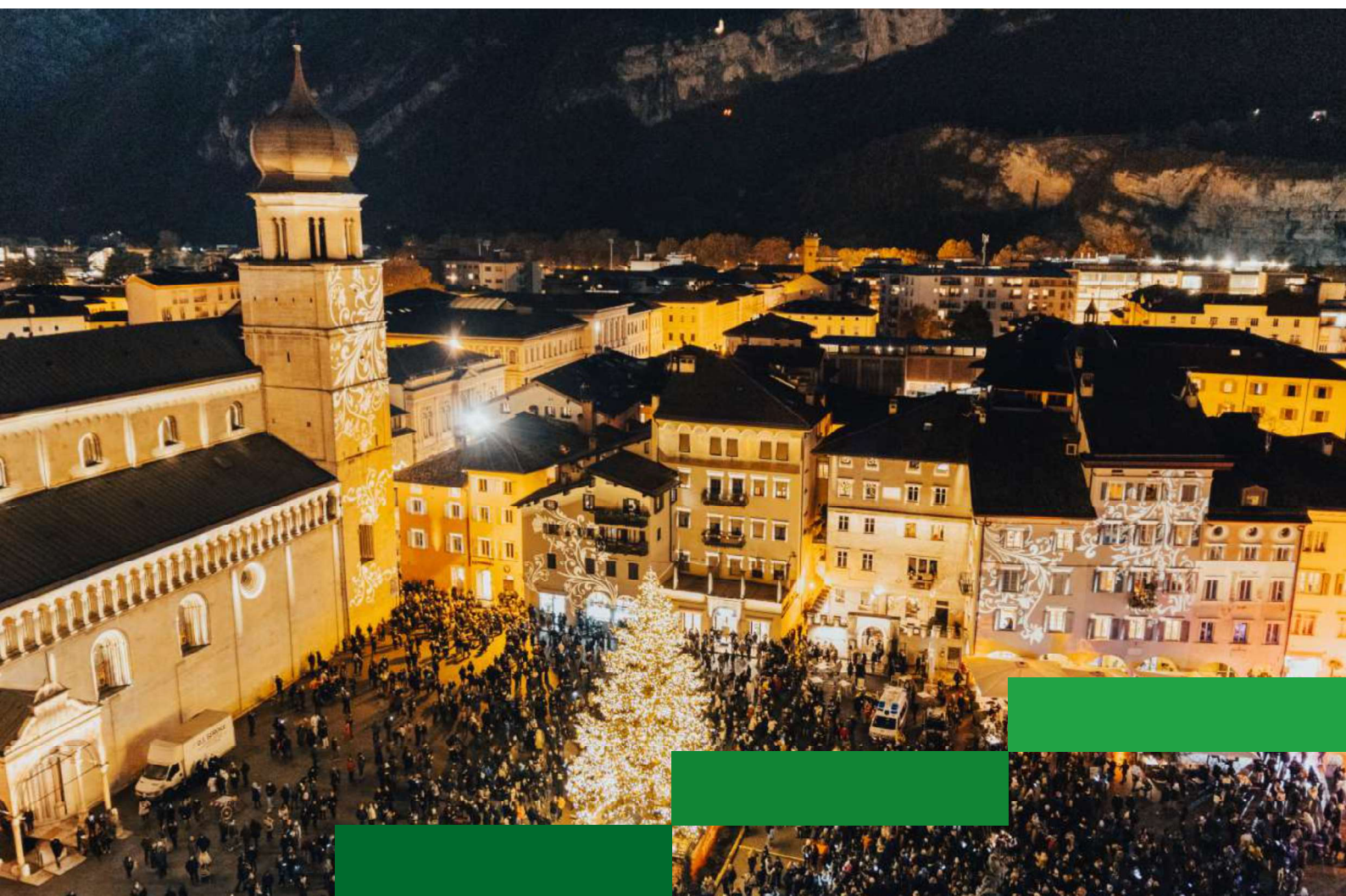


# Piano operativo Budget di previsione anno 2026

Azienda per il Turismo Trento



## **Azienda per il Turismo Trento s. cons. a r.l**

### **Trento – Sede legale**

Via Torre Verde, 7 – 38122 Trento  
office@visittrento.it

### **Trento – Ufficio Informazioni**

Piazza Dante, 24 – 38122 Trento  
info@visittrento.it

### **Monte Bondone – Ufficio Informazioni**

Strada di Vaneze, 13 – 38123 Trento  
info@visittrento.it

### **Garniga Terme – Ufficio Informazioni**

Via Bagni di Fieno, 18 – 38060 Garniga Terme  
info@visittrento.it

### **Altopiano di Piné – Ufficio Informazioni**

Via Cesare Battisti, 110 – 38042 Baselga di Piné  
info@visittrento.it

Centralino unico: Tel. 0461.216000  
visittrento.it

Foto: archivio APT Trento  
Impulso Factory, A. Catarozzi



# PIANO OPERATIVO BUDGET DI PREVISIONE ECONOMICO ANNO 2026

Documento Assemblea dei Soci del 18 dicembre 2025

Azienda per il Turismo Trento s. cons. a r.l.

---

Sede legale: Via Torre Verde, 7 - 38122 Trento  
REA di Trento n. 182232  
Capitale sociale interamente versato euro 530.000,00  
C.F - P. IVA 01850080225



# SOMMARIO

---

<b>1. PIANO OPERATIVO 2026.....</b>	<b>4</b>
1.1. Le strategie dell'azienda .....	5
1.2. Attività, progetti e iniziative per l'anno 2026.....	6
1.2.1. Attività istituzionale - marketing turistico territoriale.....	10
1.2.2. Attività commerciale.....	27
<b>2. BUDGET ECONOMICO DI PREVISIONE 2026 .....</b>	<b>27</b>
2.1. Ricavi previsti 2026 .....	27
2.2. Costi previsti 2026 .....	28
<b>3. BILANCIO DI PREVISIONE CEE 2026 .....</b>	<b>30</b>
<b>4. RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE, SOSTENIBILITA' FINANZIARIA-ECONOMICA.....</b>	<b>33</b>

Presidente Franco Aldo Bertagnolli

Innovazione, visione condivisa e collaborazione per un territorio che cresce

Il turismo continua a essere uno dei settori più dinamici dell'economia mondiale, capace di generare valore e nuove opportunità occupazionali. Questa crescita costante rende il nostro territorio un contesto ideale per sviluppare progetti innovativi e capaci di valorizzarne le unicità.

Nel corso dell'anno la nostra Azienda ha orientato il proprio lavoro verso un rinnovamento dell'offerta, investendo in cultura, outdoor, enogastronomia e sostenibilità. È stato decisivo il dialogo continuo con istituzioni, operatori e partner del territorio, con cui abbiamo costruito iniziative integrate e una visione comune di sviluppo. In questo percorso APT continuerà a svolgere un ruolo di coordinamento, favorendo sinergie e sostenendo l'evoluzione dei prodotti turistici per un'esperienza completa e diversificata, che unisce il dinamismo urbano di Trento con le bellezze naturali del Monte Bondone e dell'Altopiano di Piné.

Guidati da una visione orientata all'innovazione, riteniamo essenziale comprendere sempre meglio i bisogni dei visitatori e adattare le strategie a un mercato in continuo cambiamento. Continueremo a lavorare per aumentare l'efficacia delle nostre azioni — dallo sviluppo dei prodotti alla promozione, dalla commercializzazione alla gestione dei servizi informativi — sostenendo gli operatori e incrementando le entrate private dell'Azienda per il Turismo.

Direttore Matteo Agnolin

Guidare lo sviluppo: un territorio urbano-alpino che cresce insieme

Negli ultimi anni la nostra Azienda ha ripensato il proprio ruolo, affermandosi come catalizzatore di sviluppo e come riferimento per l'identità della destinazione. Le linee strategiche adottate hanno dato forma a una visione più moderna, accessibile e sostenibile del territorio, capace di guardare lontano.

Guidando progetti e processi decisionali, abbiamo assunto una funzione di regia che ha favorito il dialogo con istituzioni, operatori e comunità. Questa rete di collaborazione è essenziale per amplificare l'impatto positivo del turismo e costruire una filiera più equilibrata e responsabile. La nostra strategia si fonda sui tre assi della sostenibilità — sociale, economica e ambientale — che continueranno anche nel 2026 a orientare azioni capaci di generare valore condiviso, reinvestimento locale e cura dell'equilibrio urbano-alpino.

Il 2026 sarà un anno di consolidamento e valutazione dei risultati ottenuti nel percorso di riorganizzazione e nelle azioni sviluppate in sinergia con Comune, Provincia, Trentino Marketing, ATA e il consorzio delle APT. Parallelamente rafforzeremo la rete di partnership, coinvolgendo in modo ancora più strutturato gli operatori privati per sostenere iniziative comuni e una crescita territoriale più coesa.

Resteranno centrali il coordinamento progettuale e il marketing dedicato ai nostri asset principali — cultura, outdoor ed enogastronomia — insieme alla promozione del brand cittadino, che esprime i valori fondanti della nostra identità: pluralità, organizzazione, contemporaneità e capacità di sorprendere. Un posizionamento che rafforza la nostra identità di città urbano-alpina, dove la qualità della vita, insieme alla ricchezza delle esperienze offerte, diventa il nostro elemento caratterizzante.

Desidero ringraziare tutti coloro che ci accompagnano in questo percorso con competenza e professionalità, contribuendo a costruire insieme un futuro sempre più solido e luminoso per il nostro territorio.

## 1. PIANO OPERATIVO 2026

Il Piano Operativo e Budget economico di previsione 2026 è uno strumento, approvato dall'Assemblea dei Soci, volto a comunicare gli obiettivi dell'Azienda per il Turismo Trento per l'anno a venire, all'interno del piano strategico pluriennale. Il territorio rappresentato da APT è quello della città di Trento, del Monte Bondone e dell'Altopiano di Pinè ed in particolare dei Comuni di Trento, Aldeno, Cimone, Garniga Terme, Albiano, Baselga di Pinè, Bedollo e Fornace.

Il 2025 segna la conclusione del ciclo triennale del piano strategico approvato nel 2023, offrendo un'opportunità significativa di valutazione dei risultati conseguiti, di monitoraggio delle attività implementate e di pianificazione di nuove strategie e approcci innovativi. L'Azienda per il Turismo proseguirà nello sviluppo delle proprie azioni strategiche e operative, in piena armonia con le linee guida della Provincia Autonoma di Trento, di Trentino Marketing e delle strategie turistiche condivise con i Comuni dell'ambito territoriale. In primo luogo, si conferma l'impegno all'ampliamento della rete di partnership strategiche, volte a supportare l'operatività dell'Azienda nello sviluppo di progetti che generino valore per l'intero territorio, con particolare attenzione a iniziative culturali e outdoor che arricchiscano l'offerta turistica, promuovano esperienze di qualità e rafforzino l'identità distintiva della destinazione. Tra gli altri obiettivi figurano il miglioramento continuo dell'esperienza turistica, lo sviluppo sostenibile della destinazione, l'innovazione digitale dei servizi e della mobilità, la promozione dell'internazionalizzazione e il consolidamento della presenza nei principali mercati esteri, l'esplorazione di nuovi mercati e la valorizzazione dell'offerta turistica durante le cosiddette "belle stagioni".

Le strategie di marketing e comunicazione continueranno a essere progettate per rafforzare l'attrattività e lo sviluppo turistico dell'intero territorio d'ambito, puntando su un approccio integrato che valorizzi il patrimonio locale, la cura del paesaggio e la collaborazione tra gli operatori. L'obiettivo è trasformare l'esperienza dei visitatori in un racconto coerente e distintivo, che rifletta l'identità autentica e i valori del territorio.

Nel 2025 proseguiranno le attività dell'Agenzia Territoriale d'Area Città, Laghi e Altipiani, insieme a Valsugana, Rovereto e Alpe Cimbra, con progetti condivisi volti a promuovere il territorio in modo sostenibile. Coerentemente con questo percorso, nel 2024 l'area di Trento, Monte Bondone e Altopiano di Pinè ha ottenuto la certificazione di destinazione sostenibile, riconoscimento che ha coinvolto operatori, istituzioni e comunità locali secondo l'Agenda 2030 e i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Parallelamente, il Consorzio delle APT del Trentino continuerà a potenziare servizi, competenze ed economie di scala, migliorando la gestione interna, la semplificazione dei processi e il supporto nella scelta dei fornitori con particolare attenzione a tre aree strategiche di intervento: privacy, modello 231 e assicurazioni.

## 1.1. Le strategie dell'azienda

Il percorso strategico della nostra Azienda entra nel 2026 consolidando e ampliando quanto definito nel piano pluriennale 2023-2025, con un'attenzione sempre maggiore allo sviluppo integrato del territorio e al rafforzamento del posizionamento della destinazione. La visione rimane quella di una destinazione "smart" nel cuore del Trentino, hub naturale e punto di accesso verso i territori circostanti. In questa prospettiva, si supera la visione tradizionale dei confini tra le aziende turistiche, privilegiando un approccio unitario che permetta agli ospiti di cogliere il valore complessivo del Trentino e di vivere la città di Trento come punto centrale per esperienze e servizi anche al di fuori del contesto urbano.

La recente evoluzione della legge provinciale sul turismo ha ulteriormente ridefinito il ruolo dell'APT, trasformandola da semplice ente di comunicazione a protagonista dello sviluppo della destinazione e dei suoi prodotti principali. In quest'ottica, il project management orientato ai settori cultura, outdoor ed enogastronomia diventa un motore strategico. Tra i progetti chiave figurano il coordinamento del tavolo musei cittadino e lo sviluppo di un territorio curato e accessibile, concepito come un vero e proprio "outdoor park" per residenti e visitatori. Il progetto integra sport e attività all'aperto, con l'obiettivo di preservare, valorizzare e mantenere sentieri e percorsi di Trento, Monte Bondone e Altopiano di Piné, garantendo equilibrio tra ecosistema, comunità e ospite.

La strategia della nostra Azienda per il 2026 si concentra quindi sul miglioramento continuo dell'esperienza turistica e della qualità dei servizi, attraverso la creazione di un sistema integrato e collaborativo in cui il coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder rappresenta un punto di forza. In questa ottica sono orientate le attività di sviluppo prodotto, formazione e innovazione, accoglienza e servizi all'ospite, comunicazione e partnership con gli operatori su iniziative specifiche. La centralità del ruolo dell'APT emerge anche nella gestione efficace delle risorse economiche pubbliche e private, ottimizzate per generare benefici tangibili sul territorio.

La strategia di comunicazione che APT ha avviato nella seconda metà del 2025 e che prenderà ancora più struttura nel 2026, si sviluppa attorno a un ecosistema digitale integrato, in cui sito web, canali social e piattaforme di sistema – come i totem informativi – dialogano in modo continuo e funzionale. L'obiettivo è costruire un mondo digitale interconnesso, dove tutte le informazioni siano chiare, complete, coerenti e facilmente fruibili, con contenuti testuali e visivi organizzati in modo user-friendly per garantire massima comprensione e ispirazione. Questo approccio consente agli utenti di navigare senza soluzione di continuità tra i diversi touchpoint – dal sito web ai social fino ai dispositivi sul territorio – trasformando la comunicazione in un'esperienza funzionale, coinvolgente e coerente. Il digitale diventa così il cuore della strategia, rafforzando la promozione della destinazione, valorizzando prodotti ed esperienze turistiche e guidando il visitatore alla scoperta del territorio in modo chiaro, emozionale e immediatamente fruibile.

