.620€ - 36 rate - rata finale 31.780 € o sei libero a restituirla - offerta valida fino al 31/10/2026. L'offerta richiede la permuta di un veicolo usato con valutazione minima pari ad € 5.000 (Eurotax blu). L'immagine potrebbe raffigurare equipaggiamenti opzionali.

Mercedes-Benz GLA 200 d | Potenza: 110 kW (150 CV) | Consumo di carburante combinato: 5,4–5,6 l/100 km | Emissioni di CO_2 combinate: 141–148 g/km | Motorizzazione: diesel | Cambio: automatico 8G-DCT | Trazione anteriore o integrale 4MATIC | Cilindrata: 1,95 l. I valori si basano sul ciclo di prova WLTP e possono variare nell'uso reale.

Trento | Bolzano | Brunico
T 0461 173 5300 | autoindustriale.com

Autoindustriale Mobility Group

Sommario

4 Presentato il documento di sviluppo economico e industriale: obiettivo crescita del Pil a 40%
6 Il contributo dell'Asat al Piano Trentino 2040

10 Strada dei Formaggi delle Dolomiti, 22 anni di rete e innovazione per il territorio
12 L'Asat rafforza la partnership con l'Università di Trento
14 Novità a sostegno di gravidanza e maternità per imprenditrici e libere professioniste
16 Venticinque giovani albergatori in formazione internazionale a Vilnius
18 Musica nei video sui social media: il rischio è dietro un reel
20 Cani in albergo

22 Sapore d'estate: in viaggio 36,2 milioni di italiani
26 Solo il 53,7% degli italiani nuota con sicurezza

28 Grand Hotel e turismo di massa

30 Corso sicurezza Datori di Lavoro
32 La formazione di Cat Turismo

36 La sostenibilità si può misurare?

38 Dal relax al «futuro abitabile»

40 Il valore delle connessioni: dentro il club delle eccellenze

42 Trentino Travel Assistant: l'intelligenza artificiale entra nell'esperienza di accoglienza

44 Crescita Trentino 2026, le domande di agevolazione in procedura automatica
45 Fondo di solidarietà del Trentino: prestazioni integrative

46 Dubbi settembre 2026

09.2026	Anno LIV
Chiusura editoriale: 26 agosto 2026	**In copertina:** Val di Genova - R. Kiaulehn

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

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

Il turismo non è un settore tra gli altri: è parte dell'infrastruttura economica del Trentino

Davide Cardella

Parlare del Trentino del 2040 significa provare a immaginare quale territorio vogliamo consegnare alle prossime generazioni. Significa interrogarsi sulla capacità della nostra economia di affrontare trasformazioni profonde: il cambiamento demografico, la transizione digitale ed energetica, la disponibilità di capitale umano, il tema dell'abitare, la sostenibilità ambientale e, più in generale, la competitività di un territorio alpino inserito in uno scenario internazionale sempre più complesso. È con questo spirito che l'Asat ha partecipato al percorso che ha portato alla definizione del Piano Trentino 2040 – Prospettive di sviluppo economico ed industriale, presentando nei mesi scorsi un proprio contributo con alcune osservazioni e proposte che approfondiamo nelle pagine di questo numero.

Il documento provinciale riconosce finalmente con chiarezza la dimensione economica del turismo: la filiera turistica allargata viene stimata intorno al 12 per cento del Pil provinciale, mentre il solo comparto dell'alloggio e della ristorazione rappresenta circa il 10 per cento dell'occupazione. Lo stesso Piano riconosce inoltre che il turismo genera domanda nei confronti degli altri comparti e svolge un ruolo determinante nella tenuta economica delle valli.

È un riconoscimento importante. Ma, proprio partendo da questi numeri, dobbiamo compiere un passaggio ulteriore. Il turismo non può essere considerato semplicemente uno dei tanti settori dell'economia trentina, né tantomeno un comparto «tradizionale» al quale trasferire innovazioni sviluppate altrove. È, a tutti gli effetti, una delle infrastrutture economiche del nostro territorio. Lo è perché mette in relazione ospitalità, commercio, agricoltura, artigianato, servizi, mobilità, cultura e sport. Lo è perché intercetta una domanda proveniente dall'esterno e la trasforma in reddito distribuito sul territorio. Lo è perché genera occupazione e rende economicamente sostenibile la presenza di imprese e servizi anche nelle aree nelle quali difficilmente potrebbero svilupparsi modelli produttivi fondati sulla concentrazione industriale.

PROSEGUE A PAG. 13

4

Presentato il documento di sviluppo economico e industriale: obiettivo crescita del Pil a 40%

Innovazione, capitale umano, ricerca e sostenibilità: il documento strategico della Provincia disegna il futuro economico del territorio

4' e 00"

Per la prima volta il Trentino prova a mettere nero su bianco una visione organica di ciò che dovrà diventare nei prossimi quindici anni. «Trentino 2040 – Prospettive di sviluppo economico e industriale» non è, infatti, un tradizionale piano di settore né un semplice programma di legislatura. È piuttosto un documento di indirizzo strategico che individua le grandi trasformazioni economiche, tecnologiche e sociali destinate a cambiare il territorio e propone un percorso per governarle anziché subirle. L'idea di fondo è che l'Autonomia speciale debba evolvere in una nuova forma di «autonomia tecnologica», capace di fare del Trentino un territorio competitivo non attraverso il contenimento dei costi, ma grazie alla conoscenza, all'innovazione e alla qualità del capitale umano. La crescita economica dovrà procedere insieme alla sostenibilità ambientale, alla coesione sociale e alla valorizzazione delle aree montane. Il documento è stato illustrato dal vicepresidente e assessore allo sviluppo economico, lavoro, famiglia, università e ricerca **Achille Spinelli** nella Sala Depero del Palazzo della Provincia, alla presenza delle istituzioni nonché dei rappresentanti delle categorie economiche e sindacali che hanno contribuito alla sua elaborazione. Presenti anche il presidente dell'Asat **Giovanni Battaiola**, il vicepresidente **Alberto Bertolini** ed il direttore **Davide Cardella**. Una pianificazione di lungo periodo, che prende avvio da tre decisioni strategiche, di pronta attuazione: attrarre talenti, sostenere la crescita delle imprese e valorizzare il risparmio privato come leva per dare risposta sul tema abitativo, in particolare per i lavoratori.

I vettori strategici

Il documento parte da un'analisi del contesto. Il Trentino viene descritto come un territorio economicamente solido, con livelli occupazionali tra i più elevati del Paese, una forte propensione alla ricerca, un sistema finanziario locale robusto e una diffusa capacità di fare rete tra imprese. Allo stesso tempo emergono criticità che rischiano di rallentarne lo sviluppo: l'invecchiamento della popolazione, la riduzione della forza lavoro, la fram-

In alto: Battaiola, Bertolini e Cardella in platea.

Nella pagina seguente: Spinelli illustra il piano strategico.

mentazione del tessuto produttivo e la difficoltà nel trasformare l'eccellenza scientifica in innovazione diffusa nelle imprese. Per affrontare queste sfide la strategia individua quattro grandi direttrici di intervento.

La prima riguarda l'innovazione tecnologica. L'obiettivo è aumentare gli investimenti privati in ricerca e sviluppo, rafforzare il trasferimento tecnologico dagli enti di ricerca alle imprese, favorire la nascita e la crescita di startup e concentrare gli investimenti in alcune traiettorie considerate strategiche: intelligenza artificiale, cybersicurezza, cloud, manifattura avanzata, energie rinnovabili, idrogeno, scienze della vita, quantum computing e applicazioni digitali per agricoltura e turismo.

Il secondo pilastro è il capitale umano. Il documento considera la disponibilità di competenze il principale fattore competitivo del futuro. Per questo propone politiche di attrazione dei talenti, incentivi ai lavoratori altamente qualificati, investimenti nella formazione continua, interventi sul welfare e soprattutto nuove politiche per la casa, considerate indispensabili per trattenere giovani e professionalità sul territorio.

Il terzo asse riguarda la resilienza del sistema produttivo. Si punta a rendere le imprese più efficienti dal punto di vista energetico, favorire le reti tra aziende, accompagnare i passaggi generazionali e rafforzare la competitività delle piccole e medie imprese attraverso innovazione, internazionalizzazione e collaborazione tra filiere.

Il quarto vettore attribuisce un ruolo centrale al sistema del credito. La presenza di un forte sistema bancario territoriale viene considerata uno dei principali vantaggi competitivi del Trentino e dovrà diventare uno strumento per sostenere investimenti, transizione ecologica, innovazione, crescita delle startup e gestione dei rischi climatici e demografici.

Un elemento ricorrente attraversa l'intero documento: lo sviluppo dovrà essere diffuso e non concentrato esclusivamente lungo l'asse urbano. La strategia insiste sulla necessità di valorizzare le diverse vocazioni economiche delle valli, contrastare lo spopolamento e costruire un modello di crescita capace di mantenere competitivi anche i territori montani.

Il cuore del piano: tre misure

- PERSONA: La prima misura riguarda l'attrazione di talenti e professionalità, attraverso un incentivo commisurato all'Irpef generata dal lavoratore. L'obiettivo è attrarre competenze qualificate con un meccanismo che si autofinanzia grazie al maggiore gettito fiscale e alla crescita economica prodotta.
- IMPRESE: La seconda misura prevede la creazione di un fondo di equity alimentato dalla valorizzazione di parte del patrimonio di Trentino Sviluppo. Le risorse così ottenute verrebbero investite direttamente nelle imprese, sostenendone la crescita e favorendo l'insediamento di nuove realtà produttive sul territorio.
- CASA E RISPARMIO: La terza misura punta a mobilitare il risparmio dei cittadini attraverso strumenti di investimento destinati al recupero e all'efficientamento energetico degli immobili da destinare ai lavoratori, prevedendo anche incentivi collegati all'Icef. L'obiettivo è utilizzare il risparmio privato per rispondere al fabbisogno abitativo e sostenere lo sviluppo delle comunità.

Governance e monitoraggio

L'attuazione del Piano sarà accompagnata da una cabina di regia dedicata e da un sistema di monitoraggio basato su indicatori di risultato, con un confronto costante con i territori attraverso i Valley Roadshow, incontri territoriali per verificare nel tempo il raggiungimento degli obiettivi strategici individuati.

Più che un elenco di interventi, «Trentino 2040» propone dunque un cambio di paradigma. La crescita non dovrà più essere misurata soltanto attraverso gli indicatori economici tradizionali, ma anche dalla capacità di generare valore aggiunto, attrarre competenze, migliorare la qualità del lavoro e rafforzare la resilienza delle comunità locali. Una visione ambiziosa che dovrà ora confrontarsi con la prova più difficile: tradurre gli obiettivi strategici in politiche e risultati concreti.

Il contributo dell'Asat al Piano Trentino 2040

A monte della definizione della strategia provinciale, l'Associazione aveva espresso il suo punto di vista riguardo al ruolo del settore turismo

7' e 11"

Il documento redatto dall'Asat parte da una considerazione di fondo: il Piano economico e industriale Trentino 2040 non deve limitarsi a individuare i settori a maggiore produttività o intensità tecnologica, ma deve definire un vero modello complessivo di sviluppo territoriale. In questa prospettiva, il turismo va riconosciuto come una componente strutturale dell'economia trentina.

Il turismo come componente strutturale dell'economia

L'Asat non è d'accordo sul fatto che il turismo sia caratterizzato da una bassa produttività e da una limitata capacità di generare valore. Secondo il documento, questa lettura deriva anche dall'utilizzo di parametri prevalentemente industriali per valutare comparti che funzionano secondo logiche differenti. In Trentino il turismo pesa per oltre l'11% del Pil provinciale e contribuisce in modo importante a un terziario che rappresenta oltre il 70% dell'economia locale. La conclusione dell'Asat è quindi netta: il turismo non è un'attività accessoria, ma uno dei pilastri dell'economia provinciale.

La produttività va misurata in modo diverso

Uno dei punti centrali del documento riguarda la necessità di rivedere il modo con cui si misura la produttività del turismo. Indicatori come il valore aggiunto per addetto o per ora lavorata non riescono, secondo l'Asat, a rappresentare completamente il valore prodotto dal comparto. Non considerano adeguatamente la stagionalità, la specificità delle singole imprese, la natura esperienziale dell'offerta e soprattutto gli effetti che la presenza turistica produce sulle altre attività economiche. Il turismo genera valore in maniera diffusa e territoriale, attivando commercio, agricoltura, servizi, mobilità, cooperazione e altre filiere. La sua forza non risiede nella concentrazione produttiva tipica dell'industria, ma nella capacità di valorizzare risorse territoriali uniche e non delocalizzabili.

Il turismo come infrastruttura economica del territorio

Il documento redatto dall'Asat propone di superare una lettura puramente settoriale e di considerare il turismo come una vera piattaforma economica territoriale. Ogni flusso turistico attiva una catena di valore che coinvolge numerose attività e si distribuisce sul territorio. Questa funzione è particolarmente importante nelle valli e nelle aree periferiche, dove il turismo può rappresentare uno dei principali strumenti per garantire occupazione, reddito e servizi, contribuendo al presidio del territorio e alla tenuta delle comunità locali. Da qui deriva la richiesta di un modello di sviluppo diffuso e integrato.

Turismo, attrattività e demografia

Un altro asse fondamentale è quello demografico. Il Piano 2040 individua correttamente nella capacità di attrarre e trattenere persone una delle principali sfide future. L'Asat sottolinea, però, che l'attrattività non dipende soltanto da università, ricerca, tecnologia e imprese innovative. Dipende anche dalla qualità complessiva della vita, dai servizi, dall'ambiente, dalla cultura e dalla possibilità di vivere e

Nella pagina seguente: per l'Asat è fondamentale una gestione strategica dell'acqua.

A pagina 8: Giovanni Battaiola.

fruire il territorio. Anche sotto questo profilo il turismo svolge una funzione importante. La questione diventa ancora più rilevante alla luce della previsione di una diminuzione di oltre 23 mila persone in età lavorativa entro il 2040. In questo scenario, l'apporto della manodopera internazionale viene considerato strutturale e non più emergenziale. L'Asat propone di passare da una semplice politica di reclutamento a una vera strategia territoriale di accoglienza, integrazione e permanenza, capace di mettere insieme lavoro, casa, servizi e integrazione sociale.

Turismo e sostenibilità

Il documento vede una forte convergenza tra gli obiettivi del Piano 2040 sulla sostenibilità e le esigenze del turismo. La qualità ambientale costituisce una delle principali risorse del prodotto turistico. Investimenti in mobilità sostenibile, efficienza energetica, gestione dell'acqua, tutela del paesaggio e adattamento climatico non sono quindi soltanto politiche ambientali, ma possono diventare fattori di competitività economica. Il turismo viene dunque presentato non come un settore da sottoporre semplicemente a regolazione, ma come un possibile alleato della transizione sostenibile.

Le proposte operative dell'Asat

La parte più concreta del documento traduce queste considerazioni in una serie di proposte da inserire nel Piano 2040.

