Trento
Alza lo sguardo.

Piano operativo Budget di previsione anno 2025

Azienda per il Turismo Trento

PIANO OPERATIVO
BUDGET DI PREVISIONE ECONOMICO
ANNO 2025

Documento Assemblea dei Soci del 19 dicembre 2024

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 515.000,00
C.F - P. IVA 01850080225

SOMMARIO

1. Piano Operativo 2025 ..... **8**

1.1. Le strategie dell'azienda 9

1.2. Attività, progetti e iniziative per l'anno 2025 10

1.2.1. Attività istituzionale – marketing turistico territoriale 10

1.2.2. Attività commerciale 25

2. Budget economico di previsione 2025 ..... **30**

2.1. Ricavi previsti 2025 30

2.2. Costi previsti 2025 31

3. Relazione tecnica al budget economico di previsione 2025 ..... **33**

3.1. Ricavi 33

3.2. Costi 36

4. Relazione del Collegio Sindacale, sostenibilità finanziaria-economica **42**

4.1. Budget 2025 – Ricavi 43

4.2. Budget 2025 – Costi 44

Presidente Franco Aldo Bertagnolli
Sinergia e pianificazione per uno sviluppo del territorio efficiente ed innovativo

Una ricerca sull'impatto economico del turismo elaborata dal World Travel & Tourism Council ha messo in evidenza l'importanza del turismo quale maggiore attività economica del pianeta, in grado di generare il 10% del PIL mondiale e offrire impiego a più di 200 milioni di persone. Un valore inestimabile per la nostra economia, che secondo le previsioni dell'ente turistico mondiale continuerà a crescere considerevolmente nei prossimi anni, rappresentando un terreno fertile dove continuare a sviluppare con passione azioni e progetti che possano valorizzare al meglio il nostro amato territorio e tutte le sue peculiarità.

Nell'anno corrente la nostra Azienda ha lavorato con professionalità sui pilastri strategici identificati nel suo piano pluriennale, concentrandosi in particolare sullo sviluppo di prodotti quali la cultura, l'outdoor, l'enogastronomia e la sostenibilità a 360°. Un impegno costante che ci ha visti confrontarci e collaborare con una rete importante di Istituzioni ed attori locali, tra i quali la nostra ATA di riferimento, per la creazione sinergica di attività e progetti di respiro nazionale ed internazionale. In linea con gli obiettivi del piano strategico, APT proseguirà l'importante percorso di sviluppo prodotto sia a livello outdoor, che culturale ed enogastronomico proponendosi come punto di riferimento e soggetto coordinatore per le tante realtà del territorio coinvolte. Un ruolo centrale continuerà a rivestire il tavolo cultura, che ci vede dialogare, confrontarci e sviluppare importanti progetti insieme ai principali musei e siti culturali della città, nonché lo sviluppo di azioni mirate valorizzare il Monte Bondone e l'Altopiano di Piné durante tutto l'arco dell'anno.

Quello che la nostra Azienda rappresenta è un territorio ricco e molto variegato, capace di offrire agli ospiti una proposta turistica completa che comprende il contesto urbano-alpino di Trento e la proposta outdoor e naturalistica del Monte Bondone e dell'Altopiano di Piné. Relativamente all'Altopiano è stata in particolare sviluppata un'importante integrazione del presente piano strategico pluriennale di APT per valorizzare le peculiarità del territorio partendo da uno studio dettagliato del contesto e dei suoi operatori.

Nell'implementare azioni e strategie, riteniamo fondamentale guardare sempre con attenzione alla domanda e alle esigenze dei nostri utenti, orientando in questo senso le nostre progettualità per essere efficaci e per saper cogliere prontamente le sfide di un mercato in costante trasformazione. Come Azienda continueremo a lavorare, inoltre, per essere sempre più efficienti nelle varie mission che ci siamo posti, dallo sviluppo del prodotto alle attività di marketing e comunicazione, dalla commercializzazione dell'offerta turistica alla gestione dei nostri punti informativi, dallo sviluppo di progetti innovativi alle attività di supporto degli operatori, ponendo sempre attenzione alla grande sfida di aumentare le entrate private della nostra Azienda per il Turismo.

Direttore Matteo Agnolin
Lo sviluppo di un territorio e di una comunità urbano-alpina

In questi anni la nostra Azienda ha rinnovato in modo decisivo il suo ruolo e la sua riconoscibilità sul territorio, diventando un vero attivatore di opportunità e un chiaro riferimento per la crescita, la comunicazione e lo sviluppo dell'intera destinazione. I nuovi orizzonti e le scelte strategiche che abbiamo deciso di perseguire in questi anni, coerentemente con il Piano Strategico Pluriennale 2023-2025, sono state volte proprio alla costruzione di un'identità di destinazione ben riconoscibile e allo sviluppo del territorio in chiave moderna, accessibile e sostenibile con uno sguardo sempre rivolto al futuro.

Nello sviluppo di grandi progetti ed azioni sul territorio, abbiamo lavorato con impegno per assumere un ruolo di coordinamento che permettesse di gestire al meglio i processi decisionali e le relazioni con i tanti stakeolders presenti sul territorio, puntando sul coinvolgimento di tutto il sistema locale e della comunità. Una collaborazione fondamentale e costante che mira infatti a massimizzare l'impatto positivo del turismo su tutta la comunità locale e a ridefinire l'organizzazione della filiera turistica in chiave sempre più sostenibile. Nel modello di sviluppo che la nostra Azienda ha pianificato infatti la sostenibilità gioca un ruolo importante sia dal punto di vista sociale, garantendo massima attenzione al benessere della comunità locale e dei suoi attori, ma anche economica, promuovendo un equilibrio tra crescita economica, efficienza delle risorse, ed equità sociale ed infine ambientale adottando pratiche che favoriscano l'equilibrio ecologico. Ed è proprio su questi tre assi che si fonderanno anche nel 2025 le nostre scelte e strategie con l'obiettivo di attivare cicli economici postivi che prevedano il reinvestimento sul territorio delle risorse raccolte, la sinergia con il tessuto economico locale, il coinvolgimento della comunità nei progetti di pianificazione territoriale e la cura del territorio nella sua dimensione urbano-alpina.

Nel 2025 continueremo a lavorare per costruire prospettive di sviluppo e crescita territoriale solide, ma sarà anche tempo di bilanci rispetto agli obiettivi che la nostra Azienda si è posta con l'implementazione del suo piano strategico pluriennale 2023-2025. Sarà infatti un momento importante di valutazione del grande lavoro di riorganizzazione della struttura aziendale compiuto in questi ultimi anni ma anche dei risultati portati dall'attività dell'Azienda in sinergia con Comune di Trento, la Provincia, Trentino Marketing, l'ATA e la nuova realtà del consorzio delle APT.

Per l'anno a venire, grande attenzione sarà dedicata al tema dello sviluppo della rete di partnership sul territorio, sensibilizzando tutti gli attori privati che costituiscono il sistema turistico - ricettività alberghiera ed extra-alberghiera, ristoranti, noleggi, negozi e attività commerciali – sull'importanza di sostenere le iniziative dell'Azienda. Rimarranno inoltre centrali le attività di project management e di marketing legate ai nostri prodotti di punta come la cultura, l'outdoor e l'enogastronomia e quella di comunicazione e promozione del nostro brand cittadino come elemento di sintesi di un sistema fondato sui valori identitari all'origine della nostra città e del brand stesso: plurale, organizzata, contemporanea e sorprendente. E accompagnare così il posizionamento del nostro ambito come città urbano-alpino, con la qualità di vita come carattere distintivo principe.

Come di consueto desidero ringraziare tutti coloro che ci permettono di continuare a lavorare in queste direzione e credono in questo progetto, con l'auspicio di continuare a collaborare insieme.