Per il 2026, uno dei progetti principali sarà la cura e la valorizzazione dei percorsi outdoor sul territorio, attraverso la creazione di una rete di professionisti competenti in materia coordinate dalla nostra azienda. Queste figure saranno dedicate alla manutenzione dei sentieri, dei percorsi cicloturistici e delle aree naturalistiche, garantendo sicurezza, accessibilità e fruibilità per residenti e visitatori. L'iniziativa mira non solo a preservare e migliorare le infrastrutture esistenti, ma anche a promuovere un rapporto rispettoso e sostenibile con l'ambiente, valorizzando il territorio come spazio da vivere, esplorare e scoprire in modo consapevole.

Al centro delle aree di sviluppo per il 2026 si colloca la città di Trento, immaginata come un vero e proprio hub strategico in cui turismo, comunità e tessuto economico locale si incontrano e si valorizzano reciprocamente. Negozi, bar, ristoranti e attività commerciali diventano parte integrante di un ecosistema urbano capace di accogliere i visitatori, distribuendo in maniera equilibrata i flussi turistici e promuovendo

esperienze che coinvolgano diversi quartieri e angoli della città. L'approccio mira non solo a incrementare l'attrattività complessiva della destinazione, ma anche a generare un impatto positivo tangibile sulle attività locali e sul senso di appartenenza della comunità, trasformando ogni visita in un'opportunità di scoperta e di interazione autentica con la città. Si punterà inoltre al rafforzamento della rete culturale provinciale, alla creazione di esperienze enoturistiche attrattive e alla sostenibilità come filo conduttore dell'intero sviluppo territoriale, concepita come modello integrato che unisce dimensione sociale, economica e ambientale.

## 1.2 Attività, progetti e iniziative per l'anno 2026

Il presente piano operativo 2026 presenta di seguito una sezione dedicata alle attività istituzionali di interesse generale e di marketing turistico territoriale ed una relativa all'attività commerciale. La prima annovera tutti i progetti e le azioni di marketing strategico e operativo volti alla definizione, allo sviluppo e alla promozione della proposta turistica del territorio d'ambito verso i target di riferimento. La seconda riguarda invece tutte le attività di natura commerciale legate alla vendita di prodotti e servizi e derivanti da entrate private.

### 1.2.1. Attività istituzionale – marketing turistico territoriale

L'art. 7 della legge sulla promozione turistica provinciale 2020 descrive in maniera puntuale le attività che le APT sono chiamate a svolgere, al fine del presidio della qualità dell'ospitalità e dell'esperienza del turista e della sua fidelizzazione. Tali attività, che trovano collocazione nel Piano Operativo di APT nella sezione istituzionale riferita al marketing turistico territoriale, devono tenere conto delle peculiarità e delle vocazioni dei rispettivi ambiti territoriali e sono tutte identificabili come attività d'interesse generale, ossia finanziabili con risorse pubbliche, sempre nel rispetto della disciplina europea in materia di aiuti di Stato.

#### Art. 7, comma 2 - *Attività delle APT*

##### a) Attività primarie:

1. istituire e svolgere servizi di informazione, di assistenza e accoglienza turistica, nonché porre in essere le attività per la fruizione dei prodotti turistici, nell'ottica della costruzione dell'esperienza turistica;
2. organizzare e promuovere manifestazioni ed eventi nonché coordinare e promuovere quelli realizzati da altri soggetti nell'ambito territoriale;
3. attuare, in ambito locale, i progetti di livello provinciale e gli strumenti di sistema nonché i prodotti sviluppati dalle agenzie territoriali d'area;
4. sviluppare i prodotti turistici di interesse del relativo ambito;
5. valorizzare l'utilizzo delle produzioni locali e le esperienze locali;
6. promuovere i valori del Trentino, con riferimento a quanto previsto dall'articolo 3;
7. affiancare e sostenere gli operatori turistici dell'ambito con riferimento ai seguenti temi:
  - a. coinvolgimento per la definizione e costruzione del prodotto turistico;
  - b. definizione di proposte tematiche e stagionali;
  - c. utilizzo delle piattaforme digitali di sistema;
  - d. coerenza tra il posizionamento della struttura e quello della località;
8. partecipare ai progetti di sviluppo di prodotto turistico attraverso la nomina del proprio rappresentante presso le agenzie territoriali d'area;
9. sviluppare sinergie con i comuni e con le istituzioni presenti nell'ambito per quanto concerne gli interventi correlati e necessari alla valorizzazione turistica del territorio;

##### b) Altre attività:

1. realizzare attività di marketing del proprio ambito con riferimento ai mercati di prossimità o prevalenti;
2. promuovere i marchi delle località;
3. concorrere alla valorizzazione e promozione del patrimonio paesaggistico, artistico, storico e ambientale, anche con riguardo alle iniziative relative all'economia circolare, coerentemente con le finalità della promozione territoriale;
4. promuovere e gestire impianti, servizi e infrastrutture a carattere locale e non di rilevanza economica e di prevalente interesse turistico o sportivo;
5. sostenere iniziative per favorire attività a basso impatto ambientale;

6. promuovere lo svolgimento di servizi di mobilità di utilità collettiva, integrativi dell'offerta turistica, che assicurino migliori condizioni di fruizione del territorio.

### **1.2.1.1. Informazione e accoglienza**

Tra le principali attività di APT vi è quella di assistenza e accoglienza turistica. Gli uffici informazioni rappresentano il biglietto da visita del territorio, luoghi dove l'ospite incontra per la prima volta la destinazione e dove il senso dell'accoglienza rappresenta il filo della narrazione sul quale la località si racconta. Gli uffici informazioni di APT dislocati a Trento, sul Monte Bondone, a Garniga Terme e a Baselga di Piné svolgono un'importante funzione di promozione del patrimonio paesaggistico, storico, culturale ed enogastronomico dell'ambito. La capacità di soddisfare le richieste, i desideri e le esigenze dei turisti con adeguati materiali promozionali e l'abilità di raccontare il territorio sono l'espressione più evidente della qualità del servizio erogato. In particolare, l'Ufficio Informazioni collocato in Piazza Dante, 24 rappresenta un punto di riferimento importante sia per i nostri ospiti che per la comunità locale reso ancora più accogliente, dinamico e smart grazie all'importante progetto di restyling che lo ha visto protagonista nel corso del 2023. Al fine di offrire un servizio all'ospite organizzato e capillare in città, la nostra Azienda ha inoltre ottenuto dal Comune di Trento la concessione di una struttura collocata in Piazza Fiera, destinata all'utilizzo da parte di APT per fini promozionali e di accoglienza turistica o per ospitare realtà del territorio impegnate nell'organizzazione di eventi ed iniziative cittadine.

#### 1.2.1.1.1. Strumenti e attività d'informazione

Nella promozione del nostro territorio e nello svolgimento del servizio d'informazione turistica dei nostri uffici giocano un ruolo molto importante i materiali editoriali, studiati per presentare all'ospite tutte le peculiarità della nostra offerta turistica e integrati da supporti informativi digitali e smart. Coerentemente con i progetti di sviluppo legati ai nostri prodotti di punta, abbiamo sviluppato in questi anni degli strumenti editoriali che potessero aiutare l'ospite nella scoperta del territorio con una linea grafica rinnovata in linea con la nuova brand identity.

La collana di brochure tematiche continua a rappresentare uno strumento strategico di comunicazione dell'offerta territoriale: le pubblicazioni esistenti verranno mantenute e ulteriormente implementate nei contenuti e nella distribuzione, per offrire all'ospite una visione sempre più completa e aggiornata del nostro territorio.

Sul fronte cartografico, la serie di "Experience Map" si conferma uno degli strumenti più apprezzati: mappe illustrate che, attraverso il concetto chiave di esperienza, ispirano l'ospite con una panoramica smart e visivamente attrattiva delle molteplici possibilità offerte dal territorio. A cavallo tra il 2025 e il 2026 la collana si arricchirà, inoltre, con la versione dedicata anche alla città di Trento, che raccoglie in un unico strumento l'intera offerta outdoor che collega la città di Trento al Monte Bondone, guidando l'ospite alla scoperta di un percorso esperienziale completo tra natura, sport e attività all'aria aperta.

Continueranno ad essere distribuite anche la Bike Map dell'Altopiano di Piné, la mappa block della città nel suo formato rinnovato, e la brochure dedicata alla Bicipolitana, strumento prezioso per chi vuole esplorare Trento e il Trentino su due ruote, con indicazione delle ciclovie, dei punti di ricarica per e-bike, dei bicigrill e del bikesharing.

Le brochure hospitality dedicate all'Altopiano di Piné e al Monte Bondone continueranno a essere utilizzate in occasione di fiere, workshop ed eventi promozionali B2B e B2C in Italia e all'estero.

In parallelo, nell'ambito dei lavori per la costruzione della nuova autostazione di Trento, APT sta supportando il Comune nella progettazione e realizzazione della pannellistica dedicata ai viaggiatori in arrivo con il servizio di corriera: un sistema che coniuga un approccio emozionale, per accogliere e ispirare l'ospite fin dal primo momento, con una funzione informativa pratica, orientando chi arriva verso le principali opportunità turistiche del territorio.

#### 1.2.1.1.2. Web e social media

La nostra Azienda ha avviato uno studio per lo sviluppo biennale 2025-2026 di una nuova fase di digitalizzazione dell'hub promozionale ed informativo. In particolare, il progetto prevede l'implementazione di un nuovo ecosistema digitale altamente performante, che permetta di gestire, promuovere e vendere al meglio e in modo innovativo l'offerta del territorio, i suoi servizi, le esperienze e la proposta ricettiva ed enogastronomica. Creare un nuovo ecosistema digitale significa costruire una tecnologia strutturale complessa, che possa partire dalle esigenze e dalle peculiarità del territorio, per arrivare a costruire un sistema integrato di Destination Management System che coinvolga gli operatori e consenta una promocommercializzazione performante dei nostri servizi. La funzione promozionale ed informativa si affianca in questo modo alla creazione di un marketplace efficiente per arrivare ad un ecosistema unico caratterizzato da:

- Navigazione mobile first e user friendly;
- Accessibilità con adeguamento della struttura web ai principi di fruizione delle informazioni online, anche per chi è diversamente abile;
- Web reputation per un hub digitale che presenta l'intera proposta di territorio come entità di valore;
- Integrazioni tecnologiche per migliorare la navigabilità, il servizio booking e la richiesta informazioni;
- Applicativo web di assistenza e informazione al turista K-Tips, un vero e proprio concierge digitale capace di rispondere in modo immediato e personalizzato alle domande del visitatore, disponibile h24 e integrato nel portale;
- K-DeskData, sistema strutturato di raccolta dati offline attivo negli info point e nei musei del territorio, che consente di monitorare i flussi di visitatori, le richieste ricorrenti e i comportamenti in loco, alimentando una base dati preziosa per le strategie di destinazione;
- Relazioni solide tra Istituzioni e stakeholder del territorio.

Il progetto terrà in considerazione la rispondenza ai principi di usabilità propri di un'ottimale User Experience & Service Design, una performante ed emozionale User Interface, rispettando alcuni principi fondamentali:

- coerenza, garantendo uniformità in tutte le pagine e nel sistema di navigazione, con l'obiettivo di finalizzare una navigazione intuitiva, semplice e veloce;
- chiarezza, nell'uso di un Design innovativo pensato per accompagnare l'utente nella navigazione, che consentirà una distribuzione strategica di un'importante mole di contenuti.

Il portale è pensato per informare e creare engagement verso i target di riferimento, comunicando una destinazione urbano-alpina smart capace di abbracciare le nuove frontiere del digitale e dell'innovazione. Un ruolo centrale nel progetto di sviluppo avrà il concept mobile-first, ovvero la predisposizione del portale web per il mobile tramite l'uso di tecniche di Responsive Design e la creazione di un'area operatori dedicata e focalizzata con risorse utili per la programmazione e lo svolgimento del loro lavoro quotidiano. Particolare attenzione sarà inoltre dedicata all'adeguamento del sito alla normativa sulla privacy e nel garantire il rispetto delle norme di accessibilità web e fruizione digitale.

L'evoluzione tecnologica ha modificato totalmente anche le modalità di viaggiare e di pianificare un'esperienza. L'impiego di un CMS con caratteristiche fortemente personalizzabili, contraddistinto dal continuo mantenimento, supporto e rilascio di aggiornamenti e nuove funzionalità sarà condizione fondativa della nuova progettualità. Nel 2026 il lavoro di sviluppo e manutenzione del portale prosegue in stretta collaborazione con Kumbe, partner tecnologico di riferimento, che garantisce il presidio continuo della piattaforma, l'integrazione degli strumenti digitali correlati, tra cui K-Tips e K-DeskData, e il costante aggiornamento delle funzionalità in risposta alle esigenze della destinazione. Nell'anno a venire, si valuterà, inoltre, lo sviluppo di una piattaforma digitale K-Tips da integrare anche al sistema di hospitality TV presso le strutture ricettive del territorio interessate. Il nuovo sistema digitale sarà infine integrato alle principali piattaforme di servizio quali Feratel, la Trentino Guest Platform, mappe e geolocalizzazione ed altri strumenti tecnologici.

Il nuovo sistema digitale sarà caratterizzato da un'Area dedicata ad operatori e stakeholder, alla quale gli stessi potranno accedere con apposite credenziali, per usufruire di una serie di strumenti ed informazioni riservate quali un'area media, dati statistici, dati marketing, strategie, piani operativi, istruzioni pratiche, news, eventi mirati, condivisione materiale, listini confidenziali, calendario iniziative o formativo ed altri strumenti, informazioni e funzionalità. Questa sezione rappresenterà un'evoluzione del progetto "Sito partner", attivato nel 2023, sviluppato per raccontare le progettualità dell'azienda, tenere informati gli operatori su iniziative e novità e spiegare i vantaggi e i servizi riservati ai Partner di APT. Gli obiettivi che ci hanno spinto infatti a sviluppare questa sezione sono stati la necessità di:

- Erogare servizi e strumenti a valore aggiunto di gestione e collaborazione riservati agli operatori Partner (widget, anteprime di news, report e analisi statistiche, servizi a prezzi convenzionati, materiali foto e video, ecc.);
- Comunicare in maniera chiara agli stakeholder le priorità dell'azione dell'Azienda per il Turismo;
- Dare evidenza dei progetti in corso e di quelli conclusi, fornendo di ciascuno gli obiettivi, le scadenze, la documentazione e i contatti dei referenti;
- Promuovere il dialogo con la ricettività, ma anche con il territorio, attraverso moduli dedicati alla raccolta di informazioni, recensioni, feedback;
- Informare puntualmente sugli "strumenti di sistema", messi a disposizione da Trentino Marketing e a disposizione degli operatori;
- Incentivare l'adesione ad APT, che nell'attuazione dei compiti assegnati dalla legge sulla promozione turistica provinciale del 2020, lavora per la crescita della competitività del suo territorio.