1. Un programma provinciale per l'abitare accessibile. Tra le misure indicate:
   - housing temporaneo e stagionale;

Foto www.pxhere.com

   - rafforzamento della cooperazione abitativa;
   - recupero del patrimonio immobiliare inutilizzato;
   - regolazione e monitoraggio degli affitti brevi nelle aree con maggiore pressione abitativa;
   - coordinamento tra politiche della casa, del lavoro e dello sviluppo economico.
2. Trasporto pubblico nelle aree periferiche. Si propone un piano straordinario per rafforzare il trasporto pubblico nelle valli e nelle aree ad alta turisticità. Gli interventi comprendono aumento delle frequenze, estensione degli orari, soprattutto serali e stagionali, integrazione ferro-gomma, servizi a chiamata e utilizzo del digitale per gestire la domanda.
3. Autosufficienza energetica delle imprese, per favorire:
   - efficienza energetica;
   - fonti rinnovabili;
   - comunità energetiche;
   - sistemi di accumulo;
   - gestione intelligente dei consumi.

L'obiettivo è collegare queste misure alla più ampia transizione energetica provinciale.

4. Gestione strategica dell'acqua. L'Asat propone un piano provinciale che integri esigenze turistiche, agricole, energetiche e civili. Tra gli strumenti: piccoli e medi invasi, monitoraggio dei consumi, riduzione delle perdite, efficientamento delle reti e misure di adattamento ai cambiamenti climatici.
5. Rafforzare la digitalizzazione del sistema territoriale, attraverso:
   - piattaforme digitali integrate;
   - sostegno alla digitalizzazione delle PMI;
   - utilizzo di dati e intelligenza artificiale;
   - infrastrutture digitali nelle aree periferiche;
   - integrazione con i servizi pubblici digitali.
6. Una nuova politica della mobilità. Per la raggiungibilità esterna del Trentino l'Asat indica come prioritari:
   - rafforzamento dell'asse ferroviario del Brennero;
   - migliori collegamenti con gli aeroporti del Nord Italia e dell'area alpina;
   - intermodalità ferro-gomma;
   - riduzione dei tempi di accesso a poli produttivi, universitari e turistici;
   - trasporti a basse emissioni.

All'interno della provincia, invece, servono collegamenti più efficienti tra fondovalle, centri urbani e valli, anche per contrastare lo spopolamento.

Il Piano dovrebbe, quindi, comprendere mobilità condivisa, infrastrutture per la mobilità dolce, integrazione tariffaria, gestione dei flussi, potenziamento ferroviario, trasporto pubblico verso le valli turistiche, nodi di interscambio e sistemi digitali per gestire mobilità e traffico.

7. Capitale umano e attrattività. Gli strumenti indicati sono:
   - formazione professionale e percorsi duali;
   - attrazione e integrazione della manodopera internazionale;
   - coordinamento tra casa, mobilità e servizi;
   - valorizzazione delle competenze;
   - maggiore coinvolgimento delle imprese nella formazione.

Per i lavoratori internazionali vengono individuate tre priorità: casa, formazione specifica, tutoraggio e integrazione sociale. L'obiettivo è favorire la loro permanenza e trasformare l'immigrazione lavorativa in un elemento stabile di sviluppo e coesione.

8. Semplificazione burocratica, attraverso:
   - riduzione dei procedimenti autorizzativi;
   - rafforzamento del SUAP come unico punto di accesso;
   - tempi certi per le pratiche;
   - effettiva applicazione del silenzio-assenso;
   - interoperabilità delle banche dati pubbliche.
9. Aggregazione delle imprese, attraverso:
   - reti d'impresa;
   - piattaforme collaborative;
   - modelli di filiera;
   - accesso al credito per progetti aggregati;
   - condivisione di servizi e competenze;
   - integrazione con innovazione e digitalizzazione.
10. Allungamento della stagione turistica. L'Asat propone contributi economici per le strutture che, in occasione di eventi e iniziative delle ApT nei periodi primaverili e autunnali, decidano di anticipare l'apertura o posticipare la chiusura, compensando almeno in parte i maggiori costi del personale. L'obiettivo è duplice: allungare la stagione e migliorare la sostenibilità economica delle imprese, ma anche garantire maggiore continuità occupazionale ai lavoratori, favorendo contratti più lunghi e una maggiore stabilizzazione.
11. Misurare il valore territoriale, affiancando alle tradizionali metriche economiche un sistema provinciale di misurazione del valore territoriale, considerando anche:
    - impatto territoriale;
    - coesione;
    - effetti indiretti e indotti;
    - dimensioni economiche, sociali e ambientali;
    - risultati periodicamente pubblicati per orientare le decisioni strategiche.

In sintesi, il documento redatto dall'Asat chiede che Trentino 2040 non venga costruito attraverso una gerarchia tra settori «moderni» e «tradizionali», ma attraverso un modello economico integrato. Il turismo viene presentato come una componente capace di collegare economia, territorio, occupazione, attrattività, sostenibilità e coesione sociale.

L'Asat propone di inserire il turismo dentro le grandi politiche trasversali del Piano – innovazione, capitale umano, infrastrutture, mobilità, sostenibilità, casa e digitalizzazione. Le proposte contenute nel documento sono presentate non come politiche settoriali, ma come strumenti di politica economica territoriale, con l'obiettivo di rafforzare contemporaneamente competitività, coesione e attrattività.

NUOVI ORIZZONTI

OLTRE 80 CORSI GRATUITI PER ANDARE OLTRE NEL TURISMO

Ente Bilaterale
Turismo del Trentino

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

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

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

www.ebt-trentino.it

NOVITÀ
CORSI CERTIFICATI DI SOMMELIER

STUDIO BI QUATTRO

Strada dei Formaggi delle Dolomiti, 22 anni di rete e innovazione per il territorio

3' e 05"
Fabia Sartori

Dalla promozione internazionale del Puzzone di Moena DOP ai nuovi prodotti turistici dedicati a vino, grappa e malghe

Sotto: Pierantonio Cordella.

Ventidue anni di attività, una rete consolidata di partner e una progettualità sempre più orientata a valorizzare il legame tra turismo, agricoltura e cultura. È questo il quadro emerso dall'assemblea annuale della Strada dei Formaggi delle Dolomiti – Fassa, Fiemme e Primiero, durante la quale il presidente **Pierantonio Cordella** ha ripercorso risultati, collaborazioni e prospettive future dell'associazione.

«Nel corso degli ultimi anni – ha dichiarato Cordella - la Strada dei Formaggi ha scelto di investire sulle persone e sulle competenze, mettendo a disposizione dei soci, delle Apt, dei comitati organizzatori di eventi, dei Comuni e di numerosi soggetti istituzionali professionalità capaci di trasformare idee e progettualità in iniziative concrete». Un investimento che, come sottolineato nella relazione, ha generato nuove opportunità di collaborazione e rafforzato il ruolo dell'associazione quale punto di riferimento per la promozione delle produzioni agroalimentari del territorio. Particolarmente significativo il riconoscimento rivolto ai partner storici che continuano a sostenere l'attività della Strada, dal Gruppo Formaggi del Trentino a La Trentina, dal Consorzio Vini del Trentino all'Istituto Tutela della Grappa Trentina, fino alle Casse Rurali e alla Provincia autonoma di Trento, che ha individuato nuovi strumenti di finanziamento in grado di valorizzare la progettualità condivisa e la capacità di fare sistema.

Tra i progetti più rilevanti citati dal presidente Cordella figura LOST, iniziativa che ha consentito al Puzzone di Moena DOP di affacciarsi su mercati internazionali come Germania e Svezia e di essere protagonista in importanti appuntamenti di settore quali BtoCheese, Salone del Gusto e Caseus. Un percorso che testimonia la crescente capacità delle produzioni locali di dialogare con un pubblico sempre più ampio e qualificato. La relazione ha, inoltre, evidenziato il successo di Palazzo Scopoli, divenuto in pochi anni una best practice provinciale per la capacità di mettere in rete turismo, agricoltura e cultura, così come il ruolo svolto durante la Coppa del Mondo di sci femminile in Val di Fassa,

dove la Strada dei Formaggi è stata nuovamente incaricata di coordinare l'area hospitality VIP, valorizzando le eccellenze enogastronomiche locali attraverso il coinvolgimento di giovani professionisti e operatori del territorio. «Un'esperienza - ha annunciato Cordella - che proseguirà anche nel 2027 grazie alla conferma delle gare di gennaio in Val di Fassa».

Sul fronte delle collaborazioni, si rafforza il lavoro condiviso con il Consorzio Vini del Trentino e con le Strade del Vino e della Mela, protagonisti di un piano di azioni comuni che trova espressione nel progetto «Trentino del Gusto». «Un percorso – ha ricordato Cordella - che ha già portato alla partecipazione congiunta a eventi come Vinitaly, Autumnus e agli appuntamenti organizzati da Vinarius, con l'obiettivo di ottimizzare risorse, competenze e occasioni di promozione». Guardando al futuro, l'associazione punta su nuove esperienze capaci di arricchire l'offerta turistica delle vallate dolomitiche. Tra le novità in programma figurano format itineranti dedicati alla Grappa Trentina e ai vini testimonial, escursioni ed esperienze in montagna durante le notti di luna piena, oltre a proposte legate alla birra artigianale e a produzioni meno conosciute ma altrettanto rappresentative del patrimonio gastronomico locale. Grande attenzione viene riservata anche alla sostenibilità e alla valorizzazione delle malghe. In questa direzione si inserisce il BioTour delle Malghe, sviluppato insieme al Parco di Paneveggio Pale di San Martino nell'ambito della Carta Europea del Turismo Sostenibile. «Il progetto - ha spiegato il presidente - punta a creare entro l'estate 2027 un nuovo prodotto turistico che unisca l'escursionismo alla scoperta del patrimonio culturale, produttivo e gastronomico delle malghe associate».

Nelle conclusioni, Cordella ha sottolineato come il bilancio dell'Associazione, superiore ai 100 mila euro, generi ricadute dirette sulle realtà economiche del territorio, contribuendo concretamente al sostegno delle produzioni agroalimentari locali e alla costruzione di una sostenibilità economica diffusa. Un risultato che, ha ricordato, può continuare a crescere solo grazie al contributo condiviso di soci, operatori e partner, uniti dalla volontà di percorrere insieme la stessa strada di sviluppo e valorizzazione del territorio.

L'Asat rafforza la partnership con l'Università di Trento

Sessanta studenti formati sul marketing alberghiero nel quarto corso Asat-Dem

3' e 16"
Monica Basile

L'Università di Trento anche nel 2026 ha attivato il corso di «Marketing per l'impresa turistico-alberghiera» in partnership con l'Asat, scaturito dall'accordo quadro stipulato tra le due Istituzioni nel 2021 e rinnovato nel 2025. In generale, l'obiettivo strategico dell'accordo è formare gli studenti al fine di farli diventare validi collaboratori degli albergatori nello svolgimento dell'attività imprenditoriale. All'interno della partnership, l'Asat promuove i tirocini degli studenti presso la propria sede, partecipa attivamente alle docenze tramite testimonianze, trasferisce conoscenze applicative di marketing e gestione alberghiera, forma gli studenti tramite le fiere di settore (Hospitality di Riva del Garda). Una delle azioni specifiche riguarda l'insegnamento, perciò a febbraio 2026 è stata attivata la quarta edizione del corso «Marketing per l'impresa turistico-alberghiera», alternando parti teoriche a contenuti applicativi, curate da tecnici e imprenditori dell'Asat. I contenuti del corso sono stati pianificati, gestiti ed impartiti negli insegnamenti erogati da **Federica Buffa** professore associato di economia e business management dell'Università di Trento, unitamente a **Monica Basile** responsabile dell'ufficio Marketing e ricerche Asat e referente del progetto. Nelle sezioni teoriche gli studenti hanno approfondito temi come la struttura delle aziende alberghiere, le leve del marketing (prodotto, prezzo, distribuzione, comunicazione), le decisioni strategiche di posizionamento e la sostenibilità in hotel.

Durante le numerose testimonianze imprenditoriali gestite dall'Asat, gli studenti hanno acquisito competenze applicative, provenienti dai progetti pluriennali ideati e sviluppati nel corso degli anni da Asat a supporto delle decisioni di marketing strategico. Nel dettaglio, l'Asat ha fornito il proprio contributo in merito alle: tematiche di progetti di marketing e di sostenibilità, normative alberghiere con la presenza del direttore dell'Asat **Davide Cardella** e della vice-direttrice **Laura Licati**, strategie di sviluppo delle imprese alberghiere in Trentino con i vicepresidenti **Marco Masé** ed **Emanuela Felicetti**, alleanze strategiche con i tour operator approfondite da **Matteo Antonioli**, presidente dell'omonima catena e del club di prodotto Dolomiti Walking Hotels e agli strumenti per determinare e gestire il pricing, alle dinamiche di vendita delle OTA (quali ad es. Booking.com), evidenziando l'importanza delle recensioni on line e della web reputation, al fine di attrarre nuovi clienti. Dalla discussione costruttiva, è emerso che sessanta studenti iscritti hanno scelto volontariamente di partecipare al corso di marketing, anche se solo un paio di loro avevano già lavorato nel settore del turismo, nei ruoli della gestione della sala. Gli studenti provengono soprattutto dal Dipartimento di Economia e management e hanno espresso il vivo interesse ad approfondire le tematiche teorico-pratiche esposte. Gli studenti presenti durante l'ultima lezione del corso hanno potuto esprimere in maniera anonima le proprie considerazioni, seguite da una parola chiave riassuntiva del corso. Riportiamo alcuni commenti.

«Questo corso, oltre alle innumerevoli pillole teoriche, ha permesso di mettermi alla prova con le simulazioni in classe e inoltre poter conoscere più da vicino l'offerta del territorio Trentino. Gli incontri con gli albergatori sono stati fonti

di ispirazione vera e concreta. Questi mi hanno fatto svolgere un'analisi più fondata sul prodotto della mia famiglia e una comparazione sana con altre realtà alberghiere. Le informazioni acquisite durante le lezioni e durante gli incontri permessi da Asat hanno generato anche delle discussioni formative in albergo e a casa». Parole chiave alla fine del corso: soddisfazione, propositività. «Il corso penso sia stato utile per comprendere un mondo, quello del marketing alberghiero, che prima non conoscevo da vicino. Inoltre, le competenze acquisite potrebbero tornarmi utile in una possibile posizione lavorativa futura, dato che la zona in cui vivo è rinomata per la sua economia turistica. Infine, è stato interessante scoprire il progetto dei Dolomiti Walking Hotel in quanto lo ritengo un progetto che valorizza appieno il territorio della nostra regione». Parole chiave alla fine del corso: incuriosito. «È stato un corso molto utile e chiaro per capire cosa sta dietro al mondo del marketing alberghiero. Abitando sul lago di Garda in un paese turistico penso sia importante avere una base di queste conoscenze. Penso inoltre che le testimonianze siano state un valore aggiunto di questo corso, che ha permesso di comprendere meglio nella pratica e non solo nella teoria, l'imprenditoria alberghiera». Parole chiave alla fine del corso: soddisfatta.

Ricordiamo ai figli degli albergatori che stanno intraprendendo un percorso di studi universitario che Asat è convenzionata per tirocini di alta qualità con le Università italiane ed estere.

... SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Il turismo non è un settore tra gli altri: è parte dell'infrastruttura economica del Trentino

Il Piano stesso riconosce che esistono diverse geografie economiche all'interno della nostra provincia e che, nelle valli alpine, l'economia è in larga misura sostenuta dal turismo e dalle filiere che intorno ad esso si sono sviluppate. È un passaggio particolarmente significativo, perché ci ricorda che discutere di turismo significa discutere anche di coesione territoriale, presidio delle valli e qualità della vita delle comunità residenti. Per questo abbiamo chiesto che il turismo trovi nell'architettura del Piano una collocazione pienamente coerente con il suo peso economico, occupazionale e territoriale. Non si tratta di una rivendicazione corporativa. Al contrario, significa riconoscere che un modello di sviluppo equilibrato non può contrapporre settori considerati moderni e settori ritenuti tradizionali. La forza del Trentino è sempre stata nella capacità di integrare industria, servizi, agricoltura, cooperazione, artigianato e turismo. Dobbiamo, inoltre, superare definitivamente l'idea di un turismo a bassa intensità di innovazione. L'ospitalità sta attraversando una trasformazione radicale: intelligenza artificiale, digitalizzazione dei processi, gestione e valorizzazione dei dati, revenue management, sostenibilità energetica, nuovi modelli organizzativi, internazionalizzazione e personalizzazione dell'esperienza stanno cambiando profondamente il modo di fare impresa. L'innovazione turistica non consiste semplicemente nell'acquistare tecnologia prodotta da altri: richiede ricerca applicata, competenze manageriali, sperimentazione e capacità imprenditoriale specifica. Ecco perché, nelle nostre osservazioni, abbiamo proposto che il turismo venga considerato a pieno titolo una direttrice strategica della politica economica provinciale, anche attraverso un hub dedicato all'innovazione dell'ospitalità, capace di mettere in relazione imprese, Università, ricerca, formazione e rappresentanze economiche.

Ma la discussione non riguarda soltanto l'innovazione. Parlando di turismo parliamo inevitabilmente di persone, casa, formazione, mobilità, infrastrutture, energia, acqua, sostenibilità e qualità del lavoro. Sono gli stessi grandi temi attorno ai quali si gioca il futuro dell'intero Trentino. Il tema del capitale umano ne è forse l'esempio più evidente. Il futuro del territorio dipenderà certamente dalla capacità di attrarre ricercatori, ingegneri e professionalità altamente specializzate. Ma avremo altrettanto bisogno di cuochi, receptionist, manutentori, governanti, tecnici e operatori dei servizi. Considerare anche queste competenze parte del "talento" che dobbiamo attrarre, qualificare e trattenere significa adottare una vera politica territoriale del lavoro. Lo stesso vale per la casa, per la mobilità e per le infrastrutture necessarie a rendere le nostre località vivibili e competitive durante tutto l'anno. Sono questioni che non riguardano esclusivamente gli alberghi: riguardano le comunità, le famiglie, i lavoratori e la possibilità stessa di continuare a vivere e fare impresa nelle nostre valli. Nelle pagine che seguono abbiamo quindi scelto di raccontare il Piano Trentino 2040 ed il contributo che l'Asat ha elaborato. Con un punto fermo: il futuro economico del Trentino non si costruisce ridimensionando il turismo, ma facendolo evolvere e valorizzandone pienamente il ruolo. Perché il turismo non è soltanto una parte importante della nostra economia. È uno dei fattori che tengono insieme economia, territorio e comunità. Ed è proprio da questa consapevolezza che, a nostro avviso, deve partire qualsiasi progetto serio sul Trentino del 2040.

Davide Cardella

Novità a sostegno di gravidanza e maternità per imprenditrici e libere professioniste

Un incontro tecnico per illustrare le novità introdotte dalla delibera provinciale

4' e 20"

Per favorire la diffusione delle novità che rendono più razionale e agile l'accesso alla misura conciliativa a sostegno alle imprenditrici e alle lavoratrici autonome che devono assentarsi dal lavoro per ragioni legate a gravidanza e maternità – ex-Progetto Co-manager, poi Intervento 2.2.4 e ora Avviso n. 744 – il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile di Trento, con il supporto della Camera di Commercio, ha affrontato assieme all'Assessorato allo sviluppo economico, lavoro, famiglia, università e ricerca e all'Agenzia del lavoro un proficuo confronto che ha permesso di rivedere i criteri per l'attuazione del sostegno alle esigenze conciliative di imprenditrici e lavoratrici autonome per renderlo più aderente alle loro effettive necessità. È stato organizzato un incontro per illustrare ai vertici e ai referenti delle politiche del lavoro degli organismi e delle associazioni di categoria rappresentati in Consiglio camerale i dettagli applicativi della misura conciliativa, per permettere loro di proporne l'accesso alle imprenditrici che dovessero assentarsi dal lavoro per gravidanza o per ragioni legate alla crescita dei figli e organizzare la propria, temporanea sostituzione in azienda.

«È stato un percorso lungo e impegnativo – ha sottolineato **Helga Caldonazzi**, coordinatrice del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile – che, passo dopo passo, ci ha permesso di curare i dettagli di uno strumento di conciliazione davvero concreto, che non obbligherà più le donne a dover scegliere se crearsi una famiglia o investire sulla propria carriera professionale, e che, ne siamo sicure, porterà beneficio allo sviluppo imprenditoriale nel suo complesso». «La collaborazione e la disponibilità che Provincia e Agenzia del lavoro ci hanno fornito nella fase propositiva e che hanno succes-

Nella pagina seguente: Marika Perli.

sivamente condotto alla revisione della misura conciliativa pensata per imprenditrici e lavoratrici autonome – ha commentato **Andrea De Zordo**, presidente della Camera di Commercio di Trento – sono state determinanti per garantire un impianto normativo più agile e una gestione più snella dell'intervento di sostituzione. Da parte sua, l'Ente camerale ha ritenuto che alla base del lavoro di revisione fosse necessario avere piena contezza dello status quo e, tramite il proprio Ufficio studi e ricerche, ha realizzato e messo a disposizione i risultati di una ricognizione delle misure già previste dalle normative nazionali e provinciali, verificando anche l'eventuale presenza di ulteriori misure dedicate, implementate o promosse direttamente dalle associazioni di categoria, organizzazioni e ordini professionali».

Il vicepresidente della Provincia e assessore allo sviluppo economico, lavoro, famiglia, università e ricerca **Achille Spinelli** ha richiamato il valore strategico della partecipazione femminile al mercato del lavoro e all'imprenditoria per la competitività del territorio. «Sviluppo economico, lavoro e famiglia sono tre ambiti strettamente collegati - ha precisato Spinelli -. Se vogliamo un Trentino più competitivo dobbiamo creare le condizioni affinché sempre più donne possano lavorare, fare impresa e costruire una famiglia senza essere costrette a rinunciare a uno di questi percorsi». Il vicepresidente ha ricordato, quindi, come la maternità rappresenti ancora un momento di forte criticità nei percorsi professionali femminili: in Trentino circa una lavoratrice dipendente su dieci lascia il lavoro dopo la nascita di un figlio, mentre il ricorso al part time interessa il 38% delle donne occupate, con ricadute che incidono anche sul percorso retributivo e previdenziale. «Per questo abbiamo scelto di rafforzare gli strumenti di sostegno alle imprenditrici e alle libere professioniste, intervenendo non solo sulle risorse disponibili, ma anche sulla qualità delle misure. Attraverso il confronto con le associazioni di categoria e con chi vive quotidianamente queste esigenze abbiamo reso il sistema più semplice, più flessibile e più vicino alla realtà del mercato del lavoro. Per noi non si tratta soltanto di una politica di welfare, ma di una scelta di sviluppo: sostenere il lavoro femminile significa investire nel capitale umano, nella crescita delle imprese e nel futuro del Trentino», ha concluso Spinelli.

La dirigente generale dell'Agenzia del lavoro **Stefania Terlizzi** ha, quindi, illustrato il percorso che ha portato alla revisione della misura, resa strutturale dalla legge provinciale di stabilità 2025 e successivamente aggiornata per rispondere alle criticità emerse nella fase di applicazione. «Il confronto con il Comitato per l'imprenditoria femminile, la Camera di commercio e le associazioni di categoria ci ha consentito di migliorare uno strumento già importante. Abbiamo introdotto la possibilità di ricorrere anche a collaboratrici autonome o con partita Iva per le sostituzioni, semplificato il sistema di calcolo del contributo, che può arrivare fino a 3.000 euro al mese e a un massimo di 25.000 euro nell'arco di 18 mesi, e ridotto gli oneri organizzativi ed economici a carico dell'imprenditrice. L'obiettivo è garantire la continuità dell'attività professionale durante la maternità, tutelando il tessuto produttivo e offrendo risposte concrete alle esigenze delle lavoratrici autonome e delle imprese».

«Questa misura – ha detto **Marika Perli** per l'Asat - rappresenta un'azione d'avanguardia in cui viene definito un sostegno così importante per le donne lavoratrici. Dal punto di vista economico, questo intervento rafforza un concetto per noi fondamentale: l'imprenditoria femminile è essenziale e strategica nel nostro contesto territoriale. Voglio ringraziare sentitamente l'assessore **Achille Spinelli** per il supporto; questo appoggio dimostra quanto sia vitale, oggi più che mai, valorizzare il capitale umano. A livello italiano siamo stati i primi in assoluto a inserire una simile misura: qualcosa di simile c'è in Alto Adige, ma non con una consistenza economica di questa portata. Un plauso speciale va a **Helga Caldonazzi**, che ha portato avanti questa complessa contrattazione in modo costante, tenace e sempre presente. Il sostegno economico ora c'è, ma la vera sfida futura sarà sul campo: non è facile, con l'attuale stato del mercato del lavoro, trovare figure sostitutive che abbiano le competenze adeguate a coprire i periodi di maternità. Questo è il prossimo nodo che dovremo sciogliere insieme».

Venticinque giovani albergatori in formazione internazionale a Vilnius

Alcuni posti ancora disponibili

1' e 37"
Monica Basile

Dal 4 al 7 novembre 2026 una delegazione di venticinque giovani albergatori del Trentino prenderà parte al nuovo viaggio studio di formazione internazionale a Vilnius, in Lituania, promosso da Federalberghi Trentino. L'iniziativa rappresenta un'occasione di confronto e aggiornamento per conoscere da vicino trend di mercato, modelli gestionali e realtà alberghiere innovative in un contesto europeo in forte evoluzione.

Il programma prevede quattro giorni e tre notti con pernottamento in hotel 3 stelle in formula B&B, transfer aeroporto-hotel, visita guidata del centro storico di Vilnius, seminari con albergatori locali e visite a strutture ricettive 4 e 5 stelle, tra cui hotel di fascia alta e boutique hotel. Le attività formative saranno pianificate e offerte gratuitamente da Federalberghi Trentino attraverso il proprio Ufficio Marketing e Ricerche, che ha ideato e sviluppato il progetto dal 2012. Il viaggio è pensato per offrire ai giovani imprenditori dell'ospitalità trentina un'importante opportunità di crescita professionale. I partecipanti potranno aggiornarsi sugli standard qualitativi internazionali, confrontarsi direttamente con manager di hotel di catena e strutture indipendenti, e approfondire le tendenze legate in particolare al segmento luxury. Oltre all'aspetto formativo, l'iniziativa favorisce lo scambio di idee tra colleghi secondo la metodologia del «peer to peer», ovvero il confronto tra pari, contribuendo al rafforzamento di una rete professionale orientata all'innovazione e alla crescita delle nuove generazioni alberghiere.

La quota dei servizi a terra è pari a 485 euro a persona in camera doppia, con possibilità di soggiornare in camera singola con supplemento di 195 euro. Il volo diretto da Milano Bergamo a Vilnius sarà acquistato individualmente dai partecipanti solo dopo la conferma del Tour Operator. È, inoltre, prevista la quota di iscrizione 2026 ai giovani albergatori del Trentino, pari a 60 euro. Il viaggio è confermato e restano disponibili solo pochi posti aggiuntivi. L'assegnazione avverrà in base all'ordine temporale di ricevimento della caparra confirmatoria di 240 euro da parte del Tour Operator.

Per informazioni sul progetto e per verificare la disponibilità a partecipare è possibile contattare: dott. Monica Basile, Responsabile dell'ufficio Marketing & ricerche di Federalberghi Trentino, tel. 0461 923666 int. 3, e-mail m.basile@asat.it.

A fianco: Delegazione dei Giovani Albergatori nel viaggio studio del 2025 a Cracovia.

Scopri di più

Quando l'instabilità
del mondo energetico
si fa sentire,
**a proteggerti
ci pensiamo noi!**

Dolomiti Energia

Rinnovabili. Integrati.
Indipendenti.

Musica nei video sui social media: il rischio è dietro un reel

Diritti d'autore e diritti connessi

2' e 27"

Un video emozionale della struttura, un reel che racconta un'esperienza di soggiorno, una storia su Instagram per promuovere un'offerta speciale. Oggi i social media rappresentano uno degli strumenti di marketing più efficaci per le imprese turistiche, ma dietro pochi secondi di immagini e musica può nascondersi un rischio tutt'altro che trascurabile: la violazione del diritto d'autore. Negli ultimi mesi alcune strutture ricettive hanno, infatti, ricevuto contestazioni per l'utilizzo non autorizzato di brani musicali all'interno di video promozionali pubblicati sui propri canali social. Le richieste provengono, in particolare, dalla società Sound Guardian, che dichiara di rappresentare alcuni produttori di fonogrammi e di rilasciare le cosiddette licenze di sincronizzazione. La vicenda offre l'occasione per fare chiarezza su un tema spesso sottovalutato. Le licenze normalmente in possesso delle strutture ricettive – rilasciate da SIAE o Soundreef per i diritti degli autori e da SCF e Nuovo IMAIE per quelli dei produttori fonografici e degli artisti interpreti ed esecutori – autorizzano, infatti, la diffusione della musica all'interno dell'albergo, ma non il suo utilizzo nei contenuti audiovisivi destinati alla promozione online. Quando un brano musicale viene inserito all'interno di un video, di un reel o di una story, entra infatti in gioco il cosiddetto diritto di sincronizzazione. Pur non essendo espressamente disciplinato come tale dalla legge sul diritto d'autore, questo diritto deriva dalla combinazione di più facoltà esclusive, tra cui quelle di riproduzione e di adattamento dell'opera

musicale, poiché la musica viene utilizzata in un diverso contesto espressivo.

Per utilizzare legittimamente un brano in un contenuto promozionale è, quindi, necessario ottenere tutte le autorizzazioni richieste: quelle dell'autore o dell'editore musicale per l'opera, quelle del produttore fonografico per la registrazione e il riconoscimento dei compensi spettanti agli artisti interpreti ed esecutori. La mancanza anche di una sola di queste autorizzazioni può esporre l'impresa a richieste risarcitorie, anche molto tempo dopo la pubblicazione del contenuto. Un altro aspetto che genera frequentemente equivoci riguarda le librerie musicali messe a disposizione dalle piattaforme social. Brani disponibili su Instagram o Facebook possono, infatti, essere utilizzati dagli utenti per finalità personali, ma ciò non significa che siano automaticamente impiegabili anche per promuovere un'attività economica. Non a caso gli account business hanno spesso un accesso limitato alle librerie musicali standard proprio per evitare utilizzi commerciali non autorizzati. Per le imprese rimangono, invece, disponibili numerose raccolte di musica royalty-free o specificamente licenziata per usi commerciali, che rappresentano la soluzione più sicura per accompagnare reel, stories e video promozionali.