1. PIANO OPERATIVO 2025

Il Piano Operativo e Budget economico di previsione 2025 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.

Nel corso del 2025 la nostra APT proseguirà con lo sviluppo delle sue attività strategiche e operative coerentemente con le linee guida condivise dalla Provincia Autonoma di Trento, da Trentino Marketing e con le strategie turistiche condivise con i Comuni dell'ambito. L'anno a venire rappresenterà inoltre quello di conclusione della validità triennale del piano strategico deliberato nel 2023 e sarà quindi un importante occasione di valutazione e monitoraggio di quanto è stato sviluppato nel corso degli ultimi tre anni ma anche un momento di pianificazione delle strategie future e di approcci innovativi.

Le strategie della nostra Azienda saranno volte al raggiungimento di alcuni macro-obiettivi comuni con le altre Istituzioni impegnate nella governance turistica del territorio, quali il continuo impegno verso la qualità dell'esperienza dell'ospite, lo sviluppo sostenibile della destinazione, l'attenzione alla mobilità e alla digitalizzazione dei servizi, l'innovazione di strumenti e metodologie di sviluppo territoriale, l'internazionalizzazione con il consolidamento della nostra presenza sui principali mercati esteri, l'attività di scouting su nuovi paesi ed una crescente valorizzazione dell'offerta turistica del territorio nelle cosiddette "belle stagioni". Un ruolo importante nelle progettualità della nostra azienda rivestiranno sempre anche i progetti di sistema secondo le linee guida della Provincia Autonoma di Trento, come lo sviluppo della Trentino Guest Platform, la sostenibilità a livello economico, sociale ed ambientale, attività di coaching per gli operatori, la valorizzazione dell'offerta culturale locale e delle produzioni enogastronomiche del territorio. Come anticipato, proseguirà inoltre il lavoro volto al rafforzamento delle sinergie con le Istituzioni, le associazioni di categoria, gli operatori economici, nonché tutti gli stakeholders e le realtà di riferimento attraverso il confronto e la condivisione di obiettivi comuni. Le azioni di marketing e comunicazione continueranno ad essere finalizzate alla valorizzazione e allo sviluppo turistico di tutto il territorio d'ambito, prestando particolare attenzione alla cura del territorio e al lavoro sinergico con e tra operatori turistici per costruire storie ed esperienze uniche e coerenti con l'identità e i valori della destinazione.

Nel 2025 proseguiranno inoltre i lavori della Agenzia Territoriale d'Area Città, Laghi e Altipiani della quale facciamo parte insieme ai territori di Valsugana, Rovereto e Alpe Cimbra, all'interno della quale sono stati condotti importanti progetti congiunti di durata pluriennale. In particolare, i territori in essa rappresentati hanno intrapreso un ambizioso percorso di gestione e sviluppo del territorio sostenibile secondo gli standard internazionali GSTC - Global Sustainable Tourism Council, l'organizzazione internazionale che stabilisce e guida gli standard per lo sviluppo sostenibile nel settore dei viaggi e del turismo. 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 dell'ente certificatore italiano Vireo rispetto ad oltre 150 criteri in linea con l'Agenda 2030 e i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile. I lavori dell'ATA proseguiranno inoltre nello sviluppo congiunto e strutturato di un'offerta culturale a livello provinciale, ispirata dagli ottimi risultati e alle progettualità del tavolo museale della città di Trento coordinato dalla nostra APT. Verranno inoltre condotti degli studi per la creazione di itinerari outdoor che possano valorizzare la proposta inter-ambito e gli scambi tra territori e di progetti per la realizzazione di parchi tematici sostenibili.

Accanto ai lavori dell'ATA, proseguiranno nell'anno a venire anche quelli del Consorzio delle APT del Trentino, costituitosi alla fine del 2022 con l'obiettivo di favorire maggiori servizi, nuove competenze ed economie di scala nel settore turistico a favore dei territori trentini. Il Consorzio continuerà a porre l'attenzione su azioni da sviluppare in modo coordinato, quali la gestione diretta e indiretta di servizi atti a favorire lo sviluppo di nuove competenze ed economie di scala, la semplificazione nelle procedure amministrative interne alle APT, il supporto nella scelta dei fornitori per l'ambito amministrativo contabile e il miglioramento della gestione degli strumenti di sistema. A tale scopo è stata individuata una persona per la funzione di coordinatore e tre principali aree di "intervento": la privacy, il modello 231 e le assicurazioni.

1.1. Le strategie dell'azienda

Il piano strategico pluriennale 2023-2025 della nostra Azienda ha delineato un percorso di sviluppo territoriale ben strutturato e una solida strategia di destination management legata ad un chiaro posizionamento strategico, quello di una destinazione smart nel cuore del Trentino e porta d'accesso verso tutti gli altri territori limitrofi. In questa nuova visione si è cercato di superare il concetto di limiti territoriali tra aziende per il turismo a favore di un approccio che miri a far cogliere agli ospiti il valore unitario del territorio trentino e che valorizzi la centralità della città di Trento per fruire di esperienze e servizi anche fuori dal contesto cittadino.

Alla luce della recente riforma della legge provinciale sul turismo anche il ruolo della stessa APT si è evoluto nel tempo, da agenzia di comunicazione ad ente che opera per sviluppare la destinazione turistica e i suoi prodotti chiave. L'attività di project management legata al prodotto cultura, outdoor ed enogastronomia va proprio in questa direzione, con progetti importanti quali il coordinamento del tavolo musei cittadino e lo sviluppo di un territorio curato e ben manutenuto, da vivere come un vero e proprio "outdoor park" sia da parte degli ospiti che dei nostri residenti. Si tratta in altre parole di un progetto integrato di sviluppo degli sport e delle attività outdoor, che punta a preservare, mantenere e valorizzare sentieri ed itinerari di Trento, del Monte Bondone e dell'Altopiano di Piné con un approccio di equilibrio e rispetto dell'ecosistema locale, della comunità e dell'ospite.

La visione strategica della nostra Azienda punta quindi ad un continuo e costante miglioramento dell'esperienza turistica e della qualità dei servizi offerti ai nostri ospiti e ai residenti, attraverso la costituzione di un sistema integrato e ben bilanciato che vede nel confronto e nel coinvolgimento attivo di tutti gli attori il suo punto di forza. In questo senso sono quindi orientate le attività di sviluppo del prodotto, formazione ed innovazione, accoglienza e servizi all'ospite, comunicazione e creazione di partnership con gli operatori su progetti specifici che la nostra APT è chiamata ad implementare. La centralità del nostro ruolo è confermata anche dalla necessità di coordinare in modo efficiente ed efficace le risorse economiche, sia pubbliche che private, raccolte in modo che possano essere investite sul territorio con benefici tangibili per tutta la collettività. Guardando ora alla comunicazione, APT ha evoluto notevolmente anche la sua strategia promozionale adottando un approccio multicanale fortemente legato agli strumenti digitali e volto alla creazione di contenuti emozionali e di qualità da veicolare con un tone of voice calibrato, smart e fedele ai valori del territorio e della sua comunità.

Le aree di sviluppo che ci vedranno impegnati nel 2025 e negli anni a venire saranno dunque la città di Trento quale hub e cuore del Trentino, l'ottimizzazione dei flussi di passaggio, lo sviluppo di una rete culturale solida ed efficiente, la creazione di un prodotto enoturistico attrattivo, lo sviluppo dell'offerta outdoor legata in particolare al prodotto bike e trekking sul Monte Bondone e sull'Altopiano di Piné e infine la sostenibilità quale modello di sviluppo nell'ambito della mobilità ma anche a livello sociale, economico ed ambientale.