Una buona strategia digitale facilita la destinazione nel comunicare in maniera efficace al corretto target tramite l'identificazione di canali appropriati. Il nuovo eco-sistema digitale dovrà pertanto essere perfettamente integrato con i nostri social media e le relative attività di social media marketing per garantire un flusso di informazioni e contenuti completo ed ordinato e per tenere alto l'engagement e la fidelizzazione della nostra community. La strategia che continueremo ad implementare sui social media anche nel 2026 sarà quella dell'Engagement Marketing con l'obiettivo di coinvolgere il pubblico di riferimento in modo attivo e partecipativo, creando un legame profondo e duraturo con il nostro territorio. Particolare attenzione sarà dedicata al nostro Instagram di destinazione @trento.info e a quello del Mercatino di Natale di Trento @nataletrento tramite la creazione di contenuti coinvolgenti e personalizzati – video, foto, infografiche, caroselli informativi per ispirare, attrarre e costruire un senso di comunità. Accanto ad Instagram, anche i canali istituzionali Facebook e Tik Tok continueranno ad essere presidiati con attenzione attraverso la pubblicazione di contenuti visual di qualità. APT si confronta inoltre periodicamente anche con il Team Social Media di Trentino Marketing per garantire coerenza e continuità con i contenuti pubblicati sui canali @visittrentino e per mantenere un tone of voice e uno stile comunicativo smart e coordinato. Per sostenere questa strategia in modo più strutturato, nel 2026 il team è stato rafforzato con l'inserimento di una figura

dedicata al social media management e alla produzione dei contenuti, che garantisce un presidio costante e qualificato dei canali e una maggiore capacità creativa nella realizzazione di materiali visual e video. È stato inoltre definito in modo strutturato il piano editoriale, articolato sia sulla componente organica che su quella a pagamento, con una programmazione strategica dei contenuti per obiettivo, target e canale, e una gestione integrata delle campagne di social advertising a supporto delle principali iniziative promozionali.

Un approfondimento importante merita infine il progetto di sviluppo del nuovo sito web [www.natale.trento.info](http://www.natale.trento.info) dedicato all'intera proposta di Trento, Città del Natale e del Mercatino di Natale di Trento. Nato dall'esigenza di fornire al visitatore un unico strumento ordinato e completo con tutte le iniziative in programma nel periodo delle feste, il sito rappresenta il frutto 14 di un importante lavoro, in sinergia anche con i Comune di Trento e gli attori locali, e un punto di riferimento per i nostri visitatori in vista delle prossime edizioni. Caratterizzato da un'interfaccia semplice ed intuitiva, il nuovo sito permette di reperire tutte le informazioni utili sui luoghi del Natale in città e sulle principali iniziative in programma e presenta inoltre una mappa interattiva per orientarsi più facilmente in città. Una sezione speciale è dedicata all'evento di punta del Natale cittadino, il Mercatino di Natale di Trento, dove il visitatore può scoprire tutta l'offerta artigianale ed enogastronomica delle nostre casette e visionare la loro collocazione grazie a comode mappe interattive illustrate. Infine, grazie alla sezione "Info utili", i visitatori possono passare in rassegna i luoghi in cui soggiornare, i locali in cui apprezzare la ristorazione locale e i parcheggi disponibili (con il rimando a una pagina dedicata) servendosi poi dei percorsi pedonali e ciclopedonali e dell'efficiente servizio di mobilità pubblica per raggiungere il centro storico.

### **1.2.1.2. Supporto operatori**

#### *1.2.1.2.1. Partner Marketing*

Le attività di supporto ai nostri operatori hanno assunto nel corso del 2024 una grande rilevanza dal punto di vista strategico ed operativo, con la definizione di un team dedicato come interlocutore di riferimento per ogni necessità. Nel 2026 le attività di partner marketing saranno ancora più centrali nella nostra strategia aziendale e si concentreranno in particolare nello sviluppo di servizi e vantaggi esclusivi per i nostri partner e nel promuovere l'adesione alla nostra azienda attraverso un supporto concreto ai nostri partner per:

- migliorare la visibilità online delle strutture ricettive nel sistema di booking Trentino (Feratel);
- orientarsi tra le numerose attività organizzate da APT;
- spiegare tutti gli strumenti, i vantaggi e le risorse a disposizione dell'operatore;
- approfondire progetti e tematiche con i colleghi di riferimento all'interno dell'azienda;
- identificare azioni di visibilità e vantaggi dedicati a seconda delle esigenze del partner;
- supportare i partner in momenti di formazione ad hoc su tematiche tecniche ma anche su momenti ispirazionali, che possano fornire loro un vantaggio competitivo concreto;
- dare supporto in tutto ciò che riguarda gli aspetti tecnici e normativi della ricettività turistica.

La funzione di Partner Marketing all'interno dell'organizzazione aziendale sarà sempre in contatto diretto con tutti gli Uffici ed in particolare con quello legato alle attività di Marketing e Comunicazione, per garantire massima visibilità ai partner che supportano l'Azienda nel suo operato e nelle sue attività quotidiane.

#### *1.2.1.2.2. "Destination coaching": affiancare gli operatori nella sfida del cambiamento*

Come anticipato nel precedente paragrafo, l'affiancamento agli operatori viene annoverato tra le funzioni chiave delle Aziende per il Turismo dalla riforma del 2020 e assume un ruolo sempre più importante nel

contesto di crescente complessità e continuo cambiamento ed innovazione. Sono molte le attività pianificate anche per il 2025 in questo ambito:

- **Corsi di formazione sul coaching:** la nostra APT aderirà anche nel corso del 2026 a proposte formative specificamente indirizzate a formare figure professionali capaci di ascoltare, capire e interpretare i bisogni dei propri interlocutori e non da ultimo fornire supporto in alcuni dei classici campi su cui si misurano gli operatori della ricettività: dal web-marketing al revenue management, dalla distribuzione alla disintermediazione, sempre con un focus sui temi legati al digitale.
- **Colloqui individuali:** al preciso scopo di prestare maggior ascolto alle esigenze del comparto ricettivo e fornire ove possibile una restituzione immediata, la nostra APT ha condotto approfonditi colloqui individuali con gli operatori soci e convenzionati dell'Altopiano di Piné e del Monte Bondone in partnership con una nota azienda di consulenza alberghiera trentina. Le numerose informazioni raccolte sono state elaborate internamente e costituiranno un'importante base conoscitiva per interpretare al meglio il proprio ruolo sul territorio nelle future progettualità.
- **Supporto:** proseguiranno nel corso del 2026 le attività di stimolo e supporto nell'adozione e utilizzo degli strumenti di sistema facenti parte dell'ecosistema digitale del Trentino: dagli interfacciamenti tra gestionali e booking engine, all'adozione delle piattaforme a più alto valore aggiunto quali HBenchmark e Dashboard operatore. Proseguirà l'opera di sensibilizzazione delle piccole e medie strutture rispetto all'adozione di applicativi gestionali che semplificano alcune attività di routine e innalzano il livello di competitività dell'intero territorio, facilitando l'adozione degli strumenti di sistema. È prevista l'organizzazione di webinar tematici dedicati, con cadenza mensile, aperti a tutti i partner interessati ad approfondire questi argomenti.
- **Affiancamento** negli adempimenti di comunicazione statistica, pubblica sicurezza ed imposta di soggiorno.

#### *1.2.1.2.3. Trentino Guest Platform e App Mio Trentino*

In un contesto altamente competitivo e in costante cambiamento, la sfida di oggi è quella di affinare la qualità dell'offerta rendendo la relazione con l'ospite sempre più agile e personalizzare l'esperienza. La piattaforma digitale Trentino Guest Platform permette infatti ad ogni operatore del territorio di rendere accessibile la propria proposta, secondo standard di integrazione comune e di farla arrivare esattamente a chi la sta cercando. Il punto d'ingresso dell'ospite nella piattaforma è un app intelligente e competitiva, il cui progetto di sviluppo ruota attorno ai seguenti macro-temi:

- **Esperienze:** la nostra APT dispone stabilmente nell'App Mio Trentino di un numero variabile di esperienze (visite guidate, degustazioni, ecc.) comodamente prenotabili online dall'utente dal proprio smartphone.
- **Marketing automation:** attraverso logiche di marketing automation è possibile veicolare specifici contenuti in base alle categorizzazioni assegnate da ogni territorio d'ambito. Ogni APT ha quindi la possibilità di selezionare una lista di punti di interesse ed eventi, che vengono inseriti nell'email di benvenuto all'utente, inviata nel primo giorno di validità della Trentino Guest Card. I contenuti vengono inoltre categorizzati per stagione consentendo una turnazione di contenuti di interesse a cui potrà essere data evidenza anche nell'email di accoglienza dell'ospite.
- **Dashboards:** ogni APT ha a disposizione un numero crescente di cruscotti di dati, che consentono un monitoraggio attento della completezza dei dati e aiutano inoltre nell'aggiornamento dei contenuti caricati in Adobe e pubblicati nell'app Mio Trentino.

La creazione e l'inserimento di contenuti nella piattaforma, che alimenta l'app "Mio Trentino", è un'attività molto importante che la nostra APT continuerà a svolgere in modo puntuale per garantire la presenza di

numerose schede di dettaglio, equamente divise tra eventi e punti di interesse del territorio, quali musei, castelli e luoghi naturali. L'impegno di APT sul data entry è fondamentale per offrire all'ospite una panoramica completa dell'offerta territoriale e per fruire dei vantaggi della Trentino Guest Card. L'app, come noto, si propone quale "compagno di viaggio digitale" dell'ospite del Trentino e, complice anche la ricchezza dell'offerta culturale dell'ambito, offre grande visibilità alle bellezze del nostro territorio, facendo segnare alti tassi di visualizzazione dei punti di interesse. L'app sarà oggetto di continui sviluppi, migliorie e integrazioni anche nel corso del 2026.

### **1.2.1.3 Sviluppo prodotto**

#### *1.2.1.3.1 Attività di animazione turistica ed esperienze sul territorio*

Il nostro territorio è caratterizzato da bellezze artistiche, culturali, naturalistiche e da un'offerta turistica da scoprire e vivere durante tutto l'anno. Ogni stagione presenta infatti le sue peculiarità e offre ai visitatori e residenti, proposte di attività ed esperienze all'aria aperta per tutti i gusti ed esigenze.

Nel 2026 la nostra Azienda continuerà ad occuparsi dello sviluppo di programmi di animazione turistica e di esperienze sul territorio, puntando su una proposta che integri le attività che hanno registrato un maggior successo negli ultimi anni ad esperienze nuove in linea con le richieste del mercato. Queste attività di animazione andranno come sempre ad interessare tutto il territorio d'ambito quindi sia Trento, che il Monte Bondone e l'Altopiano di Piné e spazieranno dall'outdoor, alla cultura all'enogastronomia, valorizzando in particolare le realtà locali che promuovono in prima persona attività ed esperienze. L'impegno di APT per il 2026 e per gli anni successivi sarà quindi volto alla creazione di esperienze, al mantenimento del suo ruolo di interlocutore nella messa in rete dei diversi soggetti coinvolti e al supporto nella promozione dei programmi di attività proposti dalle realtà del territorio. Tra i principali progetti di animazione turistica che verranno curati dalla nostra APT anche il prossimo anno vi sarà per la stagione estiva sul Monte Bondone e sull'Altopiano di Piné, mentre per nei mesi invernali affiancheremo gli operatori nell'organizzazione dell'animazione sulle piste del Monte Bondone.

Per quanto concerne la città di Trento, la nostra Azienda continuerà a proporre ai suoi ospiti un ricco calendario di visite guidate sia in italiano che in lingua straniera grazie alla positiva collaborazione con l'Associazione Guide e Accompagnatori Turistici del Trentino. Le visite guidate, pensate per ospiti nazionali, internazionali e ospitalità media spazieranno da quelle più tradizionali alla scoperta dei principali luoghi d'interesse della città a progetti o percorsi speciali.

#### *1.2.1.3.2 Project Management del Prodotto Cultura*

Il Piano Strategico pluriennale di APT individua nella cultura uno dei tre pilastri fondamentali dello sviluppo di prodotto, insieme all'outdoor e all'enogastronomia. Il percorso avviato a fine 2022, strutturato a partire da uno studio di contesto, un'analisi dei flussi strategici di visita e un lavoro di benchmarking per arrivare a un project management condiviso, continua a consolidarsi, confermando la rete culturale del territorio come laboratorio attivo di collaborazione, crescita e innovazione.

Il cuore di questo percorso rimane il Tavolo di lavoro della rete museale coordinato da APT, che riunisce a cadenza mensile le principali realtà culturali del territorio con location a rotazione, favorendo la reciproca conoscenza tra i partner e il confronto periodico su strategie, progettualità e azioni promozionali coordinate. Accanto al tavolo principale, proseguono i laboratori sulle buyer personas, momenti di confronto approfondito per lo sviluppo e la condivisione di competenze legate ai pubblici di riferimento delle singole realtà culturali.

Sul fronte del coordinamento delle attività di marketing, il 2026 porta avanti una serie di progettualità già avviate e ne introduce di nuove. Ogni realtà museale che partecipa al Tavolo Cultura è stata dotata di un totem informativo digitale, caratterizzato da una linea elegante e personalizzato con il brand "Trento". Il totem integra la web app K-Tips come strumento di concierge digitale a disposizione del visitatore, offrendo in modo immediato e intuitivo una panoramica completa dell'offerta culturale dell'ambito e dei servizi del territorio. Questi spazi informativi, collocati in posizioni strategiche all'interno di ciascuna sede museale, diventano così punti di accesso privilegiati al sistema di destinazione, capaci di orientare il visitatore, stimolare la visita trasversale alle diverse realtà culturali e valorizzare l'identità di rete costruita in questi anni. Sul versante della comunicazione visiva e dell'identità, continuano le valutazioni sul branding e sul visual di sistema, così come la revisione e l'aggiornamento dei contenuti culturali all'interno del portale di destinazione. Proseguono inoltre le progettualità legate all'influencer marketing e allo sviluppo del sistema di segnaletica urbana dedicato ai principali punti d'interesse della città di Trento, con la possibilità di una successiva estensione all'intero territorio d'ambito.

Sul fronte del marketing analitico e della profilazione, il 2026 segna l'entrata a regime dello strumento K-DeskData, avviato in fase di test tra novembre 2025 e gennaio 2026 con risultati molto incoraggianti: oltre 3.800 profilazioni raccolte nelle principali realtà museali dell'ambito hanno permesso di tracciare un profilo dettagliato del visitatore culturale in termini di target, provenienza, motivazione di visita e buyer persona. Il 73% dei visitatori profilati è risultato essere un turista, con una netta prevalenza di coppie (40%) e famiglie (32%), e una provenienza prevalentemente italiana (85%), con Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna come regioni di riferimento. Tra gli stranieri, la Germania si conferma primo mercato. Le attività previste per il 2026 includono la messa a regime dello strumento, il monitoraggio continuo dei dati e la realizzazione di una reportistica periodica condivisa con tutte le realtà museali coinvolte. In parallelo, verrà avviata la richiesta dati per l'analisi delle performance annuali della Trentino Guest Card e dell'app MioTrentino, per integrare le fonti di conoscenza disponibili e costruire un quadro sempre più completo del comportamento del visitatore.

Nell'ambito del Progetto Scuole, il 2026 prevede il proseguimento della definizione e della stima dei costi di realizzazione e distribuzione del kit per l'insegnante, uno strumento pensato per preparare la visita museale già a distanza e invogliare il turismo scolastico. Il kit, attualmente in fase di definizione nei contenuti e nella veste grafica, si compone di un insieme coordinato di materiali: una brochure dedicata all'offerta culturale dell'ambito, una mappa del sistema museale e del territorio, e un gadget a tema, pensato per lasciare un ricordo tangibile e stimolare la curiosità.