La prudenza è quindi d'obbligo. Prima della pubblicazione è opportuno verificare che ogni brano musicale utilizzato sia effettivamente libero da diritti oppure coperto da una licenza che ne consenta l'impiego a fini promozionali. Analoga attenzione dovrebbe essere riservata ai rapporti con agenzie di comunicazione e social media manager: è consigliabile definire espressamente nei contratti chi sia responsabile dell'acquisizione delle necessarie licenze musicali, evitando così possibili contestazioni future. In un contesto in cui la comunicazione digitale è diventata parte integrante della strategia commerciale delle imprese turistiche, conoscere le regole sul corretto utilizzo della musica rappresenta oggi una tutela non solo giuridica, ma anche economica.

Per eventuali chiarimenti o approfondimenti sul tema, l'Asat resta a disposizione dei propri associati.

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

Cani in albergo

Le best practices per gestire la presenza di animali domestici in vacanza

2' e 55"
Francesca Maffei

C'è un dato che in Trentino, d'estate, salta agli occhi prima ancora dei numeri: nei corridoi degli hotel si incrociano più guinzagli che passeggini. Non è una sensazione. Secondo il XIX Rapporto Assalco-Zoomark 2026, il 54,5% delle famiglie italiane convive con almeno un animale domestico e i cani sono presenti nel 28,7% dei nuclei familiari, con un mercato pet-food e pet-care che vale ormai 5,3 miliardi di euro. Le famiglie con figli piccoli, dati alla mano, hanno più cani di quelle senza (40,8% contro il 28,7%): il quattro zampe è diventato, in molti casi, il vero «membro della famiglia» con cui si parte in vacanza, mentre la natalità continua a scendere. Per un albergo di montagna questo significa una cosa sola: gestire ogni giorno decine di animali, non più l'eccezione ma la norma. Chi lavora in reception lo sa bene. Porte e stipiti graffiati, gambe di comodini e armadi rosicchiate, peli che si annidano in tende e panche imbottite e resistono a qualunque aspirapolvere, animali lasciati soli che si sentono abbaiare nei corridoi disturbando gli altri ospiti, bisogni fatti negli spazi comuni durante l'attesa dell'ascensore. E poi le camere: cani che dormono nel letto, moquette, lenzuola e asciugamani da disinfestare, odori che resistono anche dopo il cambio biancheria e rendono invendibile la stanza per un giorno intero. A questo si aggiunge il nodo ristorante: il divieto di accesso, spesso imposto dalla normativa Haccp e dalla normativa interna, genera malcontento in un cliente che si sente comunque pet-friendly per definizione, e non capisce perché il proprio cane, educatissimo, non possa restare sotto il tavolo. A queste frizioni operative si aggiunge un corto circuito culturale, prima ancora che gestionale: il cliente interpreta il sovrapprezzo cane come un pacchetto di benvenuto, e si aspetta cuccia, ciotole, croccantini, tappetino igienico, magari un gioco in camera. Per l'hotel, invece, quella cifra copre solo la pulizia straordinaria e il rischio danni: due voci di costo, non un servizio, che va comunicato con chiarezza già in fase di prenotazione, per evitare la recensione negativa che nasce da un'aspettativa mai dichiarata.

All'estero le grandi catene ne hanno standardizzato la gestione, ed è utile valutare come. Best Western applica un deposito cauzionale rimborsabile fino a 150 dollari e un limite di 36 kg per animale. NH Hotels addebita in automatico sulla carta di credito ogni danno documentato, vieta lenzuola e asciugamani per pulire l'animale e impone il guinzaglio nelle aree comuni, riservandosi il diritto di allontanare ospite e cane in caso di disturbo reiterato. In Italia, UNA Hotels applica una quota fissa di soggiorno pet (25-30 euro) comprensiva di pulizia e distinta da qualunque amenity. Nell'extralberghiero internazionale, i depositi si attestano tra 50 euro e 200 euro, con supplementi notte tra 10 euro e 35 euro: cifre accettate senza attrito se comunicate come «costo di gestione» e non come «capriccio».

C'è infine un punto su cui l'hotellerie italiana lavora ancora troppo poco: la responsabilità civile verso terzi. Per legge (art. 2052 c.c.) il proprietario risponde sempre dei danni causati dal proprio animale, ma la polizza RC cane resta facoltativa, salvo per i soggetti iscritti al registro dei cani a rischio elevato di aggressività. Chiedere, già in fase di check-in, se l'ospite ne sia dotato, e magari incentivarne la sottoscrizione con una convenzione dedicata, permetterebbe alla struttura di rifarsi rapidamente in caso di sinistro, senza il logorio della contestazione diretta col cliente.

La strada, allora, è tracciabile: un regolamento pet scritto e firmato al check-in, una tariffa distinta tra sovrapprezzo notte e deposito cauzionale, un elenco chiaro di ciò che è incluso, e ciò che non lo è, aree e orari dedicati in sostituzione del divieto secco al ristorante, e la verifica della copertura RC dell'ospite. Non è una questione di amare o meno gli animali: è la differenza tra subire il fenomeno e governarlo.

Con il patrocinio

CONI

TRENTO il FESTIVAL dello SPORT

1 | 2 | 3 | 4 OTTOBRE 2026

nona edizione

INVINCIBILI

SCOPRI
I PRIMI OSPITI
E TUTTE LE NOVITÀ

Resta sempre aggiornato su ILFESTIVALDELLOSPORT.IT - #festivaldellosport

La Gazzetta dello Sport | TRENTINO

Top Partner: Audi

Main Partner: Beta WELL DONE. · brembo · enel · FAGE · GRUPPO CASSA CENTRALE CREDITO COOPERATIVO ITALIANO

Premium Partner: LA SPORTIVA · McFIT · Unipol · Zespri KIWIFRUIT

Partner: 8xmille CHIESA CATTOLICA · AIRC · CORNY · felicetti · Taboola · VANINI

Sustainability Partner: ECOPNEUS

Official Sneaker: ellesse

Official Apparel: G99

Media Partner: Rai Radio 1

Sapore d'estate: in viaggio 36,2 milioni di italiani

Al top l'Italia, agosto e il mare. L'87,6% sceglie il Belpaese

Foto www.flickr.com

5' e 32"

Il bello dell'estate si mostra con i suoi numeri e le nuove tendenze: saranno 36,2 milioni gli italiani che partiranno verso destinazioni scelte con cura per il viaggio del cuore, così desiderato da essere programmato con un mese o due di anticipo. Non ci si affida al caso per la stagione clou dell'anno, che vede la gran parte dei viaggiatori concentrare il proprio interesse proprio in Italia. L'87,6% infatti, sceglierà di rimanere nel Belpaese, consegnando alle località di mare e al mese di agosto il top delle preferenze. Il contatto con la natura, le passeggiate in aree naturalistiche, la passione per il buon cibo, le escursioni e le gite saranno le attività predilette dalla maggioranza che tenderà a restare in zone di prossimità. Per coloro che si recheranno all'estero (12,4%), a vincere sarà ancora una volta il mare, seguìto dalle grandi capitali europee. In particolare, si prediligeranno le acque di paesi vicini all'Italia, come Croazia, Grecia e Spagna, a dimostrazione del fatto che, anche una volta pianificato il viaggio lontano dai confini di casa, la scelta si orienta comunque su destinazioni facilmente raggiungibili. Si profila così il quadro del movimento turistico degli italiani per questa estate 2026, secondo l'indagine realizzata da Tecnè per Federalberghi.

Malgrado agosto si confermi il «re» dell'estate, risultando il centro della vacanza principale per il 41,4% dei vacanzieri, anche luglio, con il suo 28,8% di preferenze, consente di prevedere una buona performance e, assieme al mese di giugno (che ha ottenuto il gradimento per il 24,4% degli intervistati) registra una crescita non indifferente. «La sensazione che si ha è che questa estate 2026, ovvero la stagione centrale del calendario turistico nazionale, sarà goduta appieno dagli italiani in viaggio – ha commentato a caldo il presidente di Federalberghi **Bernabò Bocca** - La vacanza si spalma in modo più strutturato in tutti e quattro i mesi estivi, il che porta ad affinare la capacità di attivare i territori, con tutto ciò che essi esprimono in termini di imprese e filiere. Interessante rilevare poi, che una buona parte dei viaggiatori farà più di un periodo di vacanza oltre quello principale, confermando anche qui la nuova tendenza, ovvero frammentare e spalmare la vacanza su tutto l'arco estivo». «Dall'indagine emerge anche che la sistemazione

Nella pagina seguente: estate 2026 - le vacanze degli italiani.

favorita, è quella dell'albergo e del villaggio turistico, seguìta subito dopo dalla casa di parenti e amici – ha proseguito Bocca – continuo a sostenere che nulla come l'hotel sappia rappresentare la dimensione della vacanza, e credo che gli italiani abbiano cominciato ad apprezzare il valore aggiunto dei servizi proposti all'interno di una struttura ricettiva». «Nel complesso l'estate italiana 2026 sembra non tradire le aspettative – ha concluso – non possiamo dirci "tutti felici e contenti", perché siamo consapevoli delle difficoltà provocate dall'aumento del costo della vita. Oggi, siamo portati a valorizzare al meglio ciò che si conquista giorno per giorno. Ma la speranza è che la situazione economica torni ad uno standard che renda il viaggio accessibile davvero a tutti».

I risultati principali dell'indagine

Quanti in vacanza - Saranno 36,2 milioni gli italiani che trascorreranno un periodo di vacanza fuori casa tra giugno e settembre, di cui 25,7 milioni di adulti e 10,5 milioni di minori.

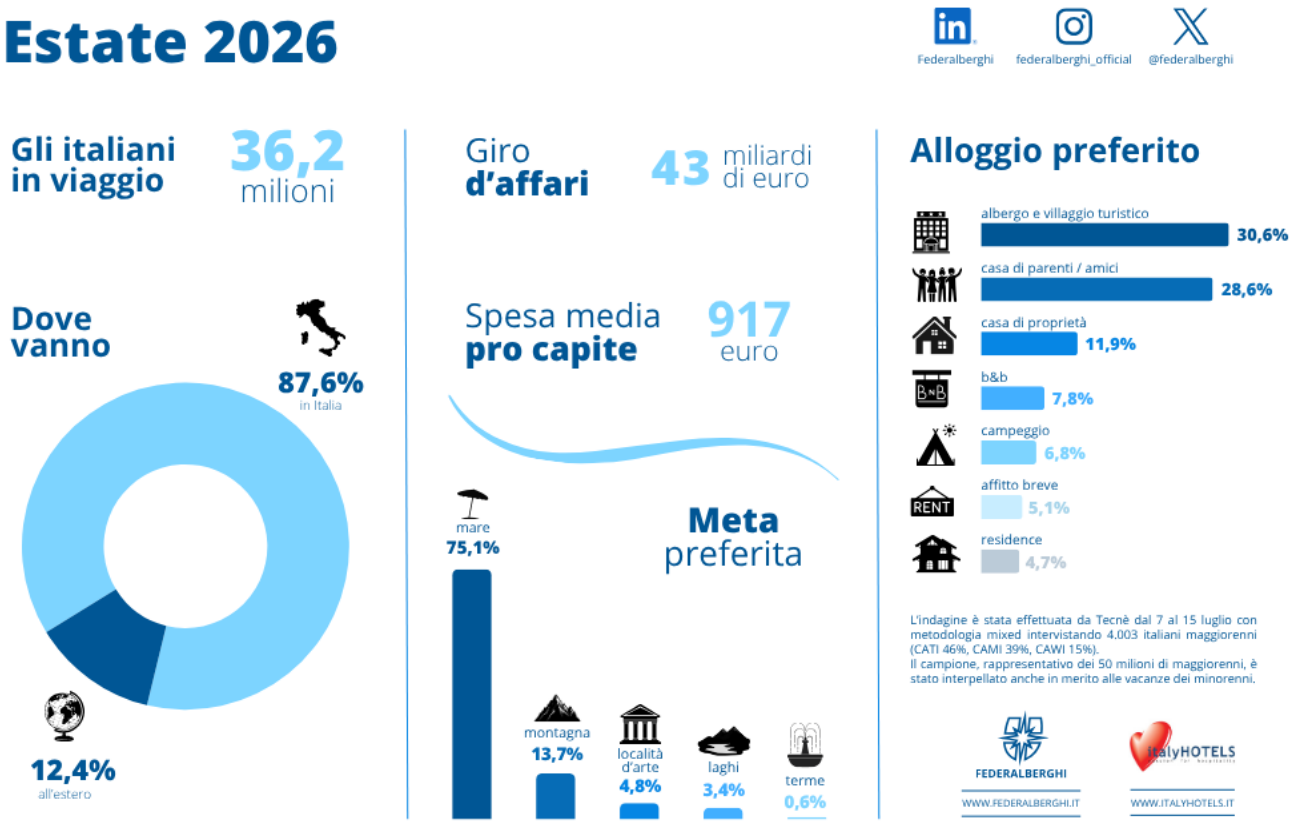
Quante vacanze - Oltre un quarto dei vacanzieri (28,9%) farà più di un periodo di vacanza oltre quello principale: di questi il 41,0% farà almeno un altro periodo di svago; il 35,2% ne farà due e il 15,1% farà tre periodi di vacanza tra giugno e settembre, confermando la tendenza, già in atto da tempo, a dividere in più segmenti le ferie estive.

Per quanto tempo - La vacanza principale dura in media 9,8 giorni, le eventuali ulteriori vacanze oltre a quella principale saranno decisamente più brevi: 4,2 giorni.

Le mete preferite - L'Italia resta decisamente la meta preferita per la vacanza principale: 9 italiani su 10, l'87,6%, sceglieranno di restare nel Belpaese mentre il 12,4% sceglierà mete estere, prediligendo il mare in Paesi vicino all'Italia (53,0%), le grandi capitali europee (19%) e i mari tropicali o le località esotiche (15%).

Chi non varcherà i confini nazionali nel 75,1% dei casi opterà per il mare, nel 13,7% per la montagna, nel 4,8% per le località d'arte e nel 3,4% per i laghi.

Spesa media - La vacanza costerà nel suo complesso (includendo viaggio, vitto, alloggio e divertimenti) 917 euro a persona (circa 94 euro al giorno). Le ulteriori vacanze sono più contenute dal punto di vista del costo: complessivamente 527 euro (circa 127 euro al giorno).



Giro d'affari - Il volume di affari sarà di 43 miliardi di euro. Giugno contribuirà per circa 11,5 miliardi, luglio per 12,9 miliardi, agosto per 16,5 miliardi e settembre per 2,1 miliardi di euro.