All'interno di questo framework strategico, continuerà a rivestire un ruolo centrale il lavoro di valorizzazione dell'Altopiano di Piné e delle sue peculiarità e della sua armonizzazione rispetto al territorio d'ambito nel quale è entrato a far parte. Proseguiranno dunque in questa ottica i lavori sulla segnaletica, la valorizzazione e tematizzazione di itinerari per l'escursionismo e il cicloturismo, lo sviluppo di servizi bike sharing, la promozione dell'offerta enogastronomica locale, il miglioramento nella gestione dei flussi sul lago attraverso interventi sulla segnaletica e il supporto agli operatori con attività di coaching mirate.

1.2. Attività, progetti e iniziative per l'anno 2025

Il presente piano operativo 2025 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. É nata così la brochure "Cultura", che presenta in una soluzione comoda ed intuitiva le principali attrazioni culturali della città e dell'ambito in tre lingue (italiano, tedesco e inglese) ma con l'obiettivo di ampliare la proposta linguistica. La brochure "Cultura" è parte di una mini-collana, che si arricchirà nei prossimi mesi con la proposta enogastronomica dell'ambito e con quella legata all'outdoor per offrire all'ospite una visione completa della nostra offerta territoriale a seconda dei suoi interessi.

In un territorio vocato all'outdoor e alle attività all'aria aperta, uno strumento molto attrattivo e completo è quello dell'"Experience Map", una mappa illustrata che attraverso il concetto chiave di esperienza intende ispirare l'ospite offrendogli una panoramica delle molteplici possibilità offerte dal territorio in modo smart e innovativo. Grazie alla forza dei colori e all'attrattività del disegno l'ospite viene così guidato alla scoperta del Monte Bondone e dell'Altopiano di Piné con due mappe distinte che ne evidenziano l'offerta naturalistica, sportiva ed enogastronomica con una linea grafica coordinata. Entrambe le mappe sono disponibili sia in formato digitale che cartaceo tascabile per essere facilmente fruibile dagli ospiti. Nel 2025 la collana di mappe esperienziali verrà inoltre arricchita con quella dedicata all'offerta outdoor dei dintorni di Trento e in particolare della zona della Marzola e del Calisio.

Sempre nel corso del prossimo anno rinnoveremo, seguendo il nuovo stile grafico dell'Azienda, la mappa block della città attraverso una sua estensione per offrire all'ospite uno sguardo più ampio del territorio. La mappa si è dimostrata essere negli anni uno strumento fondamentale d'informazione turistica, molto richiesto e apprezzato dall'ospite e che merita un restyling per rimanere aggiornato nei contenuti e piacevole

a livello grafico. Con riferimento ora all'offerta ricettiva, abbiamo realizzato nel corso dell'anno corrente due brochure hospitality dedicate rispettivamente all'Altopiano di Piné e al Monte Bondone per presentare le nostre strutture ricettive e i servizi offerti dalla località in occasione di fiere ed appuntamenti promozionali e commerciali. Accanto a questi strumenti, abbiamo sviluppato inoltre la Bike Map dell'altopiano e quella dedicata ai sapori locali che continueranno ad essere distribuite anche nel 2025 in tutti gli appuntamenti B2B e B2C.

Infine, in linea con le strategie di sostenibilità e mobilità green, nel 2025 continueremo a valorizzare le proposte sulle due ruote offerte dal nostro territorio anche attraverso la brochure dedicata al progetto della "Bicipolitana", una mappa relativa alle ciclovie della città con evidenza dei punti per ricaricare le bici elettriche, dei bicigrill e del bikesharing e fonte di spunti interessanti per organizzare la propria vacanza da Trento come punto di partenza per gite e pedalate verso tutto il Trentino.

Tutti gli strumenti editoriali sviluppati e quelli in fase di realizzazione continueranno ad essere distribuiti anche nel 2025 nei punti informativi di APT, presso le realtà dei nostri soci e convenzionati e in occasione di fiere di settore, workshop con operatori turistici in Italia e all'estero ed eventi sul territorio.

1.2.1.1.2. Web e social media

La nostra Azienda ha avviato uno studio per lo sviluppo nel 2025 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 promo-commercializzazione 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/informazione al turista (K-Tips);
- Raccolta ed elaborazione dei dati per analisi del comportamento online dell'utente (K-Suite);
- 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 avranno 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. Il nuovo sistema digitale sarà inoltre 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 e messo a regime a dicembre 2024, 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 2025 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.

Un approfondimento importante merita infine il progetto di sviluppo del nuovo sito web www.natale.trento.info dedicato all'intera proposta di Trento, Città del Natale e del Mercatino di Natale di Trento, lanciato nel mese di ottobre 2024. 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

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 ciclo-pedonali 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 2025 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;
- 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 2025 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 2025 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.
- 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 puntale 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 2025.

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 2025 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 2025 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 "My Active Summer" 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 presso il miniclub "Gli Amici di Selva".

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 della nostra Azienda ha individuato tre importanti pilastri strategici attorno ai quali sviluppare precise strategie di sviluppo prodotto: la cultura, l'outdoor e l'enogastronomia. A fine 2022 la nostra APT ha quindi intrapreso un percorso di sviluppo del prodotto cultura, che ha preso struttura con importanti risultati partendo da uno studio di contesto, di analisi dei flussi strategici di visita e di benchmarking per arrivare quindi ad un lavoro strutturato di project management del prodotto. Nella sua strategia di sviluppo prodotto, APT ha posto massima importanza all'istituzione di un tavolo di lavoro attorno al quale potessero sedere tutte le principali realtà museali del territorio e che ha rappresentato in questo biennio il cuore pulsante del percorso di project management culturale coordinato da APT. Gli obiettivi che il tavolo di lavoro si è posto sono molteplici, tra i quali la necessità di condivisione e allineamento strategico tra gli attori coinvolti, lo sviluppo di eventi e progetti condivisi, il rafforzamento dell'identità di prodotto, la condivisione di strategie ed azioni di marketing, il cross learning e lo sviluppo di sinergie con gli stakeholders del territorio. L'impegno della nostra Azienda nello sviluppo del prodotto cultura mira alla creazione, valorizzazione e promozione di una destinazione da vivere tutto l'anno, dove la cultura possa rappresentare un driver sempre più strategico nella scelta di una meta di viaggio e tra le principali motivazioni che spingono il turista a sceglierci per una vacanza.

A livello operativo, il tavolo si è riunito nel corso di questo biennio a cadenza regolare permettendo così ad APT e alle realtà museali coinvolte di confrontarsi periodicamente su strategie, progettualità ed azioni promozionali coordinate. Nello sviluppo di questo progetto APT si è proposta come coordinatore nella definizione della metodologia di lavoro e delle fasi operative con il supporto dell'azienda G&A Group -

Progetto Turismo, realtà trentina con una lunga esperienza in questo settore. Nel corso del 2023, il piano di lavoro ha previsto una fase di confronto con le singole realtà museali, seguita da un'analisi sulla buyer experience e sui dati a disposizione e da laboratori sulle buyer personas con momento di confronto tramite empathy maps. Nel 2024 è stata invece strutturata la fase applicativa delle progettualità pianificate con la messa a terra di macro e micro-progettualità sia nel breve che nel medio-lungo termine. L'approccio che ha ispirato tutte le fasi di questo progetto è stato quello di perseguire obiettivi realistici e concreti, che potessero portare benefici tangibili al territorio d'ambito e alle nostre realtà culturali. In continuità con il lavoro compiuto in questi due anni, il piano strategico del prodotto cultura per il 2025 sarà strutturato a partire dalle seguenti macro-progettualità:

- Tavoli di lavoro della rete culturale: proseguimento incontri mensili con location a rotazione per favorire la reciproca conoscenza tra realtà culturali;