Parallelamente, proseguirà il programma di formazione del personale di front office di tutte le realtà museali coinvolte nel Tavolo, realizzato in collaborazione con Accademia d'Impresa. Un percorso che coinvolge l'intera rete degli infopoint museali, dal personale di accoglienza alle figure di contatto con il pubblico, con l'obiettivo di elevare gli standard di accoglienza, rafforzare la conoscenza del sistema di offerta culturale dell'ambito e sviluppare competenze comunicative e relazionali sempre più orientate alla qualità dell'esperienza del visitatore.

Sul piano della condivisione operativa, riprenderà il caricamento dei progetti all'interno del calendario condiviso di rete e verrà aggiornato il portale con i materiali comunicativi prodotti nell'ambito delle progettualità in corso, garantendo a tutti i partner un accesso ordinato e aggiornato alle risorse disponibili.

Tutte le attività del 2026 saranno guidate dalla definizione di un piano operativo strutturato per il proseguimento del progetto, con obiettivi chiari, scadenze definite e una governance condivisa tra APT e le

realità museali partner, nella convinzione che solo un approccio sistemico e collaborativo possa consolidare la cultura come driver sempre più strategico nella scelta di Trento come meta di viaggio.

Nel corso del 2025, in stretta collaborazione con il Comune di Trento e con il supporto di Progetto Turismo, APT ha contribuito alla progettazione e realizzazione del nuovo sistema di segnaletica turistica urbana, inaugurato a dicembre 2025 in sostituzione dei cartelli risalenti al 2008: il progetto articola il centro storico in otto distretti tematici, ciascuno identificato dal proprio monumento iconico, con tre tipologie di cartellonistica sviluppate nel rispetto del city brand locale per orientare il visitatore, valorizzare il patrimonio culturale e promuovere una mobilità sostenibile. Nel 2026 questo lavoro proseguirà, con una riflessione in corso sulla possibilità di estendere il sistema di segnaletica anche alla dimensione outdoor, per offrire al visitatore un sistema informativo integrato e coerente che accompagni l'esperienza non solo all'interno del centro storico, ma anche lungo i percorsi naturalistici e le porte di accesso alla natura che caratterizzano il territorio dell'ambito.

#### *1.2.1.3.3 Project Management del Prodotto Outdoor*

La proposta outdoor del territorio di Trento, del Monte Bondone e dell'Altopiano di Piné rappresenta uno dei pilastri strategici dell'attività di project management e promozione della nostra Azienda. Nel corso degli ultimi anni APT ha scelto di porsi come regista in numerosi progetti di sviluppo territoriale in stretta collaborazione con le istituzioni locali, i comuni dell'ambito, le aziende forestali, la SAT, le ASUC, gli operatori turistici ed altri stakeholders locali. Sono state intraprese in particolare azioni concrete legate allo sviluppo, alla cura e alla promozione della rete sentieristica del territorio e di supporto nella gestione di attività di ordinaria manutenzione per garantire una migliore fruizione dei sentieri grazie anche a segnaletica e cartellonistiche uniformi e mantenute nel tempo.

Nel 2026 l'Azienda per il Turismo di Trento intende compiere un ulteriore passo in avanti nello sviluppo del prodotto outdoor, rafforzando il proprio ruolo non solo come soggetto di promozione, ma anche come agente territoriale capace di facilitare il coordinamento e la gestione della fruizione outdoor dell'ambito. In questa prospettiva, l'obiettivo è contribuire alla costruzione di un sistema sempre più strutturato e condiviso, che garantisca una fruizione sostenibile e organizzata del territorio, in linea con gli obiettivi di sviluppo turistico e di tutela delle risorse naturali.

Un primo esempio di questo approccio è rappresentato dalle attività già avviate sull'Altopiano di Piné con il progetto Hike & Bike Piné, sviluppato in collaborazione con l'Ufficio SOVA della Provincia Autonoma di Trento e i Comuni dell'ambito, che ha permesso di avviare un modello di gestione e valorizzazione integrata della rete ciclopedonale locale. Partendo da questa esperienza, nel corso del 2026 l'Azienda intende avviare un ragionamento più ampio sulla definizione di un protocollo di gestione territoriale per l'operatività dei servizi outdoor, con l'obiettivo di individuare modalità condivise per l'organizzazione delle attività, la manutenzione delle infrastrutture leggere e la gestione della fruizione turistica. Questo percorso sarà sviluppato in collaborazione con alcuni soggetti chiave del territorio, tra cui il Servizio SOVA della Provincia Autonoma di Trento, la SAT e le ASUC, al fine di costruire un modello di governance partecipato e coerente con le esigenze delle comunità locali.

Parallelamente, prenderà avvio un nuovo ragionamento strategico legato alla prospettiva di realizzazione dell'impianto del Trento- Monte Bondone, infrastruttura che potrebbe aprire nuove modalità di accesso e fruizione dell'area del Monte Bondone. In vista di questo scenario, l'Azienda per il Turismo, in collaborazione con il Comune di Trento e Trentino Marketing – ATA, prevede l'avvio di uno studio dedicato alla user experience territoriale dell'ambito, con l'obiettivo di analizzare e progettare i possibili modelli di fruizione dell'area in relazione ai flussi turistici, alla mobilità e all'integrazione tra servizi outdoor, paesaggio e offerta turistica.

Accanto a queste attività di carattere più strategico, proseguiranno anche nel 2026 le azioni ordinarie di cura e valorizzazione del territorio, tra cui gli interventi di abbellimento urbano, il miglioramento e la manutenzione della rete sentieristica e il supporto organizzativo e promozionale agli eventi territoriali legati allo sport e all'outdoor, che rappresentano un importante strumento di animazione del territorio e di promozione dell'ambito.

Attraverso questo insieme di azioni, l'Azienda per il Turismo intende consolidare il proprio ruolo di facilitatore e coordinatore delle progettualità outdoor del territorio, contribuendo a costruire un sistema sempre più integrato tra enti pubblici, associazioni, operatori turistici e comunità locali.

Un ulteriore fronte di lavoro riguarda lo studio e la mappatura del potenziale dei Doss di Trento, i tre sistemi collinari adiacenti alla città, il Doss Trento, Doss di Sant'Agata e Doss di San Rocco, che rappresentano i primi e più accessibili varchi verso la natura per i residenti e i visitatori. L'obiettivo è valorizzare questi spazi come un sistema integrato e coerente di primo accesso alla natura, capace di connettere la città con il territorio circostante attraverso una rete di percorsi, esperienze e servizi pensati per una fruizione quotidiana e turistica. Questa mappatura consentirà di individuare le potenzialità inesprese di questi ambiti e di progettare interventi mirati per migliorarne l'accessibilità, la fruibilità e la comunicazione, all'interno di una visione più ampia che lega il centro urbano alle aree naturali dell'ambito in modo fluido e continuo.

Non meno rilevante è il tema della mobilità come condizione abilitante per la fruizione outdoor. L'outdoor non può prescindere dalla capacità di raggiungere i luoghi in modo agevole, sostenibile e organizzato. In questa direzione, è stato avviato un confronto con il Comune di Trento sul tema dei parcheggi di interscambio, con l'obiettivo di progettare soluzioni che permettano ai visitatori di lasciare il veicolo in aree dedicate e raggiungere le mete outdoor attraverso sistemi di mobilità alternativa, navette, biciclette, percorsi pedonali, riducendo il traffico nelle aree sensibili e migliorando complessivamente la qualità della fruizione. Questo ragionamento proseguirà nel corso del 2026 con incontri e/o progetti dedicati, in stretto coordinamento con il Comune di Trento e gli altri soggetti coinvolti nella gestione della mobilità urbana e periurbana.

#### *1.2.1.3.4. Project Management del Prodotto Food & Wine*

La valorizzazione delle produzioni locali e lo sviluppo del prodotto enogastronomico rappresentano il terzo importante pilastro strategico del nostro piano. Sul fronte dell'enoturismo, abbiamo lavorato in questi ultimi due anni nell'affermare Trento e il territorio come wine destination, valorizzando le realtà enogastronomiche del nostro territorio attraverso un percorso pluriennale declinato nelle seguenti attività: analisi dell'offerta, individuazione dei fabbisogni formativi delle realtà coinvolte, formazione e coaching, sviluppo di esperienze enoturistiche e creazione di un network efficace tra Istituzioni e realtà enogastronomiche. Particolare attenzione è stata dedicata alla valorizzazione turistica del marchio "Trentodoc" e delle sue etichette attraverso azioni mirate tra le quali la rinnovata partecipazione nell'organizzazione del "Trentodoc Festival", che rappresenta ormai per la città una vera e propria festa per conoscere e approfondire i diversi aspetti e il carattere delle bollicine di montagna.

In questa prospettiva, l'Azienda per il Turismo intende sviluppare una relazione più solida tra la proposta wine e il prodotto outdoor con la dimensione urbana della città, valorizzando il tema del gusto come elemento di connessione tra paesaggio, mobilità dolce e scoperta del territorio. In particolare, si prevede di lavorare alla definizione di circuiti urbani dedicati al gusto, che permettano di collegare in modo più strutturato le cantine del territorio con la città e con i principali itinerari ciclabili e pedonali, favorendo così una fruizione lenta e integrata dell'offerta enoturistica.

Un elemento centrale di questo approccio è il rafforzamento del rapporto diretto con i produttori locali, vignaioli, cantine, aziende agricole e artigiani del gusto, che rappresentano i custodi di un'identità territoriale autentica e irripetibile. L'obiettivo è costruire con loro una relazione sempre più strutturata e continuativa, che vada oltre la semplice presenza nei materiali promozionali e si traduca in una collaborazione attiva nella costruzione dell'offerta enoturistica: dalla definizione di esperienze di visita e degustazione, alla partecipazione a eventi e iniziative B2C e B2B.

All'interno di questo percorso si inserisce anche lo sviluppo e l'aggiornamento della brochure "Gusto", che continuerà a rappresentare uno degli strumenti principali per la promozione dell'offerta enogastronomica locale. Il materiale sarà utilizzato sia nei nostri Uffici Informativi sia nell'ambito delle attività promozionali e di relazione con il pubblico, con l'obiettivo di raccontare in modo sempre più coordinato e accessibile l'ecosistema del gusto del territorio, mettendo in rete ristoranti, cantine, produttori e esperienze legate al mondo del vino.

#### *1.2.1.3.5. Sostenibilità Certificazione di sostenibilità di destinazione GSTC-D*

Nel mondo del turismo la sostenibilità e l'impegno verso l'ambiente e le comunità locali stanno diventando sempre più centrali. A fine 2022, nell'ambito dell'Agenzia territoriale d'area (A.T.A) Città, Laghi, Altopiani è stato quindi deciso di intraprendere un percorso di certificazione delle destinazioni di APT Trento, APT Valsugana, APT Alpe Cimbra e APT Rovereto secondo gli standard internazionali GSTC (Global Sustainable Tourism Council). Lo standard GSTC presenta infatti alcune caratteristiche che lo rendono il migliore per garantire la sostenibilità e la qualità dell'offerta turistica:

- è uno standard internazionale, che costituisce la base per l'impegno sul turismo sostenibile;
- è riconosciuto in tutto il mondo da istituzioni, turisti e i principali intermediari;
- è multisetoriale, in quanto si rivolge a tutta la filiera; 20
- include tutti gli aspetti della sostenibilità, ad esempio gestionale, socioeconomica, culturale, ambientale;
- è basato su un processo iterativo che mira al miglioramento continuo della gestione dell'azienda;

Con questo progetto abbiamo deciso di porci obiettivi ambiziosi per ridefinire e incrementare l'organizzazione della filiera turistica sotto vari punti di vista: ambientale, culturale, sociale ed economica. Il progetto mira, infatti, ad allineare le varie destinazioni trentine e le strutture ricettive nell'adozione di uno standard autorevole nato dal turismo per il turismo e che rappresenta un punto di partenza per fare esercizio costante di sostenibilità. Una visione ampia e ambiziosa che si è concretizzata nel riconoscimento nel 2024 della certificazione di destinazione sostenibile per il territorio di Trento, Monte Bondone e Altopiano di Piné dopo un intenso iter di sviluppo di azioni e progetti con la collaborazione attiva di operatori, istituzioni e comunità locali, valutate dall'ente certificatore italiano Vireo attraverso un audit di esame rispetto ad oltre 150 criteri in linea con l'Agenda 2030 e i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile. Grazie all'ottenimento della certificazione anche da parte anche degli altri territori facenti parte dell'ATA Città Laghi Altipiani - Apt Valsugana, Alpe Cimbra e Rovereto e Vallagarina – il nostro rappresenta oggi il primo distretto turistico certificato GSTC a livello italiano. Il raggiungimento di questi importanti obiettivi di sostenibilità è però imprescindibile dal coinvolgimento di tutto il sistema locale e dalla condivisione di questi valori con i nostri ospiti, per questo stiamo lavorando allo sviluppo di azioni che possano favorire una rete sempre più solida tra produttori, artigiani e ricettività locale, valorizzando l'adozione di prodotti a km0 e materie prime locali. Il raggiungimento di questo ambizioso obiettivo ha comportato la nomina all'interno della struttura aziendale di un Sustainability Manager, che potesse portare avanti il complesso lavoro di raccolta dati ed evidenze utili alla scrittura del dossier di sostenibilità e di coinvolgimento di tutto il sistema locale. Già a partire dal 2022 sono stati condotti in questo senso dei processi di partecipazione e coinvolgimento degli stakeholders locali

attraverso l'organizzazione di incontri partecipativi divisi per categoria di stakeholder (pubblico, privato, associazionismo) al fine di analizzare punti di forza e punti di debolezza della destinazione rispetto ai diversi criteri dello standard e raccogliere dati qualitativi.

Con l'ottenimento della prestigiosa certificazione di destinazione sostenibile GSTC di validità triennale, l'impegno di APT per il 2026 e gli anni a venire sarà orientato al mantenimento e al rafforzamento di tutte le misure di sostenibilità già adottate e allo sviluppo di nuove iniziative per uno sviluppo sostenibile e consapevole della destinazione. Nel mese di maggio, in particolare, si terrà l'audit annuale di sorveglianza da parte dell'ente certificatore Vireo alla presenza del Direttore e della Sustainability Manager al fine di mantenere la certificazione e di verificare il continuo adempimento dell'azienda ai requisiti degli standard applicabili. Nello svolgimento della propria attività APT continuerà quindi a prestare massima attenzione a tutti gli aspetti relativi al rispetto dell'ambiente a partire da un utilizzo responsabile delle risorse, a livello economico come generatore di reddito e lavoro e a livello sociale in termini di distribuzione equa delle condizioni di benessere umano e pari opportunità verso le persone con disabilità o difficoltà d'integrazione. Rimane in questo senso prioritario per APT l'impegno nella promozione di aspetti come la razionalizzazione del traffico e il controllo dei flussi di transito, attraverso l'organizzazione di speciali servizi transfer rivolti all'utenza in occasione di eventi ed iniziative particolari.