Distribuzione della spesa - La spesa per le vacanze si spalma su tutte le componenti della filiera turistica. Il 28,7% del budget di chi va in vacanza è destinato ai pasti (colazioni, pranzi e cene), il 23,4% al pernottamento, il 21,8% alle spese di viaggio, l'11,3% allo shopping e il 14,8% per tutte le altre spese (divertimenti, escursioni e gite).

Dove dormire - Tra le tipologie di alloggio scelte dagli italiani per trascorrere le vacanze, la preferenza va all'albergo e al villaggio turistico (30,6%). Segue a stretto giro la casa di parenti e amici (28,6%), con a seguire la casa di proprietà (11,9%), il B&B (7,8%), il campeggio (6,8%), l'affitto breve (5,1%), il residence (4,7%) e l'agriturismo (2,6%).

La prenotazione - Il 41,4% prenoterà il proprio soggiorno contattando direttamente la struttura o utilizzando il suo sito internet. 3 italiani su 4 (74,4%) hanno prenotato con un anticipo da uno a due mesi.

Mesi più gettonati - I flussi vedono 16 milioni di vacanzieri a giugno, 16,3 milioni a luglio, 17,5 milioni ad agosto e 4,7 milioni a settembre. Agosto si conferma dunque, nella visione degli italiani, il mese leader per godersi una vacanza.

Scelta della destinazione - Per la scelta della località di villeggiatura gli italiani si fanno guidare principalmente dalle bellezze naturali del luogo (65,2%); a volte dalla voglia di ritrovare per abitudine gli stessi contesti (32,7%) o per la facilità di raggiungimento (28,2%). Nel 20,7% dei casi è il divertimento che la località offre a condizionare la scelta.

Attività in vacanza - Durante le proprie vacanze gli italiani si dedicheranno principalmente a passeggiate (67,7%), a escursioni e gite per conoscere il territorio (51,5%), a fare il bagno al mare, al lago, nel fiume o in piscina (47,2%), a serate con gli amici (46,2%) e a pasteggiare al ristorante (45,2%).

Gli spostamenti - Due vacanzieri su tre (il 64,4%) utilizzeranno la propria macchina per raggiungere la loro destinazione. Il 25,1% viaggerà in aereo e il 3,3% in treno.

Chi resta a casa - Il 48,5% della popolazione non farà vacanze tra giugno e settembre. Si resta a casa principalmente per mancanza di liquidità (52,8%), per motivi familiari (25,7%) e per motivi di salute (24,5%).

L'indagine è stata effettuata da Tecnè s.r.l. nel periodo compreso tra il 7 e il 15 luglio intervistando con il sistema mixed mode di cui c.a.t.i. (46%), c.a.m.i (39%) e c.a.w.i (15%) un campione di 4.003 italiani maggiorenni. Campione probabilistico, rappresentativo della popolazione maggiorenne residente in Italia, stratificato per regione e classe di ampiezza

Foto www.pxhere.com

TRENTINO

TRENTODOC
FESTIVAL 26
BOLLICINE DI MONTAGNA

SCOPRI GLI STILI DEL TRENTODOC

Dal 23 al 27 settembre
Enoteca Provinciale del Trentino di Palazzo Roccabruna

Oltre 50 etichette per scoprire la varietà del metodo classico trentino.

Due formule di degustazione:

GLI STILI DEL TRENTODOC
Tre assaggi a scelta tra Pas Dosé, Blanc de Blancs, Blanc de Noirs e Rosé

LE RISERVE
Tre assaggi di Riserve Trentodoc

Ingresso libero

Scegli dalla lista vini le etichette che preferisci e degusta negli orari di apertura dell'Enoteca.
Ogni degustazione comprende un assaggio di prodotti trentini.

PALAZZO ROCCABRUNA

Palazzo Roccabruna
via Santa Trinità 24, Trento
0461 887101
www.palazzoroccabruna.it

Per maggiori informazioni

Solo il 53,7% degli italiani nuota con sicurezza

Insegnare ai bambini a nuotare è la prima forma di prevenzione

3' e 43"

«Per continuare a vivere il mare, i laghi e le piscine come luoghi di benessere e di svago è necessario affiancare alla passione per l'acqua una crescente attenzione alla sicurezza. Perché il miglior tuffo è sempre quello che si conclude con un ritorno sereno a riva». Con queste parole, il direttore generale di Federalberghi **Alessandro Nucara** commenta i risultati di un'indagine sul rapporto tra gli italiani e l'acqua, che viene presentata in vista della giornata mondiale per la prevenzione degli annegamenti, istituita nel 2021 dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite allo scopo di richiamare l'attenzione su questo importante problema, che spesso viene sottovalutato.

«La riduzione del numero degli incidenti - afferma Nucara - passa per l'affermazione di una vera e propria cultura dell'acqua. Ciò significa promuovere l'apprendimento del nuoto fin dall'infanzia e sensibilizzare cittadini, imprenditori e turisti sui comportamenti corretti da adottare. Per un Paese con una vocazione balneare così marcata, il tema della piena alfabetizzazione acquatica deve essere un obiettivo primario, per la scuola e per la società». Nucara conclude ricordando che gli esercizi ricettivi dei comuni con vocazione marittima e lacuale accolgono ogni anno circa 192 milioni di pernottamenti, pari a circa il 42% del totale. «Si

tratta di una delle grandi ricchezze dell'Italia, che tutti hanno il dovere di preservare, anche promuovendo e tutelando la sicurezza in acqua di residenti e turisti».

I principali risultati dell'indagine

Solo il 53,7% degli italiani nuota con sicurezza - L'Italia, con circa 8.000 km di costa marina (cui si aggiungono anche le sponde dei laghi e dei fiumi) è tra i Paesi europei con la più elevata esposizione alle attività acquatiche. Ma solo poco più della metà degli italiani (53,7%) dichiara di nuotare con sicurezza. Il 27,6% ha una competenza limitata, appena sufficiente per stare a galla. E c'è anche una quota consistente (18,7%), che non sa nuotare per nulla.

Prevalgono i nuotatori occasionali - Solo l'1,8% degli italiani nuota almeno una volta a settimana. Il 4,1% lo fa regolarmente (almeno una volta al mese). Il 20,1% nuota occasionalmente (alcune volte nel corso dell'anno), il 45,2% solo durante le vacanze, mentre il 28,8% non nuota mai o quasi mai.

Come e dove si impara a nuotare? - È risaputo che insegnare ai bambini a nuotare è la prima forma di prevenzione. Ma chi si fa carico di questa esigenza? La gran parte di coloro che sanno nuotare ha imparato grazie all'insegnamento di familiari o amici (42,8%) o da autodidatta (40,2%). Il 13,1% ha frequentato un corso privato, da bambino (9%) o da adulto (4,1%). È, invece, minoritaria (3,9%) la quota di coloro che hanno imparato a nuotare nell'ambito del sistema di istruzione primaria o secondaria, che non sembra dedicare particolare attenzione al problema.

Foto www.publicdomainpictures.net

Il rapporto con l'acqua è positivo - Abbiamo chiesto agli intervistati di indicare la parola che descrive meglio il loro rapporto con l'ambiente acquatico. La riposta principale (43,4%) si indirizza sul termine «piacere», cui si aggiunge un 5,5% che dichiara una vera e propria «passione». Il risultato è probabilmente figlio della relazione positiva con l'acqua che accompagna gli italiani fin dall'infanzia. Le prime esperienze di gioco in spiaggia, le lezioni di nuoto, le vacanze al mare con la famiglia, le gite ai laghi e le attività sportive acquatiche contribuiscono a costruire un rapporto generalmente positivo e spontaneo. Non manca, tuttavia, chi si dimostra più distaccato, spaziando tra una condizione di «cautela» (24,4%), «paura» (12,9%) e «disagio» (8%). Solo il 5,8% si dichiara «indifferente».

Le situazioni più critiche - Ci sono situazioni in cui il rapporto con l'acqua è vissuto in maniera più serena, altre in cui diventa «critico». La gran parte degli italiani dichiara di trovarsi completamente a proprio agio quando i piedi toccano il fondale, a mare (57,1% degli intervistati), in piscina (54,2%), al fiume (36,6%), al lago (36,5%), in barca o gommone (30,6%). Specularmente, il massimo disagio è vissuto in acque profonde, al fiume (37,6%), al lago (34,0%), al mare (25,8%), in piscina (22,2%).

Familiarità o eccesso di fiducia? - Come si comportano gli italiani quando i figli minori si immergono in mare, al lago o in piscina? Dall'esame delle risposte, sorge il dubbio che talvolta la familiarità con l'acqua possa determinare un eccesso di fiducia. Solo il 41,2% li sorveglia da vicino. Il 34,2% li sorveglia a distanza, mentre il 18,6% ritiene che siano abbastanza grandi da cavarsela da soli. C'è poi un 5,9% che affida la sorveglianza ad altri.

METODOLOGIA E FONTE DEI DATI - L'indagine è stata effettuata da Tecnè s.r.l. tra il 7 e il 15 luglio 2026 sulla base di un campione probabilistico di 4.003 casi, rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne residente in Italia, stratificato per regione e classe di ampiezza demografica dei comuni. Variabili di controllo: classe d'età, titolo di studio, occupazione. Metodologia di rilevazione: mixed mode, di cui c.a.t.i. (46%), c.a.m.i. (39%) e c.a.w.i. (15%).

28

Grand Hotel e turismo di massa

RODOLPHE CHRISTIN

TURISMO DI MASSA E USURA DEL MONDO

ELEUTHERA 2026
PP. 144 – 15 EURO

Si tratta di una critica radicale del turismo contemporaneo, con il passaggio dall'«uso del mondo» alla sua «usura»: il turismo di massa trasforma luoghi, culture e comunità in prodotti esperienziali standardizzati. I titoli di alcuni capitoli esprimono una tesi chiara: «Libertà o arruolamento?»; «L'imperativo della mobilità»; «La turisticizzazione del tempo libero». Christin mette in evidenza le contraddizioni tra l'apparente libertà di movimento e lo sviluppo dell'industria turistica, che fa leva sull'attrattività forte ed intatta che l'idea di viaggio continua a mantenere. L'apologia del movimento è parte integrante del consumo di un mondo costantemente rimpicciolito dalla tecnologia. L'autore parla di una contemporaneità «dromomaniaca», di un «automatimso deambulatorio», dove la spinta allo spostamento, da idea di libertà, si trasforma in obbligo, trasformando il turista e la sua mobilità in un «consumo del mondo», edulcorato però dal rimando costante all'etica dell'incontro e al rispetto della natura, ad una vacanza «sostenibile» e «responsabile». A chi chiedeva a suo nonno perché si rifiutasse di andare in vacanza, questi rispondeva: «Che ci vado a fare da un'altra parte, se ancora non conosco tutti i sassi del mio villaggio?». E qui è contenuta un'altra tesi del libro: "riterritorializzare" il tempo libero, cioè prestare attenzione a ciò che sta vicino, perché permette di ritrovare il senso autentico delle relazioni umane: «dare, ricevere, restituire». Il territorio circostante è disertato dal turismo, nella confusa speranza di trovare altrove ciò che manca qui: una vita conviviale in un territorio ancora carico di senso. La fugace felicità delle vacanze turistiche non è altro che l'illusoria ricerca di una «risposta al cupo fardello della vita quotidiana».

STEFANO PIVATO

ANDARE PER GRAND HOTEL

IL MULINO, 2026
PP. 192 – 15 EURO

Tra la seconda metà dell'Ottocento e la Belle Époque i Grand Hotel hanno rappresentato un simbolo della vacanza altoborghese. Il punto di forza del libro di **Stefano Pivato** sta proprio qui: leggere i Grand Hotel non come semplici strutture ricettive, ma come dei dispositivi sociali, luoghi tipici dello status symbol di una ricca clientela straniera, in primo luogo nordica, che, abbandonato il Grand Tour settecentesco, incomincia a svernare in Italia, iniziando dalla Riviera ligure. Il Grand Hotel diventa il luogo di soggiorno esclusivo di una ricca borghesia che imita stili di vita dell'aristocrazia europea appropriandosi dei suoi codici, dei suoi rituali e delle sue abitazioni, caratterizzate da lusso, sfarzo e grandiosità. Qualcosa di simile a ciò che i castelli erano stati per la nobiltà medievale: luoghi in cui rappresentarsi, esibire appartenenza, tessere relazioni, mettere in scena uno stile di vita, in una parola costruire un'identità. Un'altra spinta per la costruzione di questi giganteschi palazzi di 400 e più camere, dotati di ogni comfort, e delle più recenti innovazioni tecnologiche, dall'energia elettrica agli ascensori, sarà data anche dalle Esposizioni Universali, che a Parigi, Londra, Vienna, mobilitano milioni di persone. Ma è sull'Italia che si appunta l'attenzione di Pivato e sui grandi alberghi disseminati lungo la penisola tra fine Ottocento e Belle Époque, da Sanremo, Bordighera e Portofino per arrivare a Taormina e a Palermo, passando da Venezia, dove nel 1906 nasce la Ciga (Compagnia italiana grandi alberghi), che con il Danieli e il Gritti, allestiti nei palazzi dei Dogi, per Pivato esprimono agli inizi del '900 «il massimo livello per il turismo ricco», per toccare Trieste, Napoli e altre tappe, in un itinerario geografico e mentale. Il volume ha la capacità di leggere attraverso l'architettura e il turismo una storia sociale italiana. Un viaggio in cui si intrecciano grande storia e microstoria, in una narrazione ricca di notizie e aneddoti su scrittori, musicisti, aristocratici, imprenditori e «faccendieri», articolata per luoghi ma anche per temi. Il lettore percepisce chiaramente l'esclusività di un mondo riservato a pochi, costruito su profonde disuguaglianze, ma Pivato è in grado di restituirci la forza immaginativa di questo mondo, tenendo insieme il registro storico e quello narrativo, senza fermarsi alla superficie del lusso, raccontandoci un mondo in trasformazione: dalle locande del Grand Tour agli alberghi moderni, dalle carrozze alle ferrovie. In una rivoluzione tecnologica che è anche culturale: cambia il modo di viaggiare, cambia il rapporto con il tempo libero. I Grand hotel hanno rappresentato un'esperienza unica. Oggi rappresentano solamente circa il 2% dell'hotellerie. Il turismo di massa ha certificato il loro declino, dilagando B&B e affitti brevi. Resta un'imitazione del lusso, in versione democratica ma spesso pacchiana, interpretata dalle navi da crociera.

3' e 13"

Gianfranco Betta

Spaven tosamente Digitali

PICCOLO... MA POTENTE.