- Tavoli di lavoro per buyer personas: confronti laboratoriali per lo sviluppo e la condivisione di competenze legate ai pubblici di riferimento;

- Coordinamento di attività di marketing
  - Allestimento di un corner informativo di rete all'interno di tutte le realtà museali con l'istallazione di un totem che raccolga materiale informativo di sistema;
  - Valutazioni su branding e visual di sistema;
  - Revisione dei contenuti dedicati alla cultura all'interno del portale di destinazione;
  - Strutturazione di nuovi progetti di influencer marketing;
  - Sviluppo di un nuovo sistema di segnaletica urbana dedicato ai principali punti d'interesse della città di Trento, con possibilità di successiva applicazione a tutto il territorio d'ambito;
  - Individuazione di nuove azioni e progettualità;

- Marketing Analitico: confronto e individuazione elementi comuni da monitorare, setting strumenti comuni per il monitoraggio e avvio fase di test;

- Attività di Mystery Client: proseguiranno le attività di mystery presso le realtà culturali con l'obiettivo di monitorare eventuali miglioramenti rispetto a quanto emerso dalle precedenti verifiche effettuate nel corso del 2024 e di valutare le performance anche rispetto ad altre buyer personas di riferimento;

- Progetto Imprese: verrà affinata la lista delle aziende test verso le quali definire una proposta di valore di rete ed avviare la fase test del progetto. Proseguiranno inoltre le attività di partner marketing e il relativo monitoraggio nonché le attività di analisi per individuare nuove aziende partner.

- Progetto Scuole: relativamente al mondo scolastico s'intende avviare un progetto per l'individuazione di azioni che spingano il ritorno delle famiglie sul territorio e uno legato allo sviluppo di strumenti ludico-didattici per l'insegnante. Verranno inoltre attivato un servizio di messa a disposizione di uno spazio caldo e riparato per la pausa pranzo delle classi in caso di maltempo e valutata la possibilità di un confronto con il tavolo dei dirigenti trentini per sviluppare insieme progetti formativi pertinenti.

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 2025 la nostra Azienda proseguirà con l'implementazione dei grandi progetti legati al mondo delle due ruote, avviati nell'ultimo biennio in linea con l'obiettivo di sviluppare un territorio curato e sostenibile sia dal punto di vista ambientale, che sociale ed economico. Con riferimento alla città di Trento, particolare attenzione a livello comunicativo verrà dedicata alla "Bicipolitana", un progetto del Comune di Trento curato a livello comunicativo dall'Azienda per il Turismo per sviluppare una rete ciclabile urbana chiara e ben organizzata e favorire così gli spostamenti sulle due ruote per turisti e residenti. Il progetto immagina la rete ciclabile come un servizio metropolitano, che colora la città grazie all'individuazione di 15 itinerari principali, facilmente identificabili grazie a un'apposita segnaletica sulla pavimentazione e a una pratica mappa per orientarsi facilmente sul territorio. La Bicipolitana può essere fruita anche come mappa con gli itinerari principali e l'indicazione dei tempi di percorrenza delle varie tratte ed è concepita come uno disegno dinamico, che si arricchirà in futuro di nuovi itinerari e punti d'interesse. Rimanendo nella zona urbana e collinare di Trento, la nostra Azienda continuerà il suo impegno nello sviluppo e nella mappatura della sentieristica nell'ambito della Marzola con l'obiettivo di valorizzare passeggiate ed escursioni molto attrattive a pochi passi dal centro cittadino.

Passando ora al Monte Bondone e all'Altopiano di Piné, proseguirà il lavoro di arricchimento della proposta di itinerari per la bici e il trekking, di mappatura e di manutenzione dei tracciati e della relativa segnaletica. Sull'altopiano, in particolare, APT continuerà a operare come progetto capofila al progetto di sorveglianza, gestione e manutenzione e promozione di percorsi ciclopedonali chiamato "Hike & Bike Pinè" in stretta collaborazione con l'Ufficio SOVA della Provincia Autonoma di Trento e i Comuni dell'ambito. Si continuerà, nello specifico, nella mappatura di 230 km di percorsi ciclopedonali da integrare anche nell'App Mowi Bike e nello sviluppo delle relative tabelle tecniche. Guardando ora al Monte Bondone, proseguirà il progetto di sviluppo e promozione dei nuovi percorsi di nordic walking presso le Viote, che abbiamo certificato nel 2024 con l'obiettivo di inserire la località nell'ambito dei Nordic Walking Park certificati SINW. Per l'ottenimento della certificazione è stata condotta un'attività di verifica dell'idoneità dei percorsi su base nazionale per la pratica della disciplina sportiva del Nordic Walking, garantendo così omogeneità e uniformità di classificazione e segnaletica con i Nordic Walking Park SINW. A livello operativo continuerà anche nel 2025 l'importante lavoro di sviluppo della relativa segnaletica direzionale, la mappatura GPS dei percorsi individuati e la promozione del Park sia sui nostri canali promozionali che su quelli SINW come sito e app.

Le attività di project management del prodotto outdoor si concretizzeranno nel corso del 2025 anche tramite il supporto della nostra Azienda nell'organizzazione e promozione di grandi eventi sportivi di respiro nazionale ed internazionale come i Campionati Mondiali Junior di Corsa Orienteering – JWOC 2025 in programma dal 26 giugno al 4 luglio 2025 sull'Altopiano di Piné con oltre 350 atleti provenienti da ogni parte del mondo e la prima edizione di un evento competitivo dedicato al Triathlon che si svolgerà presso il Lago delle Piazze. In città sarà inoltre riproposta l'attesa iniziativa dedicata alla sicurezza stradale per grandi e piccini "Trento In Bici", mentre sull'Alpe di Trento l'avvio della stagione invernale e tutta l'offerta outdoor saranno promosse attraverso la terza edizione dell'evento "Monte Bondone Happy Winter".

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.

Tenuto conto della strategicità del marchio e del prodotto Trentodoc per la città, la nostra Azienda ha deciso di valorizzare ulteriormente questa eccellenza ponendola al centro del progetto Enoturlab attraverso due macro-attività:

- Sviluppo di un manuale toolkit dedicato al prodotto che miri a stimolare gli operatori del settore della ristorazione nell'adottare delle linee guida condivise nell'operatività enoturistica;
- Sviluppo di un percorso di formazione a distanza (FAD) per gli operatori dedicato all'enoturismo, all'accoglienza in cantina e alla promo-commercializzazione del prodotto enoturistico.

Il manuale "Toolkit del Trentodoc" è frutto di un lungo lavoro che la nostra APT ha svolto insieme a TSM nel corso del 2024 - anche attraverso un'attività mirata di mistery client su un campione strutturato di realtà del mondo ristorativo – e sarà presentato ufficialmente agli operatori nei primi mesi del 2025 come strumento di riferimento per diffondere conoscenza e consapevolezza attorno al prodotto Trentodoc.

Nel 2025 l'impegno di APT nella valorizzazione e nello sviluppo del prodotto Food&Wine si concretizzerà anche attraverso progetti speciali, che spazieranno dalla creazione di partnership più strutturate con gli operatori della ristorazione ad attività promozionali e promo-commerciali mirate. Verrà in particolare sviluppata la brochure "Gusto", attraverso la quale promuovere l'offerta enogastronomica e i partner presso tutti i nostri Uffici Informativi, i canali di comunicazione e gli appuntamenti fieristici e business in Italia e all'estero. La proposta enoturistica locale sarà inoltre integrata sempre più all'interno delle esperienze turistiche che la nostra Azienda propone agli ospiti e ai residenti attraverso il suo marketplace presente sul sito trento.info. Come anticipato nel paragrafo dedicato al web, infatti, la sezione dedicata alla vendita di esperienze turistiche guadagnerà sempre più rilevanza, consistenza e visibilità all'interno dell'attività promozionale di APT.