Sul versante del Monte Bondone, accanto alle attività di valorizzazione e promozione già in essere, è in corso una riflessione strategica orientata alla sostenibilità ambientale dell'esperienza outdoor. In particolare, si sta avviando un ragionamento concreto sulla possibilità di rendere il Monte Bondone un'area plastic free, con l'obiettivo di offrire al visitatore un'esperienza in natura davvero completa e coerente con i valori di rispetto e tutela dell'ambiente. Questo percorso richiederà il coinvolgimento di tutti gli attori locali, operatori, rifugi, servizi e una comunicazione efficace rivolta ai visitatori, nella convinzione che la qualità dell'esperienza outdoor passi inevitabilmente anche dalla cura e dalla pulizia degli spazi naturali in cui si svolge.

### *Progetti di mobilità sostenibile*

Nell'ambito dello sviluppo sostenibile della destinazione, incrementare la mobilità a basso impatto con soluzioni alternative e sostenibili riveste per la nostra APT un ruolo centrale. Muoversi minimizzando gli impatti sull'ambiente contribuisce infatti a rispettare l'ecosistema circostante, a mitigare l'emissione di CO2 nell'aria e a migliorare la qualità della vita anche delle comunità locali. Coerentemente con questa visione, APT ha deciso di puntare sia a livello strategico che operativo proprio sullo sviluppo e il potenziamento di nuove opportunità all'aria aperta, come il trekking, le passeggiate e il cicloturismo. Tra le progettualità in programma nel 2026 nell'ambito della mobilità slow ricordiamo il servizio navetta Monte Bondone, progetto cofinanziato da APT, Comune di Trento e Trento Funivie ed offerto a turisti e residenti con l'obiettivo di fornire una soluzione di mobilità sostenibile per raggiungere la località riducendo l'utilizzo di mezzi propri, il traffico e le emissioni di CO2. Un altro servizio speciale di collegamento sarà confermato in occasione della ciaspolata notturna di beneficenza BondonAil di febbraio sul Monte Bondone. Durante la stagione estiva, considerati gli importanti flussi turistici sul territorio, APT intende inoltre verificare con Trentino Trasporti la possibilità di potenziare le corse di collegamento A/R Trento-Monte Bondone e Trento-Altopiano di Piné per agevolare gli spostamenti, riducendo così l'impatto generato dal traffico. Nella seconda parte dell'anno in occasione dell'evento "El País dei Presepi" sull'Altopiano di Piné, APT prevederà l'attivazione di un bus navetta gratuito riservato a chi possiede la Trento Guest Card, grazie al quale raggiungere il Mercatino di Natale di Trento dall'Altopiano di Piné e viceversa. In città, infine, per il weekend dell'Immacolata APT e Comune di Trento attiveranno un servizio navetta per il centro città a disposizione dei camperisti che sosterranno nelle aree collocate a Trento Sud, al fine di ridurre il traffico e favorire gli spostamenti verso i luoghi del Natale.

Parallelamente, APT sta avviando una collaborazione con il Comune di Trento finalizzata allo studio e alla resa grafica del sistema dei parcheggi e degli spazi intermodali cittadini, con l'obiettivo di migliorare la leggibilità e l'accessibilità delle soluzioni di mobilità disponibili per turisti e residenti. In questo contesto, anche il progetto del nuovo collegamento funiviario Trento-Monte Bondone costituirà un importante elemento di analisi: con il supporto di Trentino Marketing - ATA, si intende infatti avviare un primo ragionamento sulle possibili ricadute in termini di mobilità e di fruizione del territorio.

In continuità con quanto realizzato nel 2025, APT conferma anche per il 2026 la propria collaborazione con il Comune di Trento nell'ambito della Settimana Europea della Mobilità, appuntamento annuale che si tiene ogni settembre per promuovere il trasporto sostenibile e la mobilità attiva. In particolare, APT supporterà l'organizzazione di "Trento in bici", la pedalata urbana che anima le strade della città coinvolgendo residenti e visitatori in un'esperienza collettiva di mobilità dolce: un'iniziativa che si inserisce perfettamente nella visione di APT di una destinazione accessibile, sostenibile e vissuta lentamente, dove la bicicletta diventa non solo mezzo di trasporto ma strumento di scoperta e di connessione con il territorio.

#### *1.2.1.3.6. Le card turistiche della destinazione*

##### *Trentino Guest Card*

Sviluppare un modello di ospitalità ed accoglienza efficiente e distintivo rappresenta uno degli obiettivi principali del nostro territorio trentino. Creare quindi valore per l'ospite proponendo servizi ed esperienze uniche e di facile fruizione grazie anche al coinvolgimento degli stakeholders locali risulta centrale. In questo senso, la Trentino Guest Card rappresenta uno strumento prezioso per i nostri ospiti perché in grado di offrire tanti vantaggi sia per adulti che per bambini con un solo pass. Con la Trentino Guest Card è infatti possibile:

- Usare liberamente i trasporti pubblici in Trentino, treni compresi, solo con viaggi con origine e destinazione in Trentino;
- Accedere in più di 60 musei, 20 castelli e più di 40 attrazioni;
- Degustare prodotti enogastronomici del territorio e acquistarli a prezzi agevolati;
- Usufruire di un ingresso gratuito all'Arena di Verona e alla Galleria di Arte Moderna "Achille Forti" di Verona;
- Fruire di oltre 60 attività in tutto il Trentino a tariffa agevolata;
- Ricevere sconti per raggiungere il Trentino con MarinoBus e Autostradale.

La Trentino Guest Card è sempre inclusa nella proposta di soggiorno, senza alcun costo aggiuntivo, e può essere utilizzata attivando e scaricando l'app Mio Trentino.

##### *Trento Guest Card*

La Trento Guest Card è la card turistica riservata agli ospiti delle strutture socie e convenzionate dell'ambito turistico di Trento, Monte Bondone e Altopiano di Piné ed è un upgrade della Trentino Guest Card (card base), che emettono tutti gli operatori trentini. Oltre ai servizi inclusi nella Trentino Guest Card, come il libero utilizzo dei trasporti pubblici, l'accesso gratuito a quasi tutti i musei provinciali e a diverse attrazioni, le strutture ricettive partner possono offrire ai loro ospiti ulteriori servizi locali ed esclusivi come:

- Partecipazione gratuita o a tariffa agevolata ad esperienze ed attività organizzate durante tutto l'anno da APT sul suo territorio d'ambito;
- Sconti e tariffe agevolate su servizi, esperienze ed attrazioni offerte dagli stakeholders del territorio;
- Sconti e tariffe agevolate su specifici servizi come la colazione presso Locker Café di Trento, l'Aquila Store e il cinema di Baselga di Piné;

- Tariffe agevolate su servizi speciali presso la Farmacia Morelli di Baselga di Piné;
- Sconto del 10% sull'acquisto della risalita di 3 ore o sul giornaliero presso il centro Winter Park Pradisi di Bedollo sull'Altopiano di Piné;
- Utilizzo del servizio navetta di collegamento tra Trento e il Monte Bondone durante la stagione invernale;
- Altro su [trento.info/trento-guest-card](http://trento.info/trento-guest-card).

Sul sito web di destinazione [trento.info](http://trento.info) è presente una sezione dedicata alla Trento Guest Card e a tutti i vantaggi da essa offerti, che vengono costantemente aggiornati ed arricchiti: [trento.info/trento-guest-card](http://trento.info/trento-guest-card). Trento Guest Card è pensata per coinvolgere anche i più piccoli della famiglia. Grazie alla formula Family, tutti i servizi sono estesi non solo agli adulti, ma anche ai minorenni che accompagnano. Gli ospiti che desiderano usufruire della card possono presentarla presso le biglietterie di musei, castelli e attrazioni per accedere ad ogni servizio e una volta integrata con la card trasporti, o utilizzando l'App Mio Trentino, basterà convalidarla a bordo dei mezzi pubblici oppure nelle stazioni ferroviarie.

### *Museum Pass*

La Museum Pass è la chiave d'accesso ai principali luoghi di cultura fra Trento e Rovereto nella formula 48h, estendibile a 3 mesi. È uno strumento pensato per chi non soggiorna nella destinazione - che ha invece diritto alla Trentino Guest Card - e comprende:

- Biglietto d'ingresso nei musei e castelli convenzionati in Trentino;
- Accesso prioritario (salta la coda) per tutti i musei e i castelli;
- Utilizzo illimitato dei trasporti pubblici urbani, extraurbani e le tratte ferroviarie in Trentino per 48h;
- Un biglietto d'ingresso ridotto per uno spettacolo a scelta tra i principali festival ed eventi culturali delle due città;
- Una convenzione presso i noleggi bici: Prestabici (Trento), Tettamanti (Rovereto);
- Prendere parte, a prezzo ridotto, alle visite guidate della città di Trento, del Castello del Buonconsiglio e della città di Rovereto.

Il progetto "Museum Pass" vede la nostra APT come soggetto capofila in stretta collaborazione con il Servizio attività culturali della Provincia Autonoma di Trento, Trentino Marketing, Comune di Trento, Comune di Rovereto ed APT Rovereto e Vallagarina.

## **1.2.1.4 Marca/valori**

### *1.2.1.4.1. Attività, progetti ed iniziative per la promozione del territorio*

Fare branding e promuovere il territorio in tutte le sue declinazioni rimane fondamentale nella strategia di comunicazione della nostra APT per permettere al marchio di rimanere nella memoria dei potenziali ospiti e creare così valore di marca. La nostra strategia comunicativa prende vita attraverso un complesso sistema di canali ed attori, interni ed esterni alla nostra realtà. Tra questi ricordiamo le communities esterne quali tv, radio, carta stampata, canali digitali di terzi ed influencer e quelle interne quali le realtà museali, i nostri operatori, le istituzioni locali e così via. A questi canali, si affiancano ovviamente quelli ufficiali della nostra APT come il sito web [www.visittrento.it](http://www.visittrento.it), la Trentino Guest App, i canali social [@visittrento.official](https://www.instagram.com/visittrento.official) e [@nataletrento](https://www.instagram.com/nataletrento) ed altri strumenti di comunicazione interna. La comunicazione organica multicanale sarà supportata da campagne promozionali mirate che possano raggiungere un'audience sempre più ampia, sia a livello nazionale che internazionale. Guardando al mercato italiano, il nostro territorio continuerà ad essere promosso in tutte le regioni con particolare attenzione a Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Lazio, Toscana, Campania e Piemonte, mentre a livello internazionale si punterà sui principali mercati europei, in particolare

su Germania, Austria, Svizzera, Polonia, Repubblica Ceca, Paesi Bassi, Regno Unito, Norvegia e Svezia e su alcuni Paesi extra-UE come U.S.A. e Australia.

La redazione di un piano strategico dei contenuti rimane di centrale importanza come timone nella pianificazione dello storytelling sui diversi canali con l'obiettivo di raccontare peculiarità, storie e curiosità del nostro territorio, coerentemente con le linee guida condivise con Trentino Marketing. Il target al quale ci rivolgeremo attraverso la nostra strategia comunicativa multicanale sarà in generale un pubblico amante della cultura, della natura, dello sport e dell'enogastronomia alla ricerca di esperienze uniche da vivere in un contesto alpino accogliente, organizzato ed inclusivo. Le azioni promozionali che metteremo in campo durante l'anno si rivolgeranno sia ad un pubblico generalista che a pubblici più specifici a seconda delle progettualità, come il target dei grandi appassionati del mondo culturale ai quali intendiamo rivolgerci ad esempio con speciali azioni legate all'offerta museale della città. Il range d'età del nostro pubblico sarà molto ampio ed includerà sia i giovanissimi - le cosiddette generazioni X e Z - sia gli over 60 che cercheremo di raggiungere attraverso un media mix variegato, scegliendo i canali più adatti per ciascuno dei nostri target. Le attività di Media & PR implementate dalla nostra Azienda continueranno ad essere molto varie ed avranno come obiettivo quello di potenziare la visibilità mediatica del nostro territorio puntando su specificità e valori e stimolando costantemente i media con racconti nuovi ed accattivanti. Le azioni promozionali andranno dallo sviluppo di spazi redazionali su testate e riviste generaliste e di settore a contenuti legati al mondo dell'advertising, dall'organizzazione di puntate tv alla creazione di spot radiofonici, dall'organizzazione di viaggi stampa ed ospitalità di giornalisti ed influencer alla redazione di comunicati stampa efficaci arricchiti da materiale fotografico e video di qualità. Nella sua promozione APT utilizzerà sempre un Tone of Voice leggero, positivo, caldo ed inclusivo in linea con Trentino Marketing e con tutti gli stakeholders del sistema turistico territoriale. Al centro della comunicazione il territorio con le sue peculiarità, la sua offerta turistica declinata in particolare in outdoor, cultura ed enogastronomia e storie curiose che raccontano la nostra realtà locale in modo autentico e legate a tematiche d'attualità.

Anche nel 2026, la nostra Azienda imposterà tutta la strategia comunicativa selezionando con attenzione i media a seconda dei prodotti e delle tematiche di rilevanza strategica per APT, dei mercati d'interesse e dei pubblici di riferimento. Si continuerà a dedicare ampio spazio alla promozione televisiva e radiofonica sia in Italia che all'estero attraverso l'organizzazione di puntate e servizi speciali in collaborazione con le principali emittenti italiane come Mediaset e Rai ed estere. Importante in questo senso sarà anche la collaborazione con la Trentino Film Commission per la produzione di film e programmi tv sul nostro territorio. Guardando ora alla carta stampata, la nostra Azienda continuerà a lavorare con cura allo sviluppo di articoli redazionali e contenuti promozionali per riviste e quotidiani nazionali ed internazionali, mentre nell'ambito delle attività di comunicazione e PR, la nostra Azienda continuerà a curare con attenzione programmi di ospitalità rivolti a giornalisti, influencer e blogger per permettere loro di vivere il territorio e di poterne raccontare storia, tradizione e luoghi ai propri pubblici di riferimento. Queste attività si integrano in modo sempre più organico con la strategia digitale dell'Azienda: i contenuti generati da giornalisti, influencer e blogger, articoli, post, reel, stories, alimentano infatti i canali social e il portale di destinazione, contribuendo a costruire una narrazione del territorio coerente e capace di raggiungere pubblici diversi attraverso canali complementari. La sinergia tra relazioni media tradizionali e presidio digitale rappresenta quindi uno degli assi portanti della strategia di comunicazione integrata di APT, in cui ogni azione di PR diventa anche un'opportunità di produzione di contenuti digitali di qualità.

Nelle sue azioni di comunicazione APT continuerà a riservare massima attenzione anche alla promozione del brand Trentino per mantenere un'immagine coordinata del territorio fortemente legata ai valori di autenticità, tradizione ed accoglienza. Il rispetto dell'ambiente, la qualità della vita, il valore dell'accoglienza, il senso di comunità e l'Italian lifestyle saranno come sempre i punti cardine della comunicazione di marca.