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

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

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

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

Noi lo chiamiamo... sfruttare la rete.

www.ogp.it

OGP
OLTRE LE APPARENZE

30

Corso sicurezza Datori di Lavoro

Obbligatorio per tutti i datori di lavoro che non hanno mai frequentato un corso per RSPP

2' e 26"
Carolina Decarli

Il nuovo Accordo Stato-Regioni sulla formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro ha introdotto una novità molto importante per le imprese italiane: l'obbligo di un corso specifico sulla gestione della sicurezza per tutti i datori di lavoro, indipendentemente dal fatto che svolgano o meno il ruolo di RSPP. Per le aziende si tratta di un cambiamento significativo che richiede pianificazione e aggiornamento. In precedenza, un datore di lavoro che affidava l'incarico di RSPP a un professionista esterno o assumeva su di sé questa mansione, non aveva l'obbligo di frequentare un percorso formativo specifico dedicato al proprio ruolo datoriale. Oggi, invece, il legislatore ha stabilito che la responsabilità organizzativa della sicurezza richiede competenze minime obbligatorie per tutti i titolari d'impresa. Il percorso formativo ha una durata di 16 ore e l'Accordo Stato Regioni ha previsto che sia diviso in due moduli all'interno dei quali si affrontano i seguenti contenuti di massima:

Modulo giuridico-normativo

- obblighi e responsabilità del datore di lavoro;
- sistema legislativo in materia di salute e sicurezza;
- deleghe di funzione;
- ruolo degli organi di vigilanza.

Modulo organizzazione e gestione della sicurezza

- valutazione dei rischi;
- Documento di Valutazione dei Rischi (DVR);
- gestione delle emergenze;
- organizzazione della prevenzione aziendale;
- consultazione e coinvolgimento delle figure della sicurezza.

L'aggiornamento diventa obbligatorio ogni 5 anni con un corso di almeno 6 ore.

Importante: l'Accordo è entrato in vigore il 24 maggio 2025. I datori di lavoro già in attività a quella data dovranno completare il nuovo corso entro il 24 maggio 2027. Se il titolare dell'impresa opera senza lavoratori subordinati, collaboratori equiparati o soci lavoratori, non assume il ruolo di datore di lavoro ai sensi della normativa sulla sicurezza e pertanto il corso da 16 ore non è normalmente richiesto. Se invece l'impresa ha: dipendenti; apprendisti; lavoratori stagionali; soci lavoratori; lavoratori equiparati ai dipendenti; allora esiste la figura del datore di lavoro e il corso da 16 ore diventa obbligatorio. Nel settore turistico ci sono situazioni che possono trarre in inganno. Ad esempio: un albergo familiare con personale stagionale anche per pochi mesi all'anno deve avere il datore di lavoro formato mentre un B&B gestito esclusivamente dal titolare senza personale non rientra normalmente nell'obbligo.

Nuovo corso RSPP per datori di lavoro

Novità importanti anche in materia di formazione per il datore di lavoro che decide di svolgere direttamente il ruolo di Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP). Nel precedente sistema i corsi erano differenziati in base ai livelli di rischio dell'azienda (basso, medio e alto). Molte strutture alberghiere e turistiche rientravano generalmente nel rischio basso. Oggi questa distinzione viene eliminata. Il datore di lavoro che vuole assumere direttamente l'incarico di RSPP nel settore alberghiero deve frequentare due moduli per un totale di 24 ore di formazione iniziale (anziché 16) che sono così strutturate:

- il nuovo corso Datore di Lavoro da 16 ore;
- un modulo comune DL-RSPP da 8 ore;

Il nuovo Accordo prevede un unico aggiornamento quinquennale di 8 ore per tutti i datori di lavoro-RSPP, indipendentemente dal settore di appartenenza.

Per maggiori informazioni, contatta CAT-Turismo (0461/923666 - tasto 5 oppure HYPERLINK "mailto:formazione@asat.it"formazione@asat.it)

32

La formazione di Cat Turismo

Appuntamenti autunnali 2026

CAT TURISMO
FORMAZIONE · CONSULENZA · STRATEGIA

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

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

CORSO BASE PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
14/09/2026	14.00-18.00	ONLINE
26/10/2026	09.00-13.00	ONLINE

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

CORSO AGGIORNAMENTO PER TUTTE LE MANSIONI (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
14/09/2026	14.00-18.00	ONLINE
26/10/2026	09.00-13.00	ONLINE

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

RSPP

CORSO DATORE DI LAVORO BASE (16 ORE)

Il corso, introdotto dal nuovo Accordo Stato – Regioni n. 59 del 17/04/2025, è obbligatorio per tutti i datori di lavoro che attraverso la frequenza del corso dovranno essere in grado di svolgere le funzioni loro attribuite dalla normativa (art. 18 d.lgs. n. 81/2008), acquisendo la consapevolezza delle azioni conseguenti alle responsabilità del ruolo.

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO CORSO BASE PER DATORI DI LAVORO

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
12/10/2026 13/10/2026 19/10/2026 20/10/2026	14.00-18.00	ONLINE

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

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

Il corso diviene obbligatorio nel caso in cui il datore di lavoro scelga di svolgere direttamente il ruolo di responsabile del servizio di prevenzione e protezione ed è finalizzato a fornire ai datori di lavoro le competenze tecniche, organizzative e procedurali proprie del R.S.P.P. È un corso aggiuntivo rispetto al corso di sicurezza di 16 ore per Datore di Lavoro (quest'ultimo obbligatorio per tutti i datori di lavoro).

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
26/10/2026 27/10/2026	14.00-18.00	ONLINE

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

ATTENZIONE: questo corso è stato introdotto dal nuovo accordo Stato – Regioni ed è rivolto esclusivamente ai datori di lavoro che non hanno mai frequentato il corso base Datore di lavoro che svolge direttamente i compiti del Responsabile del Servizio di Protezione e Prevenzione (R.S.P.P.)

ANTINCENDIO

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

LIVELLO 1 - BASE (4 ORE)

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
05/10/2026	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
06/10/2026	14.00-16.00	TRENTO
14/10/2026	14.00-16.00	VAL DI SOLE
21/10/2026	14.00-16.00	PRIMIERO
29/10/2026	14.00-16.00	VAL DI FIEMME

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

LIVELLO 1 - AGGIORNAMENTO (2 ORE)

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

CORSO ANTINCENDIO **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.

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
06/10/2026	14.00-16.00	TRENTO
14/10/2026	14.00-16.00	VAL DI SOLE
21/10/2026	14.00-16.00	PRIMIERO
29/10/2026	14.00-16.00	VAL DI FIEMME

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

LIVELLO 2 - BASE (8 ORE)

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
05/10/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
06/10/2026	14.00-17.00	TRENTO
14/10/2026	14.00-17.00	VAL DI SOLE
21/10/2026	14.00-17.00	PRIMIERO
29/10/2026	14.00-17.00	VAL DI FIEMME

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

LIVELLO 2 - AGGIORNAMENTO (5 ORE)

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
05/10/2026	09.00-11.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
06/10/2026	14.00-17.00	TRENTO
14/10/2026	14.00-17.00	VAL DI SOLE
21/10/2026	14.00-17.00	PRIMIERO
29/10/2026	14.00-17.00	VAL DI FIEMME

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

LIVELLO 3 - BASE (16 ORE)

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

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
05/10/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
07/10/2026	08.30-12.30/14.00-17.00	TRENTO
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
06/10/2026	14.00-18.00	TRENTO
14/10/2026	14.00-18.00	VAL DI SOLE
21/10/2026	14.00-18.00	PRIMIERO
29/10/2026	14.00-18.00	VAL DI FIEMME

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

LIVELLO 3 - AGGIORNAMENTO (8 ORE)

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

Il corso di aggiornamento per il Livello 3 prevede 5 ore di parte teorica (da svolgere online) e 3 ore di parte pratica in presenza.

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

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
05/10/2026	09.00-12.00/13.00-15.00	ONLINE
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
06/10/2026	14.00-17.00	TRENTO
14/10/2026	14.00-17.00	VAL DI SOLE
21/10/2026	14.00-17.00	PRIMIERO
29/10/2026	14.00-17.00	VAL DI FIEMME

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

FORMAZIONE AGGIUNTIVA PER PREPOSTI

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

AGGIORNAMENTO FORMAZIONE PARTICOLARE AGGIUNTIVA PER PREPOSTI (6 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
07/10/2026	08.30-12.30 / 13.00-15.00	IN PRESENZA A TRENTO

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

R.L.S.

"Gli Artt. 47 e 50 del D.Lgs n°81/2008 stabiliscono che in tutte le aziende i lavoratori hanno il diritto di eleggere un proprio "Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza" il quale acquisisce principalmente 4 diritti: - diritto all'informazione; - diritto alla formazione; - diritto alla partecipazione; - diritto al controllo al fine di salvaguardare la sicurezza e la salute dei lavoratori all'interno dell'azienda o del proprio settore lavorativo." Formazione iniziale obbligatoria di 32 ore. Aggiornamento ANNUALE: 4 ore per aziende che occupano dai 15 ai 50 lavoratori; 8 ore per aziende con più di 50 lavoratori.

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
24/09/2026	08.30-12.30/13.00-17.00	IN PRESENZA A TRENTO
01/10/2026		
08/10/2026		
15/10/2026		

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

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

Aggiornamento ANNUALE: 4 ore per aziende che occupano dai 15 ai 50 lavoratori; 8 ore per aziende con più di 50 lavoratori. Aziende fino a 50 dipendenti: 4 ore: 08.30-12.30. Aziende oltre i 50 dipendenti 8 ore: 08.30-12.30 / 13.00 17.00

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
13/10/2026	08.30-12.30 08.30-12.30/13.00-17.00	IN PRESENZA A TRENTO

Aggiornamento RLS 4H: Quota partecipazione: **€ 130,00 + IVA** - Quota associati: **€ 100,00 + IVA**

Aggiornamento RLS 8H: Quota partecipazione: **€ 180,00 + IVA** - Quota associati: **€ 140,00 + IVA**

PRIMO SOCCORSO

Il corso ha come obiettivo di fornire ai lavoratori nominati addetti al primo soccorso le conoscenze teorico/pratiche per gestire le emergenze, gli interventi di primo soccorso che permettano sia la corretta gestione di un'emergenza sanitaria in azienda, sia di evitare azioni di soccorso errate, in attesa dell'intervento di personale specializzato. Il corso può essere frequentato dal datore di lavoro o dal personale eventualmente nominato, in modo che venga garantita la copertura dell'intero periodo lavorativo con figure adeguatamente formate.

CORSO BASE PER ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO (12 ORE)

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
PARTE TEORICA:		
21/09/2026	14.00-18.00	ONLINE
22/09/2026		
PARTE PRATICA A SCELTA TRA:		
28/09/2026	14.00-18.00	AULA – TRENTO
08/10/2026	14.00-18.00	AULA – VAL DI FIEMME
15/10/2026	14.00-18.00	AULA – LEVICO TERME
22/10/2026	14.00-18.00	AULA – PRIMIERO

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

AGGIORNAMENTO PER ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO (4 ORE)

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
28/09/2026	14.00-18.00	AULA – TRENTO
08/10/2026	14.00-18.00	AULA – VAL DI FIEMME
15/10/2026	14.00-18.00	AULA – LEVICO TERME
22/10/2026	14.00-18.00	AULA – PRIMIERO

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

SICUREZZA LAVORATORI / LAVORATRICI

BASE - RISCHIO BASSO (8 ORE)

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

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

- FORMAZIONE SPECIFICA: in funzione dei rischi individuati sulla base della valutazione del rischio, incentrandosi sui pericoli e rischi insiti nelle mansioni specifiche e sulle relative conseguenze da prevenire nonché sull'individuazione e la conoscenza delle misure di sicurezza da adottare nello svolgimento delle proprie mansioni e di contesto lavorativo.

(DA RIPETERE OGNI QUALVOLTA IL LAVORATORE È DESTINATO AD ALTRA MANSIONE).

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

Aggiornamento quinquennale.

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

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
07/09/2026	14.00-18.00	ONLINE
08/09/2026		
27/10/2026	09.00-13.00	ONLINE
28/10/2026		

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

AGGIORNAMENTO - RISCHIO BASSO (6 ORE)

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

CORSO DI AGGIORNAMENTO AI DIPENDENTI BASE RISCHIO BASSO

AUTUNNO	ORARIO	MODALITÀ
07/09/2026	14.00-18.00	ONLINE
08/09/2026	14.00-16.00	
27/10/2026	09.00-13.00	ONLINE
28/10/2026	09.00-11.00	

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

Foto www.unsplash.com

La sostenibilità si può misurare?

Misurare consumi ed emissioni è indispensabile. Ma la vera sostenibilità di un'impresa alberghiera emerge quando ai numeri ambientali si affiancano quelli economici, organizzativi e sociali. E quando la misurazione diventa uno strumento concreto per migliorare l'azienda

3' e 30"
David Raccanello

Per molto tempo parlare di sostenibilità in albergo ha significato soprattutto parlare di energia, acqua, rifiuti ed emissioni di CO^2. Parametri fondamentali, certamente, ma non sufficienti a descrivere quanto un'impresa sia realmente sostenibile. Le esperienze più interessanti mostrano, infatti, un'evoluzione: accanto ai consumi entrano nella misurazione la provenienza degli acquisti, la mobilità, il coinvolgimento dei collaboratori, la loro soddisfazione, il turnover e persino la qualità percepita dagli ospiti. Non è un aspetto secondario. Alcune analisi condotte su centinaia di strutture ricettive evidenziano una relazione significativa tra motivazione dei collaboratori ed esperienza del cliente: dove il team è maggiormente soddisfatto e coinvolto, tendono a migliorare anche le valutazioni degli ospiti, in particolare per pulizia, servizio e soddisfazione complessiva. La sostenibilità, dunque, non riguarda soltanto quanto consuma un albergo, ma anche come funziona l'impresa.

Nella pagina seguente: David Raccanello.

Dai grandi obiettivi ai piccoli indicatori

Una buona pratica interessante consiste nel rendere visibili le azioni realizzate. Alcune strutture raccolgono e rappresentano, anche negli spazi frequentati dagli ospiti, le iniziative adottate nel corso degli anni: interventi edilizi, riduzione dei consumi, criteri di acquisto, gestione dei rifiuti, mobilità dei collaboratori, utilizzo di prodotti locali o semplici cambiamenti nelle procedure quotidiane. Dietro questa rappresentazione apparentemente semplice c'è però un principio importante: ciò che si vuole migliorare deve essere prima conosciuto e misurato. Non servono necessariamente decine di dati. Meglio individuare pochi indicatori significativi, rilevarli con continuità e verificarne l'evoluzione nel tempo. Un albergo potrebbe, ad esempio, monitorare consumo energetico e idrico per pernottamento, quantità di rifiuti prodotti, emissioni di CO^2, quota di acquisti regionali, utilizzo di prodotti sostenibili e modalità di spostamento dei collaboratori. Il dato assoluto dice poco. È il confronto nel tempo a trasformarlo in uno strumento gestionale.

Il rapporto di sostenibilità come bussola

Un'altra buona pratica consiste nel raccogliere periodicamente questi indicatori in un semplice rapporto interno di sostenibilità. Non necessariamente un documento complesso destinato alla comunicazione istituzionale. Può essere innanzitutto una bussola per l'impresa: dove siamo? dove vogliamo arrivare? quali azioni stanno funzionando? dove invece dobbiamo intervenire? Alcune strutture, per esempio, definiscono obiettivi annuali di riduzione delle emissioni per pernottamento e ne verificano sistematicamente il raggiungimento. Altre analizzano consumi, rifiuti, mobilità, acquisti regionali e utilizzo delle energie rinnovabili, confrontando i risultati anno dopo anno. In questo modo la sostenibilità esce dalla dimensione delle dichiarazioni di principio (e di rispetto di protocolli di marchio) ed entra nella gestione aziendale.