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 multisettoriale, in quanto si rivolge a tutta la filiera;

- 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 dell'ente certificatore italiano Vireo attraverso un audit di esaminazione 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 2025 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 marzo, in particolare, si terrà l'audit annuale di sorveglianza da parte dell'ente certificatore Vireo alla presenza del Direttore e della Susatinability 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.

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 CO_2 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 2025 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. In occasione delle aperture notturne delle piste sul Monte Bondone, APT attiverà inoltre per tutta la stagione invernale 2024-2025 nella giornata di martedì un servizio navetta, pensato principalmente per agevolare il raggiungimento della località da parte degli studenti universitari ma aperto a tutti. 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 Paés 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 sosteranno nelle aree collocate a Trento Sud, al fine di ridurre il traffico e favorire gli spostamenti verso i luoghi del Natale.

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 bambi 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 Loacker 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 Pradis-Ci 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.

Sul sito web di destinazione 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. 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. Nel corso del 2024 questi soggetti si sono accordati all'unanimità sulla necessità di rinnovare il progetto in chiave innovativa, sia a livello di target che di contenuti dell'offerta proposta, attraverso delle attività mirate di analisi e studio che hanno portato alla definizione di un possibile piano di azione. Quest'ultimo, non appena condiviso da tutti i membri del tavolo di lavoro, sarà oggetto di sviluppo e implementazione a partire dal 2025 con l'obiettivo di inserire lo strumento all'interno di una strategia di sviluppo culturale più ampia e strutturata a livello provinciale.

1.2.1.4. Marca/valori

1.3.1.4.1. 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.trento.info, la Trentino Guest App, i canali social @trento.info e @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 2025, 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. Tra questi riportiamo a titolo esemplificativo la collaborazione con i content creators Francesca e Tommaso di @takemyhearteverywhere con quasi 5 milioni di followers sui canali Instagram, grazie ai quali poter dare ampia visibilità della nostra offerta turistica grazie alla produzione di stories, post e reel di alta 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.

1.3.1.4.2. 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 bigliettini 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 2025 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 2025 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.

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 2025 il Festival dell'Economia si terrà dal 22 al 25 maggio con un supporto concreto della nostra APT nella promozione dell'evento e nel presidio dei punti informativi appositamente istallati 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 2025 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 2025 tornerà anche la quarta 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 2025 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 e visittrentino.info tramite il channel manager Feratel, nonché in occasione di tutti gli appuntamenti B2B e 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 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 2025 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.

Nel porci come 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 e di altri appuntamenti di rilevanza come la Trentino Basket Cup. 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 2025, 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 "Il km del Mercatino" organizzata durante il periodo natalizio, che saranno quindi riproposte tra le esperienze offerte dalla destinazione. Tra le visite guidate in programma nell'anno a venire si ricordano infine quelle di "Trento Sottosopra" rivolte alle famiglie e ai bambini, che potranno così scoprire la città in modo divertente ed interattivo. In parallelo, la nostra Azienda si occuperà dell'organizzazione di visite guidate taylor 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 2025, 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 della prima edizione invernale del Trenino dei Castelli proposto nel 2024, 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 la primavera.

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 2025 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 2024-25, 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. Come soggetto capofila del progetto, APT ha definito la proposta di servizio con i fornitori con valenza dal 21 dicembre 2024 al 16 marzo 2025, gestito le relative pratiche amministrative e promosso l'iniziativa su tutti i suoi canali di competenza. 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. Come anticipato precedentemente, la nostra APT avrà un ruolo centrale nella definizione di un nuovo progetto di innovazione del prodotto a partire dal 2025 per migliorare l'attrattività e la fruibilità dello strumento verso i nostri ospiti e residenti.

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 2024 alla trentesima edizione, il tradizionale Mercatino ha accolto dal 22 novembre 2024 al 6 gennaio 2025 nelle meravigliose Piazza Fiera e Piazza Mostra tanti visitatori per celebrare nel modo migliore la festa più amata con ben 74 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 brûlé.

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.

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 2025 la nostra Azienda organizzerà dal 13 al 16 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 78a edizione e Domo, lo spazio dedicato all'edilizia al risparmio energetico e alle soluzioni eco-compatibili.

Nel corso del 2025 gli spazi di Trento Expo ospiteranno altre manifestazioni ed appuntamenti quali Vinifera, l'evento dedicato alle migliori produzioni vinicole locali, la fiera Mondo Donna dedicata alla manualità creativa, Fa' la cosa giusta dedicata al consumo critico e degli stili di vita sostenibili ed altri eventi ed iniziative di richiamo a livello locale e nazionale. 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 e l'evento Arte del Vino dedicata alla tradizione enogastronomica del nostro Paese.

2. BUDGET ECONOMICO DI PREVISIONE 2025

2.1. RICAVI PREVISTI 2025

	ATTIVITA' ISTITUZIONALE / MKT TURISTICO TERRITORIALE	
CONTRIBUTI PUBBLICI € 1.825.000,00 45,17%	**Provincia Autonoma di Trento**	**€ 1.500.000,00**
	Comune di Trento	**€ 320.000,00**
	Altri enti pubblici	**€ 5.000,00**
	TOTALE CONTRIBUTI PUBBLICI	**€ 1.825.000,00**
RICAVI DA PRIVATI € 2.215.000,00 54,83%	Sponsorizzazioni e proventi vari	€ 69.000,00
	Quote annuali dei soci	€ 4.000,00
	TOTALE RICAVI PRIVATI PER ATT. ISTITUZIONALE	**€ 73.000,00**
	TOTALE ATTIVITÀ ISTITUZIONALE	**€ 1.898.000,00**
	ATTIVITÀ COMMERCIALE	
	INTERMEDIAZIONE E VENDITA	
	Attività d'intermediazione e vendita	€ 830.000,00
	Quote annuali dei soci	€ 51.000,00
	TOTALE INTERMEDIAZIONE E VENDITA	**€ 881.000,00**
	MARKETING SPECIFICO	
	Attività di marketing specifico	€ 144.000,00
	Sponsorizzazioni e quote servizi convenzionati	€ 88.000,00
	Quote annuali dei soci	€ 4.000,00
	TOTALE MARKETING SPECIFICO	**€ 236.000,00**
	MERCATINO DI NATALE DI TRENTO	
	Mercatino di Natale di Trento	€ 729.000,00
	Sponsorizzazioni	€ 12.000,00
	TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO	**€ 741.000,00**
	ATTIVITÀ ESPOSITIVA	
	Attività espositiva	€ 234.000,00
	Sponsorizzazioni	€ 9.000,00
	Quote annuali dei soci	€ 41.000,00
	TOTALE ATTIVITÀ ESPOSITIVA	**€ 284.000,00**
	TOTALE ATTIVITÀ COMMERCIALE	**€ 2.142.000,00**
	TOTALE RICAVI PRIVATI PREVISTI	**€ 2.215.000,00**
TOTALE RICAVI PREVISTI 2025		**€ 4.040.000,00**