#### *1.2.1.4.2 Il city brand Trento*

Nel corso del 2023 APT ha presentato il risultato del percorso intrapreso per la realizzazione del nuovo city brand. Quella che ha portato alla nascita del nuovo brand dell'APT non è stata una semplice operazione grafica, ma piuttosto una vera e propria iniziativa di city branding tesa a rafforzare l'identità del capoluogo trasformandolo in una meta di viaggio in senso lato, un luogo capace di fungere da traino per le iniziative culturali, enogastronomiche, naturalistiche e sportive dell'intero territorio. Trento sorge infatti ai piedi delle montagne che con la loro presenza ci invitano implicitamente a sollevare gli occhi verso l'alto, a respirare aria pulita, a guardare oltre e a pensare al futuro. Questi elementi vengono evocati costantemente dalla città stessa: l'eredità storica e culturale chiama in causa la persistenza e la bellezza non diversamente da ciò che fanno le cime che ci circondano. L'attenzione per la qualità della vita, l'eccellenza accademica, la propensione all'innovazione delle nostre imprese sono parte della reputazione stessa di Trento, ovvero di quell'identità che APT intende valorizzare. Segni caratteristici che si uniscono nel nome proiettato idealmente verso la montagna, l'orizzonte e il futuro e che trovano un filo conduttore nel verde, il simbolo della natura, della sostenibilità e dell'equilibrio.

Il progetto di rebranding del nostro territorio non ha significato solo lanciare un nuovo city brand, ma progettare piuttosto una nuova immagine coordinata aziendale e territoriale attraverso un restyling completo dell'intera brand identity. La nuova strategia di branding ha coinvolto tutti i canali della nostra azienda, da quelli online a quelli offline, con l'obiettivo di costruire nel tempo un'immagine forte, riconoscibile e distintiva della destinazione. Con riferimento al mondo offline, la nuova linea grafica e comunicativa è stata applicata su tutti i nuovi materiali editoriali prodotti, sui documenti e la carta intestata aziendale, su cartellonistica, vele, roll-up, sui biglietti da visita e su numerosi altri strumenti promozionali. A livello online, invece, l'immagine grafica del sito web e dei social media aziendali è stata completamente rinnovata in linea con la nuova brand identity e sono stati sviluppati inoltre template per newsletter, presentazioni, produzioni video, fotografiche e per azioni di e-mail marketing.

Nel 2026 la nostra Azienda proseguirà nel rafforzamento della promozione del city brand e della sua adozione da parte di partner e Istituzioni secondo le linee guida di utilizzo condivise per costruire e valorizzare insieme l'identità del territorio. Si lavorerà inoltre a livello grafico per lo sviluppo di possibili declinazioni del city brand a seconda dei diversi ambiti di utilizzo per renderlo sempre più coerente con i temi trattati.

#### *1.2.1.5. Mercati, fiere e workshop*

La partecipazione a fiere di settore rivolte al pubblico e ad appuntamenti B2B con professionisti del mondo turistico rappresenteranno anche nel 2026 un importante strumento di promozione del nostro territorio in tutto il mondo. La nostra Azienda parteciperà a un fitto calendario di appuntamenti B2C e B2B sia individualmente che in collaborazione con Skirama, Trentino Marketing ed altre realtà del territorio con l'obiettivo di presentare tutte le declinazioni della nostra offerta turistica e di rafforzare rapporti di collaborazione con operatori di settore, supportandoli nell'organizzazione di pacchetti turistici ed esperienze.

Il valore strategico della nostra presenza a fiere e workshop nazionali ed internazionali sarà affiancato a quello generato dagli altri canali comunicativi gestiti da APT, permettendoci di presidiare con cura i mercati più consolidati e di attivare al contempo attività di scouting verso nuovi confini territoriali. I mercati europei, in particolare Germania, Austria, Svizzera, Repubblica Ceca, Polonia, Regno Unito, Danimarca, Paesi Bassi, Francia e Spagna rappresenteranno i target di riferimento per tutte le nostre azioni promozionali e di sviluppo prodotto. Accanto a questi, crescente sarà l'interesse della nostra APT verso un presidio più strutturato di

mercati, quali ad esempio quelli americano e francese che negli ultimi anni stanno registrando sul nostro territorio numeri in forte crescita.

#### *1.2.1.6. Coordinamento tra livelli*

Nell'ambito della sua attività istituzionale, la nostra Azienda conferma per l'anno a venire il suo impegno nel supportare importanti enti locali, come Trentino Marketing, in diversi aspetti organizzativi e promozionali legati ai grandi eventi ospitati in città e sul territorio d'ambito. La città di Trento, in particolare, si è ormai affermata da tempo come città dei festival, appuntamenti di rilievo e valore culturale, che rivestono una grande valenza mediatica e rappresentano al contempo concrete opportunità di crescita sia in termini di indotto che a livello turistico, sociale e culturale. Il supporto della nostra Azienda su queste grandi iniziative si concretizzerà, a seconda dell'evento, in partecipazione ad alcune fasi di pianificazione ed organizzazione, in promozione attraverso i propri canali di competenza, in presidio dei punti informativi allestiti in città per l'occasione e nella relativa distribuzione di materiale informativo e promozionale. Per alcuni di questi eventi, APT confermerà inoltre il suo supporto nella gestione del servizio booking per ospiti, stampa ed autorità, attività in questo caso di natura commerciale facente parte dell'ambito di intermediazione e vendita.

Un esempio significativo di questo approccio collaborativo e di sistema è rappresentato da "Gimme Five", il progetto ideato e organizzato da APT in occasione dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, sviluppato in stretta sinergia con il Trento Film Festival, il Comune di Trento, Trentino Marketing e i Comitati provinciali CONI e CIP. Cinque weekend di appuntamenti culturali, sportivi e di intrattenimento animati nel cuore della città dal 5 al 22 febbraio e dal 5 al 15 marzo 2026, con Piazza Cesare Battisti come palcoscenico principale, e con una declinazione anche sull'Altopiano di Piné. Il progetto si inserisce consapevolmente nella strategia di destagionalizzazione dell'ambito, puntando a valorizzare i mesi di febbraio e marzo, tradizionalmente meno presidiati dall'offerta eventi, come occasione per attrarre flussi turistici qualificati, animare il territorio nelle belle stagioni di transizione e costruire un'immagine di Trento come destinazione viva e attrattiva tutto l'anno.

Il "Festival dell'Economia" è uno dei grandi appuntamenti in programma a Trento con la partecipazione di autorità, esperti ed intellettuali provenienti da tutto il mondo chiamati ad approfondire le tematiche più attuali di respiro internazionale in occasione di confronti e dibattiti. Nel 2026 il Festival dell'Economia si terrà dal 20 al 24 maggio con un supporto concreto della nostra APT nella promozione dell'evento e nel presidio dei punti informativi appositamente installati in città. Un fiore all'occhiello per la città e per l'intero territorio provinciale è senza dubbio il "Festival dello Sport", organizzato da Gazzetta dello Sport e Trentino Marketing in collaborazione con il Comune di Trento, la nostra APT ed altre realtà locali. Dopo il successo dell'ultima edizione, la nostra Azienda collaborerà attivamente anche nel 2026 nell'organizzazione dell'evento compartecipando a livello economico e supportando nella gestione delle attività di booking per ospiti, giornalisti ed autorità, nella promozione e nel presidio dei punti informativi allestiti in città. Nel 2026 tornerà anche la quinta edizione del Trentodoc Festival, evento nato con l'obiettivo di promuovere e valorizzare l'eccellenza del Trentodoc, organizzato da Trentino Marketing e dalla Provincia di Trento in collaborazione con RCS ed APT. Tre giorni alla scoperta delle bollicine di montagna con tanti ospiti e un ricco calendario di appuntamenti tra degustazioni guidate, dj set, esperienze in città e nei vigneti, incontri con sommelier, chef, enologi e viticoltori. La nostra Azienda collaborerà come fatto per le precedenti edizioni in tutte le fasi organizzative a fianco di Trentino Marketing nel ruolo di collegamento e gestione dei rapporti con gli operatori del settore ricettivo per la prenotazione dell'accommodation dello staff RCS e dei relatori, nonché del settore della ristorazione per le convenzioni per i pasti. Ci occuperemo inoltre dell'eventuale richiesta di servizi extra (transfer, parcheggi), e delle fasi di accoglienza del pubblico presso le sedi individuate.

Altra manifestazione a carattere enogastronomico volta alla valorizzazione del territorio, che ha saputo subito conquistarsi un posto d'onore tra i festival cittadini è "Autumnus". Eventi, incontri, degustazioni e

laboratori organizzati dalla Pro Loco di Trento per valorizzare e promuovere le eccellenze enogastronomiche del territorio con il coinvolgimento di centinaia di aziende locali. L'evento vedrà anche nel 2026 la collaborazione di APT nella gestione del punto informativo e nella promozione della manifestazione.

## **1.2.2. Attività commerciale**

### **1.2.2.1. Intermediazione e vendita**

Nell'ambito dell'attività commerciale, la nostra Azienda esercita l'attività di intermediazione e vendita di servizi singoli, tra i quali pernottamenti, visite guidate e servizi transfer, e di pacchetti turistici. Queste attività di incoming hanno come obiettivo quello di offrire a turisti e visitatori una proposta di valore, che possa essere percepita come tale dall'utente sia in fase di prenotazione della vacanza o dell'esperienza che durante la sua permanenza nella nostra località. Le proposte commerciali continueranno ad essere presentate agli utenti attraverso i canali digitali, in particolare sul sito [trento.info](http://trento.info) e [visittrentino.info](http://visittrentino.info) tramite il channel manager Feratel, nonché in occasione di tutti gli appuntamenti B2B e B2C ai quali la nostra Azienda parteciperà nel corso del prossimo anno. Prezioso per la promozione di pacchetti e proposte commerciali anche il supporto di materiali cartacei, quali brochure dedicate e flyer, e l'attività di informazione e accoglienza svolta dai nostri Uffici informativi.

Nell'ambito dell'intermediazione e vendita, è stata perfezionata anche la sezione del nostro sito [trento.info](http://trento.info) per la vendita online di esperienze turistiche attraverso il sistema Feratel. Caratterizzata da un'interfaccia grafica chiara ed ordinata, ha permesso e permetterà sempre più ai nostri utenti di scoprire le attività e le esperienze in programma sul territorio in modo veloce e facile, rendendo anche tutti gli aspetti organizzativi legate ad esse più smart e innovativi.

#### *1.2.2.1.1 Attività di booking*

Le attività di booking rivestiranno anche nel 2026 un ruolo importante all'interno del nostro modello di business aziendale. Massimo sarà infatti l'impegno nel rafforzamento dell'intermediazione e dei rapporti con i nostri operatori per potenziare l'incontro tra domanda e offerta, ma anche della cura nella gestione e nel monitoraggio delle prenotazioni e infine nella capacità di problem solving ad esse correlate.

Nell'essere riferimento nella gestione di attività di booking e intermediazione per i nostri partner, continueremo a supportare realtà importanti quali la società sportiva dell'L.R. Vicenza S.p.A., con la quale APT ha firmato una partnership per il triennio 2024-2026 per il ritiro estivo della prima squadra sull'Altopiano di Piné e per la gestione operativa dell'accomodation e dei servizi logistici collegati. Sarà confermato inoltre il supporto ad altre grandi realtà sportive come Trentino Volley, in occasione ad esempio del Big Camp sul Monte Bondone e Aquila Basket nella gestione dell'ospitalità in città delle squadre ospiti durante la stagione sportiva, dei camp estivi delle squadre giovanili sull'Altopiano di Piné, dell'Europeo Under 18 Maschile dal 25 luglio al 2 agosto a Trento e di altri appuntamenti di rilevanza come la Trentino Basket Cup. Sempre sull'Altopiano di Piné, APT supporterà inoltre l'organizzazione del Triathlon Sprint, un evento sportivo che valorizza le caratteristiche naturali e paesaggistiche dell'altopiano e che rappresenta un'ulteriore occasione per attrarre flussi di sportivi e appassionati sul territorio, contribuendo all'animazione e alla promozione dell'ambito in chiave outdoor e sportiva. Massimo sarà infine l'impegno nel supportare i nostri operatori nelle attività di promo-commercializzazione e booking anche in occasione dei numerosi appuntamenti B2B e B2C ai quali parteciperemo.

#### *1.2.2.1.2 Visite guidate e vendita prodotti*

Nel 2026, in continuità con gli anni precedenti, APT continuerà a proporre a turisti e cittadini esperienze interessanti, quali visite guidate alla scoperta degli angoli più suggestivi del centro storico di Trento in compagnia di guide esperte. Tra le più apprezzate e partecipate ricordiamo quella in programma ogni sabato con partenza dal nostro punto informativo di Piazza Dante, che condurrà gli ospiti alla scoperta delle bellezze storiche e artistiche del capoluogo. Molto successo hanno inoltre riscosso le visite guidate alla città di Trento su prenotazione per gruppi fino a 30 persone e la visita guidata “Passeggiata d’Autore” organizzata durante il periodo natalizio, che saranno quindi riproposte tra le esperienze offerte dalla destinazione. In parallelo, la nostra Azienda si occuperà dell’organizzazione di visite guidate tailor made per conto di operatori del settore, partner, organizzazioni e utenti privati.

Infine, presso i nostri uffici informativi gli utenti potranno acquistare pubblicazioni dedicate al nostro territorio, materiali cartografici e gadget. Gli stessi strumenti editoriali, come le mappe della città e del territorio, potranno essere acquistati anche da parte degli operatori non convenzionati per aiutare i propri ospiti ad orientarsi e scoprire più agevolmente il territorio.

#### *1.2.2.1.3 Turismo Scolastico*

Grande importanza per la nostra Azienda continuerà a rivestire il progetto del turismo scolastico, che rappresenta a tutti gli effetti uno dei pilastri sul quale stiamo lavorando anche con il tavolo dei musei cittadini coordinato da APT per lo sviluppo del prodotto cultura. Grazie a questo progetto, intendiamo continuare ad avere un ruolo importante nel supportare, ispirare ed informare le scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado nell’organizzazione di viaggi d’istruzione legati ai temi dell’arte, della cultura, della scienza e della natura. Il turismo scolastico riveste un grande valore per il territorio, confermato dal crescente numero di studenti accolti, provenienti da tutta Italia e in particolare da Veneto, Lombardia ed Emilia-Romagna.

Con riferimento al progetto, nell’ambito del tavolo con la rete museale della città si lavorerà su possibili nuove idee e metodologie per potenziare la promozione della nostra offerta verso gli insegnanti e gestire i flussi sul territorio in modo organizzato a favore di tutti gli stakeholders locali coinvolti.

#### *1.2.2.1.4 Trenino dei Castelli*

Un progetto importante e di valore per la nostra Azienda annoverato tra le attività di intermediazione e vendita è rappresentato dal “Trenino dei Castelli”, che dal 2022 ci vede capofila in collaborazione con l’APT Val di Non e Val di Sole. Un progetto di successo, che supera i confini del nostro ambito per abbracciare anche i territori vicini in un’ottica di sviluppo territoriale e turistico sempre più sinergico e inter-ambito. Anche nel 2026, condurremo i nostri ospiti tutti i sabati da maggio a settembre in un affascinante viaggio nella storia e nell’arte in compagnia di guide esperte, toccando alcuni dei più bei castelli trentini come Castello San Michele, Castel Caldes, Castel Valer e Castel Thun. Un’esperienza dedicata alla storia del nostro territorio ma anche alle sue eccellenze enogastronomiche, che non mancheranno tra una tappa e l’altra del viaggio.

Dopo il successo del 2025 l’impegno di APT sarà quello di riproporre l’esperienza anche in occasione della prossima stagione invernale, nonché di valutarne la riproposizione in altri momenti dell’anno come ad esempio l’autunno.