Misurare anche le persone

C'è però un secondo livello, forse ancora più interessante. Se un'impresa alberghiera vuole definirsi sostenibile, dovrebbe chiedersi non soltanto quanta energia consuma, ma anche come stanno le persone che vi lavorano. Soddisfazione dei collaboratori, turnover, equilibrio tra lavoro e vita privata, partecipazione alle decisioni, formazione e possibilità di crescita possono diventare indicatori tanto importanti quanto i metri cubi d'acqua o i chilowattora consumati. Alcune buone pratiche prevedono sondaggi periodici interni, momenti di confronto e sistemi molto semplici – anche visivi – attraverso i quali il team può comprendere quali obiettivi siano stati raggiunti e quali richiedano ancora attenzione. La sostenibilità diventa così un processo culturale, non semplicemente tecnico. Ed è proprio qui che ambiente, organizzazione e qualità dell'ospitalità iniziano a incontrarsi: collaboratori coinvolti comprendono meglio gli obiettivi dell'impresa, partecipano maggiormente al cambiamento e contribuiscono a rendere più coerente anche l'esperienza dell'ospite.

Rendere visibile ciò che spesso non si vede

Misurare, tuttavia, è solo una parte del percorso. La sostenibilità rischia di rimanere qualcosa di astratto se i risultati vengono espressi soltanto attraverso numeri. La sfida è, quindi, tradurre questi numeri in qualcosa che gli ospiti e collaboratori possano immediatamente comprendere. Un ultimo consiglio può essere proprio quello di rendere visibili e facilmente interpretabili i risultati raggiunti. I dati relativi alla CO^2 risparmiata, ad esempio, possono essere trasformati in equivalenze vicine alla vita quotidiana: quante automobili dovrebbero rimanere ferme per ottenere lo stesso risultato oppure quanti chilometri non dovrebbero percorrere. Questi dati possono diventare un semplice pannello grafico da collocare alla reception, magari accanto ai consigli per le escursioni e alle informazioni che l'ospite consulta abitualmente. In questo modo un dato tecnico esce dal rapporto di sostenibilità e diventa comprensibile a colpo d'occhio. È un piccolo esempio di come la sostenibilità possa essere comunicata senza proclami: non raccontando quanto si è sostenibili, ma mostrando in modo semplice e concreto il risultato delle scelte fatte. Risultati che oltre ad essere onorevoli, faranno fare un piccolo sorriso di approvazione a chi li leggerà.

Dal relax al «futuro abitabile»

Longevity, Pet Tourism e IA nella nuova era del turismo trentino

4' e 25"
Stefano Fait

Da febbraio ci è stato raccontato che la crisi nel Golfo avrebbe dato il colpo di grazia al nostro Continente. I dati di questa metà del 2026 ci dicono l'esatto contrario. L'Europa è un motore complesso che ha ripreso a spingere. Il Pil dell'Eurozona cresce allo 0,5% nel secondo trimestre – il ritmo più rapido da cinque trimestri – e la disoccupazione nell'UE è scesa sotto il 6%, toccando i minimi storici dal 1982. Persino l'interscambio di beni industriali con gli Stati Uniti ha segnato il record assoluto di 875 miliardi di euro. Ma la notizia più rilevante per il Trentino arriva da Berlino. Il gigante industriale tedesco si sta risvegliando dalla letargia: la produzione industriale registra aumenti superiori alle attese (più 0,9%), trainata dall'automotive (più 3,6%: davvero sorprendente, alla luce della concorrenza cinese e della crisi dei consumi in Cina) e da un piano storico di espansione fiscale da 500 miliardi di euro destinato a infrastrutture, digitalizzazione e rete elettrica per i data center dell'Intelligenza Artificiale. Nel solo primo semestre del 2026 sono nate in Germania oltre 3.000 nuove startup (più 88% rispetto allo scorso anno), una su tre dedicata all'IA. Che cosa significa tutto questo per noi? Significa che il nostro principale mercato emettitore sta ritrovando fiducia, potere d'acquisto e capacità di investimento. Quando la Germania si rimette in moto, la domanda turistica di qualità verso le Alpi si riaccende immediatamente.

Mentre la macroeconomia torna a sorridere, la composizione della domanda turistica sta attraversando una vera e propria trasformazione antropologica. L'esempio più plastico è il Pet Tourism. I dati ufficiali del 2026 stimano che quasi 4 milioni di famiglie italiane viaggino oggi in compagnia di un cane o di un gatto, generando un valore di comparto che sfiora i 9,5 miliardi di euro. In una società caratterizzata da meno figli, nuclei familiari più piccoli e reti sociali frammentate, l'animale domestico non è un «extra» tollerato a pagamento, ma un membro effettivo della biografia affettiva delle persone. E, come tale, orienta la scelta della destinazione, della struttura, della ristorazione e delle esperienze. Essere un territorio pet-friendly nel 2026 non significa più accettare un animale in camera con un supplemento finale di pulizia. Significa progettare un'infrastruttura affettiva: percorsi dedicati, servizi veterinari integrati, regole chiare, comunicazione professionale e personale addestrato. La montagna trentina possiede un vantaggio naturale straordinario, ma la natura da sola non basta: serve organizzazione e leggibilità. Il cliente con animale domestico non cerca improvvisazione, cerca serenità.

Foto www.pixnio.com

Un altro treno ad alta marginalità sta incrociando l'immobiliare alberghiero: la Longevity Economy. Non stiamo parlando del classico soggiorno benessere con massaggio facciale, ma della convergenza strutturale tra consumer health, biotecnologie, finanza e hospitality. I colossi globali della tecnologia e della ricerca scientifica stanno investendo miliardi nella medicina preventiva e nell'ottimizzazione biologica. Questo cambiamento culturale sta ridefinendo il concetto stesso di lusso. La diagnostica non invasiva, il monitoraggio del sonno, i protocolli per la longevità attiva e la nutrizione ad alta densità funzionale stanno passando da servizi d'élite a requisiti minimi attesi dall'ospite internazionale altospendente. L'hotel non è più soltanto un luogo dove dormire, ma una piattaforma per funzionare meglio. In questo quadro, l'opportunità per il Trentino è immensa: si tratta di elevare le nostre eccellenze naturali — l'aria di montagna, il recupero attivo, le acque sorgive, la filiera agroalimentare alpina e le erbe officinali — a un'offerta di longevità scientificamente autorevole e autentica.

Accanto ai mercati tradizionali e alle nuove élite globali (come l'India, che cerca accoglienza relazionale e garanzie per la famiglia estesa), assistiamo all'ascesa di nuovi bacini d'utenza in Europa centrale. La crescita costante dei salari reali in Paesi come la Polonia sta ampliando in maniera significativa il ceto medio-alto locale con stipendi parametrati in euro. Questo pubblico possiede oggi un potere d'acquisto tale da permettersi vacanze alpine di fascia alta. Non è una tendenza automatica — poiché la competizione tra mete europee è serrata — ma è un bacino potenziale in forte espansione che il nostro ecosistema recettivo deve continuare ad intercettare con collegamenti fluidi, marketing mirato e servizi all'altezza.

In questa architettura complessa, che ruolo gioca la tecnologia? Bisogna evitare due errori: pensare che l'IA possa sostituire l'accoglienza umana, o credere di poterne fare a meno. L'Intelligenza Artificiale migliore è quella che non si vede. È l'infrastruttura cognitiva che lavora dietro le quinte per eliminare l'attrito che rovina l'esperienza: burocrazia all'arrivo, tempi di attesa, profilazioni caotiche, gestione dinamica dei prezzi, ottimizzazione dei consumi energetici e previsione dei flussi. Se la tecnologia fredda produce la sensazione di essere sorvegliati, la tecnologia ben integrata produce la sensazione di essere curati. L'algoritmo deve liberare l'albergatore e il suo staff dalle incombenze logistiche per restituire loro la risorsa più preziosa in assoluto: il tempo della relazione umana, dell'ascolto e del calore genuino.

La conclusione di questo ciclo è chiara: il turismo sta definitivamente uscendo dalla dimensione dell'intrattenimento passeggero per diventare una vera e propria infrastruttura di vita. Il viaggio si configura ormai come un'infrastruttura di salute, volto a mantenerci biologicamente attivi e performanti; un'infrastruttura affettiva, guidata dalle esigenze delle nuove famiglie e degli animali domestici; un'infrastruttura sociale, capace di offrire comunità temporanee e senso di appartenenza in un mondo sempre più isolato; e infine un'infrastruttura cognitiva, in cui il digitale ha il compito di semplificare la complessità e regalarci tranquillità. Per il territorio trentino, la domanda strategica per i prossimi anni non può più essere semplicemente "Quanti turisti possiamo ospitare quest'anno?", bensì: «Quali vite temporanee siamo in grado di rendere possibili?». Il viaggiatore di questo decennio non cerca soltanto una settimana di stacco dalla realtà, ma una versione più sana, più forte, più lucida e più serena di se stesso. Il territorio e la struttura ricettiva capaci di garantire questo risultato non venderanno più soltanto stanze d'albergo: venderanno futuro abitabile.

Il valore delle connessioni: dentro il club delle eccellenze

Un progetto promosso da Riva del Garda Fierecongressi che trasforma networking, competenze ed esperienze in opportunità concrete di sviluppo

2' e 53"

La capacità di generare valore non dipende soltanto dall'eccellenza del singolo prodotto o servizio, ma sempre più dalla qualità delle relazioni che un territorio e le sue imprese sono in grado di attivare e coltivare nel tempo. È da questa consapevolezza che nasce il Club delle Eccellenze, progetto promosso da Riva del Garda Fierecongressi, realtà che da oltre 50 anni opera come motore di sviluppo economico attraverso attività fieristiche e congressuali, creando contesti in cui le imprese possano incontrarsi e collaborare in modo autentico e strutturato.

Nato nel 2023, fortemente voluto dal presidente **Roberto Pellegrini**, il Club si è progressivamente affermato come una piattaforma qualificata di connessione tra aziende, professionisti e associazioni, pensata per offrire opportunità concrete di networking, visibilità e crescita. Un hub in cui relazioni, esperienze e competenze diventano strumenti concreti di sviluppo, con l'obiettivo di superare la logica dell'incontro occasionale, in cui ogni interazione possa evolvere nel tempo e trasformarsi in opportunità reali. Il principio alla base rimane invariato: le connessioni qualificate generano fiducia, la fiducia abilita la collaborazione e la collaborazione produce sviluppo. Con il ciclo 2026/2027, il Club compie un ulteriore salto evolutivo: da spazio di networking si trasforma in un vero e proprio hub dinamico in cui competenze, esperienze e visioni si incontrano per generare valore condiviso.

Un progetto in evoluzione: innovazione, competenze e visione

Il percorso del Club delle Eccellenze si sviluppa attraverso una serie di appuntamenti che uniscono networking, formazione e visione strategica.

I primi incontri del nuovo ciclo hanno affrontato temi centrali per le imprese: dalle nuove tecnologie applicate ai modelli di business al ruolo dell'innovazione nella crescita aziendale. Spazio anche alla comunicazione come leva di posizionamento e sviluppo professionale, con particolare attenzione alla capacità di parlare in pubblico per consolidare autorevolezza, generare fiducia e rafforzare le relazioni di business. Infine, il tema della selezione e attrazione dei talenti, in un mercato del lavoro sempre più diversificato. Il progetto è un ambiente in cui il networking non è mai casuale, ma progettato e accompagnato. Il cuore operativo del progetto è rappresentato dai nuovi format esclusivi – dagli Expert Lab, momenti di approfondimento su temi strategici, ai Club Spotlight, dedicati alla valorizzazione di progetti e competenze, fino alle sessioni di Speed Networking, pensate per facilitare incontri mirati tra decision maker. In questo contesto, si configura come uno spazio in cui la conoscenza reciproca si traduce rapidamente in opportunità concrete di business.

Le aziende e le associazioni aderenti possono così condividere competenze, raccontare la propria identità e attivare nuove collaborazioni, inserendosi in un sistema strutturato che favorisce connessioni reali e durature.

Una visione condivisa tra impresa, istituzioni e territorio

Accanto alle dimensioni business e formativa, il progetto intreccia e valorizza relazioni tra imprese, istituzioni e associazioni locali, con un'attenzione crescente anche alla dimensione culturale e sociale del territorio. Il Club delle Eccellenze si apre infatti alla promozione di eventi culturali e tematici, resi possibili grazie al supporto della community, con l'obiettivo di generare un impatto positivo più ampio. Le aziende e le associazioni che aderiscono possono scegliere tra diversi livelli di membership – Member, Partner e Prime – entrando a far parte di una community selezionata e contribuendo anche allo sviluppo qualitativo del sistema economico e relazionale locale. A completare l'ecosistema, la componente digitale rappresenta un elemento chiave di continuità: l'app del Club delle Eccellenze estende le relazioni oltre l'evento fisico, abilitando matchmaking, interazione e gestione dei contatti in un flusso continuo di opportunità. «Con questo progetto intendiamo rafforzare ulteriormente il nostro ruolo di punto di riferimento per il tessuto economico e associativo - ha dichiarato la Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi **Alessandra Albarelli** - mettendo a disposizione il nostro know-how e la nostra capacità di facilitare relazioni».

Trentino Travel Assistant: l'intelligenza artificiale entra nell'esperienza di accoglienza

Foto Archivio Trentino Marketing

Un nuovo strumento dell'ecosistema Mio Trentino mette l'AI al servizio dell'accoglienza e della conoscenza del territorio

3' e 27"

Negli ultimi anni l'ecosistema digitale del turismo trentino si è arricchito di strumenti pensati per rendere più semplice l'accesso alle informazioni e accompagnare l'ospite prima e durante il soggiorno.

Tra questi c'è oggi Trentino Travel Assistant, il servizio basato sull'intelligenza artificiale disponibile nell'ecosistema Mio Trentino e VisitTrentino.

Uno strumento che consente all'ospite di dialogare in modo naturale con la destinazione e ricevere in pochi secondi suggerimenti e itinerari costruiti sui propri interessi, sul periodo di viaggio e sulle esigenze del momento.

Dalla ricerca generica ad una proposta su misura per l'ospite

Il funzionamento è davvero semplice. L'ospite indica dove si trova o dove vuole andare, con chi viaggia e cosa gli interessa. Il Travel Assistant, disponibile in più lingue, restituisce proposte personalizzate e modificabili: esperienze, luoghi da visitare, attività outdoor, ristorazione, itinerari, servizi e informazioni utili.

Può aiutare una famiglia a organizzare una giornata di pioggia, suggerire una passeggiata adatta al tempo disponibile, individuare un'esperienza legata ai prodotti locali oppure integrare il programma con indicazioni sulla mobilità. La conversazione può continuare durante il soggiorno e adattarsi alle nuove esigenze.