2.2. COSTI PREVISTI 2025

ATTIVITÀ ISTITUZIONALE / MKT TURISTICO TERRITORIALE	
MACROAREE	
INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	
Informazione e accoglienza	€ 79.000,00
Spese di gestione	€ 93.000,00
Spese di personale	€ 214.000,00
TOTALE INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	**€ 386.000,00**
SUPPORTO OPERATORI	
Piattaforme digitali e di sistema	€ 20.000,00
Attività di coaching	€ 20.000,00
Spese di gestione	€ 67.000,00
Spese di personale	€ 164.000,00
TOTALE SUPPORTO OPERATORI	**€ 271.000,00**
SVILUPPO PRODOTTO	
Outdoor	€ 89.000,00
Cultura	€ 55.000,00
Food & Wine	€ 15.000,00
Sostenibilità	€ 10.000,00
Spese di gestione	€ 87.000,00
Spese di personale	€ 143.000,00
TOTALE SVILUPPO PRODOTTO	**€ 399.000,00**
MARCA/VALORI	
Azioni di promozione territoriale	€ 425.000,00
Spese di gestione	€ 54.000,00
Spese di personale	€ 65.000,00
TOTALE MARCA/VALORI	**€ 544.000,00**
MERCATI	
Skirama, partecipazione a fiere, promozione su mercati di prossimità, ecc.	€ 42.000,00
Spese di gestione	€ 20.000,00
Spese di personale	€ 43.000,00
TOTALE MERCATI	**€ 105.000,00**
COORDINAMENTO TRA LIVELLI	
Progetti e grandi eventi di sistema	
Trento Città dei Festival	€ 112.000,00
Spese di gestione	€ 40.000,00
Spese di personale	€ 41.000,00
TOTALE COORDINAMENTO TRA LIVELLI	**€ 193.000,00**
TOTALE ATTIVITÀ ISTITUZIONALE / MKT TURISTICO TERRITORIALE	**€ 1.898.000,00**

ATTIVITÀ COMMERCIALE	
INTERMEDIAZIONE E VENDITA	
Attività di intermediazione e vendita (servizi/pacchetti turistici, gadget, ecc.)	€ 324.000,00
Attività di intermediazione – ritiri sportivi	€ 456.000,00
Spese di gestione	€ 53.000,00
Spese di personale	€ 48.000,00
TOTALE INTERMEDIAZIONE E VENDITA	**€ 881.000,00**
MARKETING SPECIFICO	
Attività di marketing specifico	€ 108.000,00
Navetta Monte Bondone stagione invernale	€ 74.000,00
Progetto Hike & Bike	€ 15.000,00
Spese di gestione	€ 25.000,00
Spese di personale	€ 14.000,00
TOTALE MARKETING SPECIFICO	**€ 236.000,00**
MERCATINO DI NATALE DI TRENTO	
Mercatino di Natale di Trento	€ 489.000,00
Spese di gestione	€ 153.000,00
Spese di personale	€ 99.000,00
TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO	**€ 741.000,00**
ATTIVITÀ ESPOSITIVA	
Attività espositiva / fiere	€ 152.000,00
Spese di gestione	€ 73.000,00
Spese di personale	€ 59.000,00
TOTALE ATTIVITÀ ESPOSITIVA	**€ 284.000,00**
TOTALE ATTIVITÀ COMMERCIALE	**€ 2.142.000,00**
TOTALE COSTI PREVISTI 2025	**€ 4.040.000,00**

3. RELAZIONE TECNICA AL BUDGET ECONOMICO DI PREVISIONE 2025

Premesse

L'Azienda per il Turismo Trento fa riferimento alla legge provinciale n. 8 del 12 agosto 2020 "Disciplina della promozione territoriale e del marketing turistico in Trentino", che all'articolo 7 dettaglia le attività di interesse generale delle Aziende per il Turismo. Tale legge provinciale, unitamente alle "Linee guida tecnico-operative per le attività di interesse generale delle Aziende per il Turismo" stilate dalla Provincia Autonoma di Trento, enfatizzano alcuni parametri che devono essere rispettati al fine del ricevimento dei contributi provinciali che includono l'evidenza, nella sezione dei ricavi, della percentuale di contributi pubblici (che non deve superare il 49%) e quella dei ricavi da privati (il cui valore minimo è il 51%) al fine di poter considerare le APT come soggetti di natura privatistica. Altro principio da rispettare è l'investimento minimo del 9% del finanziamento provinciale in attività di rilevanza strategica per l'intero sistema Trentino. Tali attività si possono riassumere in quattro macroaree: la Trentino Guest Platform, la sostenibilità, le attività di coaching e la valorizzazione delle produzioni trentine.

Il budget di previsione 2025 di APT Trento è uno strumento di programmazione redatto in maniera prudenziale, che tiene conto di una stima di costi e ricavi che si basano sull'esperienza derivante dall'anno precedente e sulla previsione di azioni future previste per l'anno a venire.

Le attività istituzionali utilizzano il 47% delle risorse del budget di previsione 2025. Sarà prioritario per APT puntare su un'oculata distribuzione delle risorse per una gestione in economicità dell'Azienda, ma al tempo stesso investire sulle attività di interesse generale, che permettano la realizzazione di iniziative e progetti con un elevato standard qualitativo per lo sviluppo della destinazione turistica.

Per quanto riguarda l'attività commerciale, che rappresenta il restante 53% del budget di previsione 2025, è previsto che essa riesca ad autosostenersi grazie alla realizzazione del programma di iniziative ed eventi, ma prudenzialmente, come fatto per gli anni scorsi, sono state allocate le quote annuali dei soci a copertura delle spese di gestione delle varie aree, come previsto dallo Statuto di APT.

Nel budget di previsione è previsto un pareggio tra costi e ricavi, sia per quanto riguarda l'attività istituzionale per un totale di € 1.898.000,00, sia per la parte commerciale per un totale di € 2.142.000,00; tali importi compongono il totale del budget economico di previsione 2025 che ammonta ad € 4.040.000,00.

A pagina 30 si trova il prospetto dei ricavi previsti per il 2025. Nella prima colonna della tabella viene data evidenza alla tipologia di ricavi suddividendoli in contributi pubblici e ricavi privati dando enfasi all'incidenza di ognuna delle tipologie sul totale; nella seconda colonna si rileva la fonte dei finanziamenti, mentre nella terza colonna si visualizzano gli importi relativi alle varie voci.

A pagina 31 si trova il prospetto dei costi previsti per il 2025; Nella prima colonna si trova la descrizione dei progetti/eventi/iniziative, nella seconda colonna gli importi.

3.1. Ricavi

Nel budget economico 2025 si rileva rispetto alla previsione dell'anno precedente, in termini percentuali, un mantenimento dell'equilibrio tra i contributi pubblici che si attestano al 45% ed i ricavi privati che si attestano al 55%. Sia i contributi pubblici che i ricavi privati vedono un incremento del 5% rispetto al 2024 che corrisponde ad un valore assoluto di € 80.000,00 per i contributi pubblici e di € 96.000 per i ricavi privati.

In termini di valori percentuali, le fonti di finanziamento mantengono pressoché invariato l'equilibrio dell'anno precedente, con la Provincia Autonoma di Trento che contribuisce con un 37% dei ricavi totali, il Comune di Trento con un 8% ed altri enti pubblici con un 0,1%. Per quanto riguarda i ricavi privati le quote annuali dei soci contribuiscono per un 2% dei ricavi totali, finanziamenti e sponsorizzazioni per un 4%, l'intermediazione e vendita per un 21%, l'attività di marketing specifico per un 4%, il Mercatino di Natale per un 18% e l'attività espositiva per un 6%.

Questo assestamento degli equilibri nelle fonti di finanziamento dimostra che il lavoro fatto negli ultimi anni per incrementare l'attività commerciale ha dato i suoi frutti e si attesta come duraturo e sostenibile. In particolare, il lavoro fatto sulla parte di intermediazione e vendita, attraverso accordi con importanti partner del territorio quali Trentino Volley, Aquila Basket e Vicenza Calcio, che vedono APT come intermediario per l'accommodation dei partecipanti al Big Camp e delle squadre ospiti e la parte relativa al booking per ritiri ed eventi sportivi sul territorio. Anche l'attività di Marketing specifico si è sviluppata ed ampliata vedendo APT come parte attiva per lo svolgimento di servizi su incarico di soggetti terzi, siano essi convenzionati o aziende e Consorzi che richiedono il supporto per attività prevalentemente di comunicazione e marketing.