#### **1.2.2.2 Marketing specifico**

All’interno di questa sezione si collocano tutti servizi che la nostra Azienda offre su incarico di soggetti terzi. In queste casistiche rientrano anche i servizi che APT svolge per garantire una maggiore visibilità agli operatori convenzionati, che appunto versano una quota a fronte di servizi di visibilità online e offline,

prenotabilità B2C e B2B, helpdesk personalizzato, supporto nell'inserimento dei dati statistici e nell'adozione e gestione degli strumenti digitali per la ricettività. Tra gli strumenti di visibilità dedicati alle strutture ricettive convenzionate, nel 2026 potenzieremo in particolare la diffusione delle nuove brochure ospitalità dedicate all'Altopiano di Piné e al Monte Bondone, all'interno delle quali è presentata l'offerta ricettiva delle località in linea con la nuova brand identity territoriale.

Relativamente alla stagione invernale 2025-26, la nostra Azienda ha inoltre stipulato con il Comune di Trento e Trento Funivie una convenzione per regolare i reciproci rapporti e gli impegni operativi ed economici ai fini della realizzazione del servizio navetta che collega la città di Trento con il Monte Bondone. La convenzione è frutto del comune interesse da parte dei partner di progetto sopra citati ad organizzare questo importante servizio di collegamento per agevolare gli spostamenti di turisti e cittadini e promuovere al contempo una mobilità maggiormente sostenibile. Il servizio è riservato ai residenti della città di Trento e ai clienti degli operatori convenzionati, muniti di Trento Guest Card. Una parte, infatti, della quota di APT verrà coperta dalle convenzioni degli operatori del Monte Bondone, che contribuiscono ai progetti messi in campo da APT ed allo sviluppo dei servizi sul proprio territorio.

Rientra in questa macro-voce anche il progetto Hike & Bike nato per uno sviluppo più strutturato del prodotto outdoor sull'Altopiano di Piné, per il quale APT svolge un ruolo di coordinamento su incarico dei Comuni dell'altopiano ed in particolare dei Comuni di Baselga di Pinè, Bedollo, Sant'Orsola, Segonzano, Sover, Valfloriana.

In questo capitolo rientra infine il progetto "Museum Pass", che vede APT come capofila in stretta collaborazione con il Servizio attività culturali della Provincia Autonoma di Trento, Trentino Marketing, Comune di Trento, Comune di Rovereto ed APT Rovereto e Vallagarina.

### 1.2.2.3 Mercatino di Natale di Trento

A Trento la magia del Natale è un rituale magico ed atteso che si ripete ogni anno, capace sempre di regalare sensazioni nuove ed intense. Giunto nel 2025 alla trentunesima edizione, il tradizionale Mercatino ha accolto dal 21 novembre 2025 al 6 gennaio 2026 nelle meravigliose Piazza Fiera e Piazza Mostra tanti visitatori per celebrare nel modo migliore la festa più amata con oltre 70 casette di legno, simbolo di tradizione e creatività, nonché vere e proprie vetrine dell'artigianato locale e delle specialità culinarie regionali. Un viaggio durante il quale perdersi piacevolmente tra addobbi, alberelli in legno e ceramica, presepi in miniatura, gioielli artigianali e prodotti di cosmesi naturale. E poi le prelibatezze enogastronomiche, perché il Mercatino è un'esperienza da assaporare, anche nel senso più stretto del termine. Quello delle feste è per la nostra città il periodo più magico con le vie e le piazze illuminate, allietate dai suoni della tradizione e vivacizzate dal vociare allegro dei bambini, i profumi del legno e di montagna, uniti a quelli dei dolci e del vin brulé.

A livello organizzativo, la valorizzazione dei concetti di tradizione, qualità ed innovazione rappresenterà anche per le prossime edizioni del Mercatino di Natale un'attività di primaria importanza, dalle prime fasi di selezione degli espositori a tutti gli aspetti concernenti l'organizzazione e l'allestimento. Tradizione ed innovazione continueranno così a legarsi indissolubilmente offrendo ai visitatori la magia di un evento capace di esaltare il territorio che lo ospita con idee ed elementi originali, attrattivi e all'avanguardia. Come per la trentesima edizione del Mercatino, APT proseguirà con impegno nell'introdurre sempre nuovi elementi innovativi sia a livello organizzativo che allestitivo per accrescere sempre più la qualità e l'attrattività dell'evento. Massima attenzione sarà riservata infine agli aspetti di sostenibilità, coerentemente con il nuovo modello di sviluppo sostenibile identificato dalla nostra Azienda. Dalla raccolta differenziata alle fonti energetiche pulite, dai materiali eco-compatibili alla mobilità condivisa sono tante le azioni che la nostra Azienda metterà in campo, rinnovando di anno in anno il suo impegno per l'ambiente.

Ma nel periodo delle feste, tutta la città si veste di incanto trasformandosi in “Trento, Città del Natale” con un ricco calendario di eventi, concerti, mostre, spettacoli ed attività per grandi e piccini attentamente curato dal Comune di Trento per un Natale all’insegna di calore e socialità. Protagonista del periodo più magico dell’anno il grande albero illuminato nel cuore di Piazza Duomo, ma anche la luce, che indossa ogni anno una nuova e più attuale veste grazie a splendide decorazioni luminose improntate al risparmio energetico a led a basso consumo.

Sempre nell’ambito delle attività legate al periodo natalizio, APT ha collaborato con il Consorzio Trento Iniziative alla realizzazione della "Passeggiata d'autore", una delle novità più apprezzate del Natale 2025: un percorso poetico attraverso il centro storico in cui i versi dello scrittore trentino Riccardo Bertoldi sono stati trasformati in vetrofanie dipinte sulle vetrine degli esercizi commerciali della città, invitando i visitatori a rallentare il passo e lasciarsi sorprendere dalla parola scritta tra una vetrina e l'altra. La collaborazione con il Consorzio Trento Iniziative proseguirà anche nel 2026, consolidando un rapporto di lavoro congiunto volto a rendere il centro città sempre più accogliente, esperienziale e capace di sorprendere i propri ospiti.

#### 1.2.2.4 Attività espositiva

L’attività espositiva gestita dalla nostra Azienda si svolge presso gli spazi di Trento Expo, in Via Briamasco 2, per i quali nel 2022 è stato rinnovato il contratto di affitto con l’Università degli Studi di Trento, proprietaria dell’immobile.

Nel 2026 la nostra Azienda organizzerà dal 12 al 15 marzo la seconda edizione di Bio-logicA: un evento pensato come spazio di confronto per “la crescita della consapevolezza sulle prospettive dell’agricoltura urbana e sulle nuove sfide rappresentate dall’alimentazione e dai sani stili di vita”. Quattro giorni all’insegna dell’agricoltura di qualità e della sostenibilità tra convegni, visite didattiche, degustazioni guidate, percorsi bio sul territorio e laboratori per grandi e piccini con oltre 50 appuntamenti tra convegni scientifici, tavole rotonde, degustazioni di eccellenze trentine, escursioni sul territorio e laboratori. All’interno della quattro giorni di Bio-logicA si collocherà con perfetta coerenza anche la tradizionale Mostra dell’Agricoltura, giunta alla sua 79a edizione e Domo, lo spazio dedicato all’edilizia al risparmio energetico e alle soluzioni eco-compatibili.

Nel corso del 2026 gli spazi di Trento Expo ospiteranno altre manifestazioni ed appuntamenti quali la fiera dedicata al mondo del legno e quella dedicata alla montagna dal titolo “Vivere la montagna”, appuntamenti che confermano la vocazione del territorio come punto di riferimento per i settori dell’artigianato, della natura e della cultura alpina. In calendario anche altri eventi ed iniziative di richiamo a livello locale e nazionale, tra cui il Tour of the Alps, la prestigiosa corsa ciclistica a tappe che attraversa le Alpi e porta in città appassionati e media internazionali, e la Trento Half Marathon, che anima le strade del centro con centinaia di atleti provenienti da tutta Italia e dall'estero, contribuendo all’animazione del territorio nelle belle stagioni. Si terranno inoltre alcuni concorsi a cura della Provincia Autonoma di Trento e dell’Università di Trento, gli eventi ITC Days e Career Fair a cura dell’Università di Trento, Trentino Orienta organizzato da Trentino Marketing e dalla PAT. Nell’ambito delle attività legate al mondo del vino, lo spazio di Trento Expo sarà utilizzato inoltre il Consorzio Vini del Trentino nell’organizzazione di un evento formativo dedicato alla figura del sommelier: un appuntamento riservato agli operatori del settore.

## 2. Budget Economico di Previsione 2026

### 2.1. Ricavi previsti 2026

RICAVI PUBBLICI 46,05%	<b>ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE</b>		
	Provincia Autonoma di Trento	€ 1.540.000,00	
	Comune di Trento	€ 440.000,00	
	Comune di Baselga di Piné	€ 40.000,00	
	Altri enti pubblici	€ 18.000,00	
	<b>TOTALE CONTRIBUTI PUBBLICI</b>	<b>€ 2.038.000,00</b>	
RICAVI PRIVATI 53,95%	Sponsorizzazioni	€ 125.800,00	
	Proventi vari/ricavi privati da iniziative	€ 24.200,00	
	<b>TOTALE ALTRI RICAVI PREVISTI PER ATT. ISTITUZIONALE</b>	<b>€ 150.000,00</b>	
	<b>TOTALE ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE</b>		<b>€ 2.188.000,00</b>
	<b>ATTIVITA' COMMERCIALE</b>		
	<b>INTERMEDIAZIONE E VENDITA</b>		
	Attività di intermediazione e vendita	€ 808.500,00	
	Quote annuali dei soci	€ 66.000,00	
	Sponsorizzazioni	€ 7.000,00	
	<b>TOTALE INTERMEDIAZIONE E VENDITA</b>	<b>€ 881.500,00</b>	
	<b>MARKETING SPECIFICO</b>		
	Attività di marketing specifico	€ 78.000,00	
	Servizi convenzionati e piattaforme di sistema	€ 95.000,00	
	Sponsorizzazioni	€ 4.000,00	
	Quote annuali dei soci	€ 24.000,00	
	<b>TOTALE MARKETING SPECIFICO</b>	<b>€ 201.000,00</b>	
	<b>MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>		
	Mercatino di Natale di trento	€ 890.000,00	
	Sponsorizzazioni	€ 31.000,00	
	Quote annuali dei soci	€ 5.000,00	
	<b>TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>	<b>€ 926.000,00</b>	
	<b>ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>		
	Attività espositiva	€ 206.900,00	
	Sponsorizzazioni	€ 14.200,00	
	Quote annuali dei soci	€ 8.400,00	
	<b>TOTALE ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>	<b>€ 229.500,00</b>	
	<b>TOTALE ATTIVITA' COMMERCIALE</b>		<b>€ 2.238.000,00</b>
<b>TOTALE ALTRI RICAVI PREVISTI (att. di interesse generale + att. commerciale)</b>		<b>€ 2.388.000,00</b>	
<b>TOTALE RICAVI PREVISTI 2026</b>		<b>€ 4.426.000,00</b>	

## 2.2. Costi previsti 2026

### ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE

<b>INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA</b>	
Informazione e accoglienza	48.000,00
spese di gestione	70.000,00
spese di personale	235.000,00
<b>TOTALE INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA</b>	<b>353.000,00</b>

<b>SUPPORTO OPERATORI</b>	
Piattaforme digitali e di sistema	20.000,00
Attività di coaching	20.000,00
spese di gestione	34.000,00
spese di personale	96.000,00
<b>TOTALE SUPPORTO OPERATORI</b>	<b>170.000,00</b>

<b>PROGETTO RANGER / SENTIERISTICA</b>	
Attività progetto Ranger e sentieristica Trento e Altopiano di Pinè	148.000,00
spese di gestione	54.000,00
spese di personale	112.000,00
<b>TOTALE PROGETTO RANGER / SENTIERISTICA</b>	<b>314.000,00</b>

<b>SVILUPPO PRODOTTO</b>	
<i>Prodotto/esperienza</i>	
Outdoor	51.000,00
Cultura	39.000,00
Food & Wine	15.000,00
<b>SOSTENIBILITA'</b>	10.000,00
spese di gestione	46.000,00
spese di personale	143.000,00
<b>TOTALE SVILUPPO PRODOTTO</b>	<b>304.000,00</b>

<b>MARCA/VALORI</b>	
Azioni di promozione territoriale	417.000,00
spese di gestione	74.000,00
spese di personale	138.000,00
<b>TOTALE MARCA/VALORI</b>	<b>629.000,00</b>

<b>MERCATI</b>	
Skirama, partecipazione a fiere, promozione su mercati	42.000,00
spese di gestione	21.000,00
spese di personale	63.000,00
<b>TOTALE MERCATI</b>	<b>126.000,00</b>

<b>COORDINAMENTO TRA LIVELLI</b>	
<i>Progetti e grandi eventi di sistema</i>	
Trento Città dei Festival	107.000,00
Olimpiadi	135.000,00
spese di gestione	27.000,00
spese di personale	23.000,00
<b>TOTALE COORDINAMENTO TRA LIVELLI</b>	<b>292.000,00</b>

<b>TOTALE ATTIVITA' ISTITUZIONALE</b>	<b>2.188.000,00</b>
---------------------------------------	---------------------

<b>ATTIVITA' COMMERCIALE</b>
------------------------------

<b>INTERMEDIAZIONE VENDITA</b>	
<b>Attività di intermediazione vendita (servizi/pacchetti turistici gadget, ecc.)</b>	
attività di intermediazione - servizi/pacchetti turistici varie e gadget	222.500,00
attività di intermediazione - Ritiri sportivi	518.000,00
spese di gestione	114.000,00
spese di personale	27.000,00
<b>TOTALE INTERMEDIAZIONE VENDITA</b>	<b>881.500,00</b>

<b>MARKETING SPECIFICO</b>	
<b>Attività di Marketing Specifico</b>	
attività di mkt specifico (TO, mappe, piattaforme digitali e di sistema, ecc.)	48.000,00
Skibus	74.000,00
Hike&Bike	15.000,00
spese di gestione	29.000,00
spese di personale	35.000,00
<b>TOTALE MARKETING SPECIFICO</b>	<b>201.000,00</b>

<b>MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>	
Mercatino di Natale di Trento	660.000,00
spese di gestione	206.000,00
spese di personale	60.000,00
<b>TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>	<b>926.000,00</b>

<b>ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>	
attività espositiva / fiere	150.500,00
spese di gestione	50.000,00
spese di personale	29.000,00
<b>TOTALE ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>	<b>229.500,00</b>