La differenza rispetto ai chatbot generalisti sta soprattutto nella qualità delle informazioni che alimentano il servizio. Trentino Travel Assistant dialoga con la banca dati ufficiale del territorio, costruita e aggiornata attraverso la Trentino Guest Platform con il contributo di Trentino Marketing, delle 12 Aziende per il Turismo e degli operatori del sistema. Questo permette di restituire suggerimenti affidabili, certificati e costantemente aggiornati.

Il Travel Assistant agisce così come un vero concierge digitale: valorizza luoghi, eventi, percorsi outdoor e proposte enogastronomiche, integra le opportunità legate alla Trentino Guest Card e supporta gli spostamenti con informazioni su mobilità, linee, orari e fermate. Quando la richiesta richiede un supporto più specifico, il contatto diretto con le Aziende per il Turismo rimane sempre attivo, mantenendo centrale la relazione con il territorio.

Foto Archivio Trentino Marketing

Uno strumento utile ed efficace anche per chi accoglie

Per una struttura ricettiva il Travel Assistant può diventare un valido supporto nella relazione con l'ospite.

Alla reception arrivano ogni giorno domande molto diverse: cosa possiamo fare oggi? Quale passeggiata è adatta ai bambini? Come raggiungiamo quella località con i mezzi pubblici? Dove possiamo mangiare vicino al nostro itinerario?

La qualità dell'accoglienza continuerà a dipendere dalla conoscenza, dall'esperienza e dalla capacità di relazione delle persone. Il digitale può però affiancare questo lavoro, soprattutto quando l'ospite cerca nuove ispirazioni, vuole modificare rapidamente il programma oppure desidera esplorare opportunità che vanno oltre quelle già conosciute.

Provare direttamente il servizio permette anche agli operatori di comprenderne meglio le possibilità. Una richiesta formulata come farebbe un proprio ospite restituisce immediatamente la logica dello strumento e aiuta a capire quando può essere utile suggerirlo durante il soggiorno.

I primi segnali di utilizzo

I dati dei primi mesi offrono alcune indicazioni interessanti. Dal lancio del 14 maggio sono state avviate oltre 55 mila conversazioni.

Nel 36% dei casi il dialogo ha prodotto un contenuto ad alto valore per l'esperienza di viaggio: un itinerario articolato su più giornate oppure il suggerimento mirato di attività da vivere sul territorio. Accanto alla ricerca di ispirazioni emergono richieste puntuali su singole attività, trasporti, Guest Card, alloggi e meteo.

Sono comportamenti che mostrano come l'ospite utilizzi il servizio sia per pianificare sia per orientarsi una volta arrivato in destinazione. Ed è proprio questa continuità tra il «prima» e il «durante» della vacanza a rappresentare uno degli aspetti più interessanti del progetto.

Innovazione e accoglienza, insieme

Perché il sistema funzioni, la qualità delle informazioni resta decisiva. Orari, descrizioni, servizi ed esperienze aggiornati nella piattaforma alimentano direttamente le risposte che arrivano agli ospiti. È qui che emerge il valore del lavoro condiviso: Apt, strutture ricettive, operatori delle esperienze, servizi del territorio e Trentino Marketing, contribuiscono allo stesso ecosistema digitale. Più le informazioni sono complete e aggiornate, più la destinazione riesce a presentarsi in modo coerente e utile.

Trentino Travel Assistant aggiunge così una nuova possibilità a quelle già offerte da Mio Trentino e Trentino Guest Card: rende più semplice trasformare l'ampiezza dell'offerta territoriale in suggerimenti pertinenti per il singolo ospite.

Per chi lavora ogni giorno nell'accoglienza, conoscerlo significa avere a disposizione un servizio in più per la propria struttura e i propri clienti e vedere concretamente come il contributo di ciascun operatore entra in un sistema che rende il soggiorno in Trentino sempre più semplice, personale e connesso al territorio.

Scopri il Travel Assistant e i materiali disponibili per le strutture su: visittrentino.info/travel-assistant.

Crescita trentino 2026, le domande di agevolazione in procedura automatica

Dal 15 settembre è possibile inviare le richieste di incentivo

2' e 28"
Andrea Rudari

La Provincia di Trento ha riaperto i termini per la presentazione delle domande di contributo relative all'annualità 2026 nell'ambito dell'intervento «Crescita Trentino»: a partire dal 15 settembre è disponibile la piattaforma informatica attraverso la quale le imprese interessate potranno presentare le proprie istanze, che saranno esaminate mediante procedura automatica. È possibile presentare un'unica domanda annuale, rendicontando le spese già sostenute nei 18 mesi precedenti la data di invio della stessa; gli investimenti delle imprese vengono sostenuti attraverso una serie articolata di misure agevolative, ciascuna caratterizzata da specifiche condizioni, soglie di spesa e percentuali di contributo. Tra gli interventi che possono rientrare nell'agevolazione sono previsti, in particolare, gli investimenti fissi (opere e acquisto di beni mobili), quelli relativi ai veicoli aziendali, nonché quelli destinati alla realizzazione o al potenziamento di sistemi di sicurezza e videosorveglianza. Sono, inoltre, agevolabili gli investimenti finalizzati alla transizione energetica e al miglioramento dell'efficienza energetica (quali ad esempio impianti fotovoltaici e di cogenerazione). La misura comprende anche specifici interventi relativi all'assicurazione dei rischi sui crediti commerciali, alle attività di consulenza per l'internazionalizzazione, alla realizzazione e allo sviluppo di siti web e ai progetti di ricerca.Particolare attenzione dovrà essere prestata alla documentazione da predisporre e allegare alla domanda. In fase di presentazione sarà, infatti, necessario fornire l'elenco delle spese sostenute e la relativa attestazione di verifica delle spese. Per alcune specifiche misure agevolative è, inoltre, richiesta un'attestazione tecnica rilasciata da esperti specializzati, necessaria, in particolare, per gli interventi riguardanti l'ambiente, i progetti di internazionalizzazione e i progetti di ricerca. L'entità delle agevolazioni non è uniforme per tutte le tipologie di investimento, ma variano in funzione della specifica misura. Sono, infatti, previste differenti soglie minime e massime di spesa ammissibile e diverse percentuali di incentivo. A titolo esemplificativo, per lavori e opere è previsto un contributo pari al 15% della spesa ammissibile, mentre per gli investimenti destinati ai sistemi di sicurezza la percentuale di contributo può arrivare al 60%. In ogni caso, l'importo massimo di spesa ammissibile per ciascuna domanda è pari a 300.000 euro, anche qualora la stessa domanda comprenda più misure agevolative e più sottomisure. L'agevolazione viene concessa in regime «de minimis» e, conseguentemente, la possibilità di accesso al contributo deve essere valutata anche tenendo conto degli eventuali altri aiuti già ottenuti dall'impresa nel periodo di riferimento previsto dalla normativa. L'incentivo è rivolto a piccole, medie e grandi imprese che siano in possesso dei requisiti richiesti e che rispettino le condizioni previste sia dalle disposizioni generali di «Crescita Trentino» sia dalle singole misure agevolative. Tra i principali requisiti richiesti rientra la regolarità contributiva nei confronti degli enti previdenziali e assistenziali, che deve risultare da un DURC valido. È, inoltre, previsto l'obbligo di applicare ai dipendenti uno dei contratti di lavoro individuati dalla Giunta provinciale, secondo quanto stabilito dalla disciplina dell'intervento. Un ulteriore requisito riguarda la stipula delle polizze assicurative a copertura dei danni previste dalla normativa vigente, la cui presenza deve essere verificata in relazione alla situazione specifica dell'impresa e agli obblighi applicabili. Le imprese interessate possono rivolgersi ai nostri uffici per una prima verifica della possibile ammissibilità degli investimenti e per ricevere indicazioni in merito alla documentazione da predisporre.

Fondo di solidarietà del Trentino: prestazioni integrative

Naspi integrativa per i lavoratori stagionali e programmi formativi

2' e 10"
Nicola Minatti

Il Fondo di solidarietà del Trentino assicura ai lavoratori dipendenti dei datori di lavoro privati rientranti nel suo campo di applicazione tutele in costanza di rapporto di lavoro e può finanziare ulteriori interventi di natura economica e formativa. Tra questi rientrano le prestazioni integrative della Naspi per i lavoratori stagionali e il sostegno a programmi di formazione, riconversione e riqualificazione professionale.

Prestazioni integrative alla Naspi

La prestazione è rivolta ai lavoratori dei settori del turismo e degli stabilimenti termali, del commercio al dettaglio, della ristorazione e degli impianti a fune. Per accedere al beneficio è necessario essere privi di occupazione e aver fruito della Naspi per l'intera durata, aver lavorato come stagionali per almeno 26 settimane, anche non continuative, nei 12 mesi precedenti la domanda e aver percepito la Naspi per un periodo non superiore a quattro mesi. L'indennità copre la differenza tra i quattro mesi e il periodo di Naspi già percepito, per un massimo di un mese. È erogata direttamente dall'Inps dal giorno successivo alla conclusione della Naspi ordinaria, mentre il Fondo di solidarietà del Trentino provvede alla relativa contribuzione correlata. È inoltre prevista una prestazione specifica per i lavoratori privi di occupazione che abbiano fruito della Naspi per l'intera durata e che, alla cessazione del rapporto di lavoro, abbiano compiuto 58 anni. In questo caso è riconosciuto un mese di indennità, di importo pari all'ultima Naspi percepita.

Programmi formativi

Il Fondo può contribuire al finanziamento di programmi di formazione finalizzati alla qualificazione del personale, al miglioramento organizzativo, all'accrescimento delle competenze, alla riconversione e riqualificazione professionale, anche nell'ambito di processi di riorganizzazione aziendale. L'accesso ai contributi richiede, di norma, un accordo con le rappresentanze sindacali aziendali o, in loro assenza, territoriali. L'accordo non è necessario quando la formazione è prevista da contratti collettivi territoriali di settore o intersettoriali sottoscritti dalle associazioni datoriali e organizzazioni sindacali provinciali firmatarie dell'accordo istitutivo del Fondo. È comunque obbligatoria una comunicazione preventiva al Fondo e alle rappresentanze sindacali, con indicazione di data di avvio, durata, lavoratori coinvolti e contenuti della formazione. La comunicazione deve essere inviata tramite Pec alla Direzione provinciale Inps di Trento all'indirizzo direzione.provinciale.trento@postacert.inps.gov.it.

Il contributo per le ore di formazione non può superare la corrispondente retribuzione lorda dei lavoratori interessati, tenuto conto dell'eventuale concorso di altri finanziamenti provinciali, nazionali o europei calcolati sulla medesima base. Alla domanda deve essere allegata la dichiarazione del datore di lavoro che attesti periodo e ore di formazione, numero dei lavoratori coinvolti e importo finanziato. Le richieste possono essere presentate dal giorno successivo alla conclusione della formazione e comunque entro il sesto mese dalla sua conclusione, oppure dalla data dell'accordo se successiva.

46

Dubbi settembre 2026

2' e 27"

Foto www.publicdomainpictures.net

Vorrei ospitare nella piscina del mio hotel, gli ospiti degli alberghi vicini. Come mi devo comportare?

«Con riferimento a quanto richiesto, ricordiamo che le piscine degli hotel sono normalmente classificate come categoria A.2. Il Decreto del presidente della Provincia 8 giugno 2009, n. 9-11/Leg. definisce tale categoria come: "piscine ad uso collettivo accessibili ai soli ospiti, clienti o soci, inserite in strutture già adibite in via principale a pubblici esercizi e, in particolare, ad attività ricettive turistiche o agrituristiche, collegi, convitti, scuole, comunità o altre collettività, case di riposo, palestre, centri estetici, circoli e associazioni". Anche l'utilizzo occasionale della piscina come servizio accessorio per clienti che usufruiscono del solo servizio di ristorazione può rientrare nella suddetta classificazione, purché il ristorante sia autorizzato a servire anche clientela esterna. In tal caso, quindi, gli ospiti che pernottano presso un'altra struttura potrebbero accedere alla piscina in quanto fruitori di un servizio collegato all'attività di pubblico esercizio. Qualora, invece, il ristorante non sia aperto alla clientela esterna, l'utilizzo della piscina può essere valutato ai sensi dell'art. 6, che prevede la possibilità di stipulare un apposito accordo tra i titolari di due o più strutture ricettive per l'utilizzo comune di piscine ad uso collettivo inserite in strutture destinate principalmente ad attività ricettive. In tal caso, l'impianto deve essere accessibile esclusivamente agli ospiti, clienti o soci delle strutture coinvolte. Per questa seconda opzione è necessario effettuare una comunicazione al Servizio Turismo. È comunque opportuno richiedere preventivamente un parere al Servizio Turismo e all'Asuit per una valutazione preliminare sulla concreta fattibilità nel caso specifico».

È sufficiente comunicare le informazioni relative alla sicurezza e all'utilizzo del centro benessere tramite degli avvisi a disposizione degli ospiti nelle stanze o nel centro benessere, oppure se è necessario far firmar loro una sorta di liberatoria in cui si assumono la responsabilità dell'utilizzo delle strutture del centro benessere, del consumo di succhi e tisane, dell'applicazione di prodotti cosmetici previa segnalazione di allergie.

«In linea generale, non è necessario richiedere agli ospiti la sottoscrizione di una liberatoria per l'utilizzo del centro benessere, purché la struttura adempia correttamente ai propri obblighi di informazione. A tal fine, è opportuno predisporre un regolamento chiaro e una cartellonistica adeguata, collocata nelle aree interessate (o resa comunque facilmente accessibile agli ospiti), contenente:

- le istruzioni e le regole per l'utilizzo delle diverse aree del centro benessere (piscina, sauna, bagno turco, idromassaggio, ecc.);
- le eventuali controindicazioni;
- le avvertenze di sicurezza;
- le indicazioni per il corretto utilizzo delle attrezzature.

Per quanto riguarda il consumo di succhi, tisane e altre bevande, è necessario fornire agli ospiti un'adeguata informazione in merito agli allergeni, analogamente a quanto già previsto per il servizio di ristorazione. In particolare, qualora siano presenti uno o più dei 14 allergeni individuati dallo specifico Regolamento europeo (ad esempio latte, sedano, frutta a guscio, soia, ecc.), tali allergeni devono essere chiaramente indicati. In alternativa, è possibile mettere a disposizione degli ospiti l'elenco completo degli ingredienti di ciascuna bevanda, evidenziando gli allergeni, purché tali informazioni siano facilmente accessibili prima del consumo. L'eventuale sottoscrizione di una liberatoria, oltre a non essere generalmente necessaria, comporterebbe poi il trattamento di dati personali degli ospiti, con i conseguenti adempimenti previsti dalla normativa in materia di protezione dei dati personali».

OGD
Illustrazione:
Elia Rossi

Forza dalla Natura.

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

A fianco degli operatori del settore turistico,

Contattaci oggi per ottenere le migliori agevolazioni.

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

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

100% ENERGIA PULITA · DOLOMITI ENERGIA

CAPE
CONSORZIO ACQUISTO PRODOTTI ENERGETICI

Vivi le finestre in modo nuovo.

Ti aspettiamo in uno Studio Finstral.

finstral.com/studios

FINSTRAL