Fonti di finanziamento

Contributi pubblici

Provincia Autonoma di Trento

Il contributo della Provincia Autonoma di Trento viene erogato annualmente per le attività di interesse generale – Marketing turistico territoriale che svolgono le Aziende per il Turismo, meglio descritte nella nuova legge provinciale n. 8 del 12 agosto 2020 all'art. 7. Il contributo provinciale per il 2025 è previsto essere di € 1.500.000,00, il 37% dei ricavi totali. Rispetto al 2024 è previsto quindi un lieve aumento, del 3% che corrisponde in valore assoluto ad € 40.000,00.

Comune di Trento

Il contributo ordinario del Comune di Trento per le attività istituzionali che APT svolgerà nel 2025 è previsto essere di € 250.000,00, invariato rispetto al 2024. E' previsto però per il 2025 un contributo straordinario per il Festival Bio-logica, pari ad € 40.000,00 ed uno per il Giro d'Italia Woman, pari ad € 30.000,00. Il contributo del Comune di Trento quindi, complessivamente, ammonta all'8% dei ricavi totali con un incremento rispetto alla previsione dello scorso anno di € 70.000,00, dovuto appunto ai contributi straordinari, sopra evidenziati.

Contributi di altri enti pubblici

Si stima che altri enti pubblici, quali ad esempio gli altri Comuni di ambito, possano erogare un contributo a favore di APT, legato a qualche specifica attività sul proprio territorio, che faccia parte delle attività di interesse generale. La previsione per il 2025 è stata ridimensionata rispetto all'anno precedete, sulla base dell'esperienza fatta durante il 2024 e la previsione si attesta su un totale di € 5.000,00.

Ricavi da privati

Quote annuali dei soci

Le quote annuali dei soci sono stimate per il 2025 in € 100.000,00; come previsto da Statuto coprono parzialmente le spese di gestione dell'Azienda, e pertanto sono state ripartite nei vari centri di costo. In questo caso sono state attribuite per un 4% all'attività istituzionale e per un 96% all'attività commerciale. In

particolare, il 51% del totale delle quote all'attività di Intermediazione e vendita, il 4% al marketing specifico ed il 41% all'attività espositiva. Si evidenzia che non è stata attribuita una percentuale al capitolo del Mercatino di Natale di Trento, in quanto, grazie alle novità apportate negli ultimi anni (come la vendita delle tazze e delle borse agli espositori e turisti e l'adeguamento del tariffario) si prevede possa autosostenersi.

Sponsorizzazioni e proventi vari

In questa sezione sono presenti le sponsorizzazioni, che dopo un significativo ridimensionamento, dovuto al cambio di ruolo di APT, negli ultimi due anni hanno visto una stabilizzazione grazie ai partner che hanno scelto di accompagnare APT attraverso il suo percorso. Per il 2025 si prevede anche un ampliamento delle risorse provenienti da sponsorizzazioni, passando da una previsione del 2024 di € 67.000,00 ad una previsione per il 2025 di € 86.000,00 (2% circa dei ricavi totali). Naturalmente ci sono sponsorizzazioni maggiormente orientate all'attività istituzionale di APT ed altre più legate agli eventi dell'attività commerciale. Il 57% delle sponsorizzazioni previste sono infatti destinate all'attività istituzionale, il 19% sono relative al marketing specifico e quindi alle attività di comunicazione collegate al nuovo sito partner, al Trenino dei Castelli e Trentino dei Castelli Xmas Edition, il 14% sono legate al Mercatino di Natale di Trento ed il restante 10% alla Mostra dell'Agricoltura.

In questa sezione troviamo nella parte di "proventi vari" anche le quote di compartecipazione delle strutture che si convenzionano con APT per usufruire dei servizi per i partner, la cui previsione ammonta ad € 72.000,00 e le entrate di ricavi privati che verranno incassate da APT grazie all'evento Bio-logica, che sono quantificate in € 20.000,00.

Il totale di questa sezione ammonta ad € 178.000,00 che corrisponde ad un 4% del totale dei ricavi previsti per l'anno 2025.

Ricavi intermediazione e vendita

I ricavi del capitolo intermediazione e vendita sono costituiti dai ricavi derivanti dall'intermediazione e vendita di pacchetti o servizi turistici, tra i quali ci sono anche i servizi di booking per squadre e ritiri sportivi sul territorio. La previsione di ricavi è di € 830.000,00, il 21% dei ricavi totali (37% dei ricavi da privati).

Rispetto allo scorso anno si è preferito essere prudenti, applicando una contrazione della previsione di ricavi di un 13% (€ 120.000,00), non avendo ancora ad oggi la conferma rispetto ad alcune iniziative che si potrebbero tenere durante il 2025 ed essendo presenti altri progetti nuovi, come il booking per l'evento Junior Orienteering World Championship che, al momento, non si sa ancora, in termini quantitativi, come contribuirà alla creazione di risorse per APT.

Ricavi marketing specifico

I progetti, le iniziative e gli eventi inseriti in questa sezione e che vedono APT come soggetto capofila, sono interamente finanziati da ricavi privati. Ne fanno parte ad esempio il Trentodoc Festival, la Museum Pass, Il Progetto Hike & Bike, il Trenino dei Castelli (per la parte non rientrante nel pacchetto turistico), e la navetta di collegamento con il Monte Bondone per la stagione invernale. Nonostante APT compartecipi a questi progetti con una sua quota, la restante parte di costi viene coperta fatturando ad altri enti, pertanto si configura la situazione in cui almeno il 50% dei ricavi è di natura privata.

Altri ricavi rientranti nella sezione del marketing specifico sono costituiti da entrate che provengono a fronte di servizi che APT svolge su incarico di soggetti terzi. Il Consorzio Trento Iniziative ed il Consorzio Co. Pinè, ad

esempio, hanno affidato negli anni ad APT vari servizi legati alla comunicazione e al marketing delle loro iniziative.

La previsione di ricavi per questa sezione è di € 144.000,00 (4% dei ricavi totali), in piena espansione rispetto alla previsione dello scorso anno che prevedeva una differenza a meno in termini di valori assoluti di € 80.000,00.

Ricavi Mercatino di Natale di Trento

I ricavi del Mercatino di Natale di Trento sono composti dalle quote degli espositori per i servizi standard ed extra che APT mette a disposizione per lo svolgimento della manifestazione. Da un paio di anni APT ha preso in carico la realizzazione di alcuni prodotti per rendere più omogenea e di qualità l'offerta del Mercatino; tali prodotti vengono poi venduti agli espositori. Ad esempio, per l'edizione del Mercatino di Natale di Trento 2024-25, APT ha realizzato, come lo scorso anno, le borse dove mettere gli acquisti degli utenti, i bicchieri e le tazze serigrafate, che possono essere acquistate ed utilizzate dagli espositori, ma anche acquistate da parte dell'utente presso gli infopoint di APT, quest'anno presenti in tre Piazze: Fiera, Mostra e Battisti.

La previsione di ricavi derivanti dall'organizzazione del Mercatino corrisponde ad un 18% del totale della previsione di ricavi per il 2025 che in valore assoluto è pari ad € 729.000,00 (33% dei ricavi da privati); tale importo vede un incremento di € 111.000,00 rispetto alla previsione del 2024.

Ricavi attività espositiva

I ricavi dell'attività espositiva corrispondono alle quote versate dagli organizzatori delle varie fiere a fronte degli spazi e dei servizi messi in campo da APT, e nel caso di iniziative interamente organizzate da APT come ad esempio la Mostra dell'Agricoltura, i proventi derivano dalle quote degli espositori e dalla bigliettazione rivolta agli utenti per consentirne l'ingresso.