<b>TOTALE ATTIVITA' COMMERCIALE</b>	<b>2.238.000,00</b>
-------------------------------------	---------------------

<b>TOTALE COSTI PREVISTI 2026</b>	<b>4.426.000,00</b>
-----------------------------------	---------------------

### 3. Bilancio di Previsione CEE 2026

	<b>31/12/2026</b>
<b>Conto economico</b>	
<b>A) Valore della produzione</b>	
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.284.600
2), 3) variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti e dei lavori in corso su ordinazione	
2) variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	
3) variazioni dei lavori in corso su ordinazione	
4) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	
5) altri ricavi e proventi	
contributi in conto esercizio	2.038.000
altri	103.400
<b>Totale altri ricavi e proventi</b>	<b>2.141.400</b>
<b>Totale valore della produzione</b>	<b>4.426.000</b>
<b>B) Costi della produzione</b>	
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	285.000
7) per servizi	2.646.600
8) per godimento di beni di terzi	300.000
9) per il personale	
a) salari e stipendi	680.000
b) oneri sociali	203.000
c), d), e) trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza, altri costi del personale	94.000
c) trattamento di fine rapporto	78.000
d) trattamento di quiescenza e simili	
e) altri costi	16.000
<b>Totale costi per il personale</b>	<b>977.000</b>
10) ammortamenti e svalutazioni	
a), b), c) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali e materiali, altre svalutazioni delle immobilizzazioni	150.000
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	13.000
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	137.000
c) altre svalutazioni delle immobilizzazioni	
d) svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	500
<b>Totale ammortamenti e svalutazioni</b>	<b>150.500</b>
11) variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	(5.000)
12) accantonamenti per rischi	
13) altri accantonamenti	
14) oneri diversi di gestione	52.000
<b>Totale costi della produzione</b>	<b>4.406.100</b>
<b>Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)</b>	<b>19.900</b>
<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>	
15) proventi da partecipazioni	
da imprese controllate	
da imprese collegate	

da imprese controllanti	
da imprese sottoposte al controllo delle controllanti	
altri	
Totale proventi da partecipazioni	
16) altri proventi finanziari	
a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni	
da imprese controllate	
da imprese collegate	
da imprese controllanti	
da imprese sottoposte al controllo delle controllanti	
altri	
Totale proventi finanziari da crediti iscritti nelle immobilizzazioni	
b), c) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni e da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	
b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	
c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	
d) proventi diversi dai precedenti	
da imprese controllate	
da imprese collegate	
da imprese controllanti	
da imprese sottoposte al controllo delle controllanti	
altri	
Totale proventi diversi dai precedenti	
Totale altri proventi finanziari	
17) interessi e altri oneri finanziari	
verso imprese controllate	
verso imprese collegate	
verso imprese controllanti	
verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti	
altri	10.000
Totale interessi e altri oneri finanziari	10.000
17-bis) utili e perdite su cambi	
Totale proventi e oneri finanziari (15 + 16 - 17 + - 17-bis)	
D) Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	
18) rivalutazioni	
a) di partecipazioni	
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	
c) di titoli iscritti all'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	
d) di strumenti finanziari derivati	
di attività finanziarie per la gestione accentrata della tesoreria	
Totale rivalutazioni	
19) svalutazioni	
a) di partecipazioni	
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	
d) di strumenti finanziari derivati	
di attività finanziarie per la gestione accentrata della tesoreria	
Totale svalutazioni	

Totale delle rettifiche di valore di attività e passività finanziarie (18 - 19)	( )
Risultato prima delle imposte (A - B + - C + - D)	9.900
20) Imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	
imposte correnti	9.900
imposte relative a esercizi precedenti	
imposte differite e anticipate	
proventi (oneri) da adesione al regime di consolidato fiscale / trasparenza fiscale	
Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	9.900
21) PAREGGIO (Utile/perdita) dell'esercizio	0

#### 4. RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE, SOSTENIBILITA' FINANZIARIA-ECONOMICA

Preg.mi Signori Soci,

nel corso della riunione tenutasi in data 5 dicembre 2025, il Consiglio di Amministrazione dell'Azienda per il Turismo Trento soc. cons. a r.l. ha condiviso i documenti costituenti gli atti statutari fondamentali, relativi alla previsione dell'attività ed alla sostenibilità finanziaria-economica dell'esercizio 2026:

- Budget economico di previsione per l'anno 2026, relativo ai ricavi ed ai costi previsti per la realizzazione delle iniziative programmate e per la determinazione delle quote di compartecipazione dei consorziati ai costi di gestione.

Il predetto documento è stato redatto dal Consiglio di Amministrazione, in conformità a quanto previsto dall'oggetto sociale e nel rispetto delle finalità statutarie della società consortile, distinguendo l'attività istituzionale da quella commerciale.

Per la redazione del **Budget economico di previsione 2026**, sono state seguite le "Linee guida tecnico-operative per le attività di interesse generale delle Aziende per il Turismo" elaborate dalla Provincia Autonoma di Trento a seguito della nuova L.P. 12.08.2020, n. 8 recante la "Disciplina della promozione territoriale e del marketing turistico in Trentino, e modificazioni della legge provinciale 23 marzo 2020, n. 2, relative ai contratti pubblici".

Il Collegio Sindacale rileva che il budget economico di previsione 2026 di A.P.T. Trento soc. cons. a r.l. rispetta il limite della percentuale massima della contribuzione pubblica, che non deve superare il 49% del budget complessivo e il limite della percentuale minima dei ricavi da privati che deve essere almeno pari al 51% del previsionale totale.

In particolare, sono previsti nel 2026: contributi pubblici per la percentuale del 46,04% e ricavi da privati per la percentuale del 53,96%.

Entrambe le attività (da contributi pubblici e da ricavi privati) chiudono in pareggio.

Il Collegio Sindacale non ha osservazioni sulla suddivisione contabile dei costi, adottata per centri di costo, e sui criteri per l'attribuzione delle spese di gestione e personale nei vari centri di costo.

**Il preventivo economico per l'anno 2026 viene, di seguito, riportato in sintesi:**

## BUDGET 2026 - RICAVI PREVISTI

BUDGET 2026 - RICAVI PREVISTI			
RICAVI PUBBLICI 46,05%	<b>ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE</b>		
	Provincia Autonoma di Trento	€ 1.540.000,00	
	Comune di Trento	€ 440.000,00	
	Comune di Baselga di Piné	€ 40.000,00	
	Altri enti pubblici	€ 18.000,00	
	<b>TOTALE CONTRIBUTI PUBBLICI</b>	<b>€ 2.038.000,00</b>	
RICAVI PRIVATI 53,95%	Sponsorizzazioni	€ 125.800,00	
	Proventi vari/ricavi privati da iniziative	€ 24.200,00	
	<b>TOTALE ALTRI RICAVI PREVISTI PER ATT. ISTITUZIONALE</b>	<b>€ 150.000,00</b>	
	<b>TOTALE ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE</b>		<b>€ 2.188.000,00</b>
	<b>ATTIVITA' COMMERCIALE</b>		
	<b>INTERMEDIAZIONE E VENDITA</b>		
	Attività di intermediazione e vendita	€ 808.500,00	
	Quote annuali dei soci	€ 66.000,00	
	Sponsorizzazioni	€ 7.000,00	
	<b>TOTALE INTERMEDIAZIONE E VENDITA</b>	<b>€ 881.500,00</b>	
	<b>MARKETING SPECIFICO</b>		
	Attività di marketing specifico	€ 78.000,00	
	Servizi convenzionati e piattaforme di sistema	€ 95.000,00	
	Sponsorizzazioni	€ 4.000,00	
	Quote annuali dei soci	€ 24.000,00	
	<b>TOTALE MARKETING SPECIFICO</b>	<b>€ 201.000,00</b>	
	<b>MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>		
	Mercatino di Natale di trento	€ 890.000,00	
	Sponsorizzazioni	€ 31.000,00	
	Quote annuali dei soci	€ 5.000,00	
	<b>TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>	<b>€ 926.000,00</b>	
	<b>ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>		
	Attività espositiva	€ 206.900,00	
	Sponsorizzazioni	€ 14.200,00	
	Quote annuali dei soci	€ 8.400,00	
	<b>TOTALE ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>	<b>€ 229.500,00</b>	
	<b>TOTALE ATTIVITA' COMMERCIALE</b>		<b>€ 2.238.000,00</b>
	<b>TOTALE ALTRI RICAVI PREVISTI (att. di interesse generale + att. commerciale)</b>		<b>€ 2.388.000,00</b>
	<b>TOTALE RICAVI PREVISTI 2026</b>		<b>€ 4.426.000,00</b>

# BUDGET 2026 - COSTI PREVISTI

<b>ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE</b> <i>iniziativa / evento / progetto</i>	
<b>INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA</b>	
Informazione e accoglienza	48.000,00
spese di gestione	70.000,00
spese di personale	235.000,00
<b>TOTALE INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA</b>	<b>353.000,00</b>
<b>SUPPORTO OPERATORI</b>	
Piattaforme digitali e di sistema	20.000,00
Attività di coaching	20.000,00
spese di gestione	34.000,00
spese di personale	96.000,00
<b>TOTALE SUPPORTO OPERATORI</b>	<b>170.000,00</b>
<b>PROGETTO RANGER / SENTIERISTICA</b>	
Attività progetto Ranger e sentieristica Trento e Altopiano di Pinè	148.000,00
spese di gestione	54.000,00
spese di personale	112.000,00
<b>TOTALE PROGETTO RANGER / SENTIERISTICA</b>	<b>314.000,00</b>
<b>SVILUPPO PRODOTTO</b>	
<i>Prodotto/esperienza</i>	
Outdoor	51.000,00
Cultura	39.000,00
Food & Wine	15.000,00
<b>SOSTENIBILITA'</b>	10.000,00
spese di gestione	46.000,00
spese di personale	143.000,00
<b>TOTALE SVILUPPO PRODOTTO</b>	<b>304.000,00</b>
<b>MARCA/VALORI</b>	
Azioni di promozione territoriale	417.000,00
spese di gestione	74.000,00
spese di personale	138.000,00
<b>TOTALE MARCA/VALORI</b>	<b>629.000,00</b>
<b>MERCATI</b>	
Skirama, partecipazione a fiere, promozione su mercati	42.000,00
spese di gestione	21.000,00
spese di personale	63.000,00
<b>TOTALE MERCATI</b>	<b>126.000,00</b>
<b>COORDINAMENTO TRA LIVELLI</b>	
<i>Progetti e grandi eventi di sistema</i>	
Trento Città dei Festival	107.000,00
Olimpiadi	135.000,00
spese di gestione	27.000,00
spese di personale	23.000,00
<b>TOTALE COORDINAMENTO TRA LIVELLI</b>	<b>292.000,00</b>
35	
<b>TOTALE ATTIVITA' ISTITUZIONALE</b>	<b>2.188.000,00</b>

<b>ATTIVITA' COMMERCIALE</b> <i>iniziativa / evento / progetto</i>	
<b>INTERMEDIAZIONE VENDITA</b>	
<b>Attività di intermediazione vendita (servizi/pacchetti turistici gadget, ecc.)</b>	
attività di intermediazione - servizi/pacchetti turistici varie e gadget	222.500,00
attività di intermediazione - Ritiri sportivi	518.000,00
<b>spese di gestione</b>	114.000,00
<b>spese di personale</b>	27.000,00
<b>TOTALE INTERMEDIAZIONE VENDITA</b>	<b>881.500,00</b>
<b>MARKETING SPECIFICO</b>	
<b>Attività di Marketing Specifico</b>	
attività di mkt specifico (TO, mappe, piattaforme digitali e di sistema, ecc.)	48.000,00
Skibus	74.000,00
Hike&Bike	15.000,00
<b>spese di gestione</b>	29.000,00
<b>spese di personale</b>	35.000,00
<b>TOTALE MARKETING SPECIFICO</b>	<b>201.000,00</b>
<b>MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>	
Mercatino di Natale di Trento	660.000,00
<b>spese di gestione</b>	206.000,00
<b>spese di personale</b>	60.000,00
<b>TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO</b>	<b>926.000,00</b>
<b>ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>	
attività espositiva / fiere	150.500,00
<b>spese di gestione</b>	50.000,00
<b>spese di personale</b>	29.000,00
<b>TOTALE ATTIVITA' ESPOSITIVA</b>	<b>229.500,00</b>
<b>TOTALE ATTIVITA' COMMERCIALE</b>	<b>2.238.000,00</b>
<b>TOTALE COSTI PREVISTI 2026</b>	<b>4.426.000,00</b>

Il preventivo economico per l'anno 2026 prevede il pareggio di bilancio, in linea con lo scopo non lucrativo previsto dallo statuto sociale.

\* \* \* \* \*

In conclusione, a seguito dei controlli effettuati, il Collegio Sindacale ritiene che il Budget economico di previsione per l'anno 2026 di A.P.T. Trento soc. cons. a r.l. sia sostenibile dal punto di vista

finanziario-economico, coerente con le finalità societarie e congruo rispetto al programma di attività previsto ed invita i Signori Soci all'approvazione.

Trento, 12 dicembre 2025

Il Collegio Sindacale

f.to - Dott. Marco Merler (Presidente)

f.to - Dott.ssa Marianna Sebastiani (componente)

f.to - Dott. Aurelio Veneri (componente)

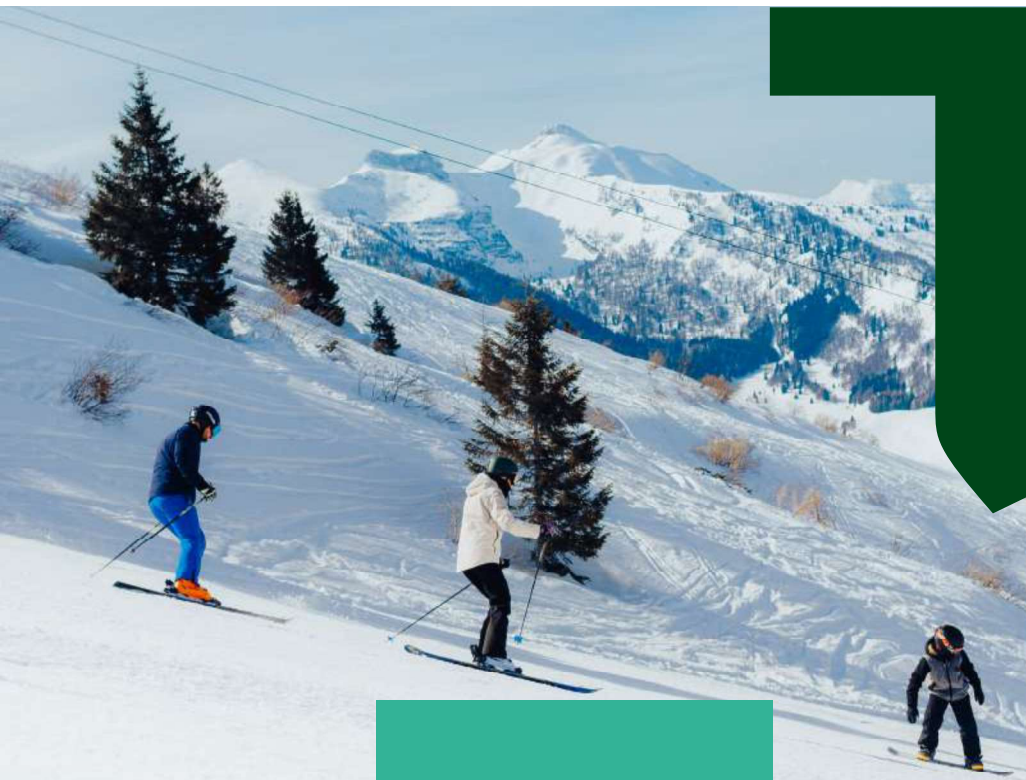


# Trento

Alza lo sguardo.

## visittrento.it

Azienda per il Turismo Trento  
Via Torre Verde 7 | 38122 Trento  
T. +39.0461.216000 | info@visittrento.it



**Trento**  
**Monte Bondone**  
**Altopiano di Piné**