La previsione di ricavi per questa sezione è di € 234.000,00 (6% dei ricavi totali), ed è in linea con la previsione relativa allo scorso anno.

3.2. Costi

Per quanto riguarda i costi, essi sono distribuiti su progetti/iniziative/eventi di interesse generale, che fanno parte dell'attività istituzionale e progetti/iniziative/eventi che fanno parte dell'attività commerciale. L'attività istituzionale è ulteriormente suddivisa in macroaree: informazione e accoglienza, supporto operatori, sviluppo prodotto, marca/valori, mercati, coordinamento tra livelli. È importante ricordare che queste macroaree, essendo parte delle attività d'interesse generale devono contenere iniziative che diano a tutti gli operatori la possibilità di partecipare/aderire alle iniziative in egual modo.

Per il 2025 è previsto un ulteriore incremento della macroarea Sviluppo prodotto, che contiene al suo interno le iniziative per le attività outdoor, tra le quali sono inseriti i progetti per la sentieristica sul Monte Bondone, sulla Marzola, sul Cimirlo e sull'Altopiano di Pinè, le attività dell'area cultura, che comprendono le iniziative messe in campo con la rete museale del territorio, le attività dell'area Food & Wine, per la valorizzazione delle produzioni locali, e le attività riconducibili ad azioni legate a progetti sostenibili.

Anche la macroarea Supporto operatori vede un incremento rispetto all'anno precedente, che rispecchia l'impegno di APT nelle attività di coaching e nel mettere a disposizione dei propri operatori una serie di servizi, anche in termini di piattaforme di sistema, che possano agevolare l'operato di tutti gli stakeholder ed in particolare delle strutture ricettive d'ambito.

Anche la macroarea Marca/Valori, che contiene le attività riguardanti la promozione e la comunicazione rimane importante; essa contiene anche le azioni messe in campo per lo sviluppo del progetto di branding e le partnership dedicate all'affermazione del Marchio APT sul territorio per un'azione di brand awareness.

Rimane significativa anche la parte di informazione e accoglienza, formata però per la maggior parte da spese di funzionamento e personale, dovute all'apertura dei punti informativi sul territorio e al servizio all'utenza.

L'attività commerciale invece è suddivisa in intermediazione e vendita, marketing specifico, Mercatino di Natale di Trento ed attività espositiva.

APT continua a lavorare per lo sviluppo dell'area di intermediazione e vendita che, come detto in precedenza, contiene le attività di booking per eventi e ritiri sportivi oltre all'intermediazione e alla vendita di servizi e pacchetti; tale macroarea insieme a quella del Mercatino di Natale di Trento costituiscono il 76% dell'attività commerciale ed il 40% del budget di previsione totale di APT per l'anno 2025.

Ogni macroarea comprende le spese di gestione e personale ripartite come descritto nel paragrafo seguente.

Criteri per l'attribuzione delle spese di gestione e personale

L'Azienda per il Turismo Trento ha adottato metodi oggettivi per l'attribuzione delle spese di gestione e di personale:

- determinazione dei costi annuali di personale e di gestione;
- determinazione del totale costi e ricavi dei centri di costo in funzione delle macroaree, predisposizione del Piano Operativo annuale e budget di previsione.

Attribuzione delle spese di personale

Vengono attribuite secondo le funzioni dei vari uffici; ogni dipendente viene assegnato ad un ufficio specifico che svolge funzioni istituzionali e/o commerciali rapportate in percentuale sulla base delle attività svolte per ogni macroarea.

Attribuzione delle spese di gestione

Vengono attribuite in relazione all'attinenza del bene/servizio.

In primis vengono distinti i costi diretti di gestione, ovvero quelli attribuibili interamente all'attività istituzionale o commerciale, da quelli indiretti (ovvero trasversali), attribuibili a più attività.

I costi diretti di gestione, una volta attribuiti all'attività, vengono distribuiti su ogni macroarea attraverso l'utilizzo di centri di analisi in proporzione al volume d'affari. Per quanto riguarda i costi indiretti di gestione, vengono in un primo momento ripartiti sul volume d'affari di ogni attività, ed in un secondo momento distribuiti in base al volume d'affari delle macroaree/centri di analisi.

Le spese di personale e di gestione che complessivamente ammontano ad € 1.555.000,00 (38% del totale delle spese previste) incidono maggiormente sull'attività istituzionale. Sono attribuite all'attività istituzionale il 66% delle spese di gestione e personale complessive previste che ammonta ad € 1.031.000,00, a fronte di un 34% attribuite all'attività commerciale che in termini di valore assoluto equivale ad € 524.000,00.

La previsione delle spese di gestione per il 2025 rimane coerente con quella dell'anno precedente, mentre le spese di personale vedono un incremento di € 40.000,00 rispetto alla previsione del 2024.

Il 75% delle spese di personale (€ 670.000,00) sono attribuite all'attività istituzionale ed in particolare alle macroaree di Informazione e accoglienza, sviluppo prodotto e supporto operatori, mentre il restante 25% (€ 220.000,00) all'attività commerciale ed in particolare al Mercatino di Natale di Trento. Le spese di gestione invece sono ripartite in maniera piuttosto equa tra attività istituzionale che assorbe il 54% del totale delle spese di gestione (€ 361.000,00) e attività commerciale che assimila il restante 46% (€ 304.000,00).

Attività istituzionale

Informazione e accoglienza

I costi relativi alla macroarea "Informazione ed accoglienza" comprendono gli strumenti e attività volti a dare informazioni ai turisti, come ad esempio materiali editoriali e relativi lavori di grafica, stampa, traduzioni o supporti tecnologici volti a dare informazioni ai turisti. In questa sezione si trova anche il sito web aziendale che funge da canale d'informazione territoriale e il capitolo ospitalità ed accoglienza che contiene le spese sostenute da APT per l'ospitalità di delegazioni ed eventuali visite guidate offerte per favorire la scoperta del nostro territorio e delle sue attività agli ospiti dell'Azienda.

I costi di questa macroarea, comprensivi di gestione e personale, ammontano ad € 386.000,00 rappresentando il 20% dell'attività istituzionale ed il 10% dell'intera attività di APT. Rispetto allo scorso anno la previsione è calata di un 9% che in termini di valore assoluto corrisponde ad € 37.000,00.

Supporto operatori

In quest'area si trovano i costi delle piattaforme di sistema che necessitano da parte del personale di APT nei confronti degli operatori, di attività di coaching e supporto. Sono comprese tutte le attività di formazione eseguite dal personale dell'Azienda o organizzate per gli stakeholder del territorio.

I costi di questa macroarea, comprensivi di gestione e personale, ammontano ad € 271.000,00 rappresentando il 14% dell'attività istituzionale ed il 7% dell'intera attività di APT. La previsione per il 2025 vede un incremento di questa macroarea di € 83.000,00, in funzione dell'impegno che APT si propone per ingaggiare gli operatori del territorio per essere riconosciuta come punto di riferimento tra gli stakeholder.

Sviluppo prodotto

Questa macroarea, sulla base nel nuovo piano strategico triennale di APT, acquisisce una grande rilevanza e raggruppa in sé tutte le iniziative volte a sviluppare i prodotti cui è vocato il nostro territorio: Outdoor, Cultura, Food & Wine e Sostenibilità, quest'ultima trasversale a tutte le altre.

- Outdoor: questa voce contiene i costi di tutte le attività ed iniziative che APT mette in campo per le attività di animazione all'aria aperta, per lo sviluppo della sentieristica sulla collina e sulla montagna di Trento oltre che sull'altopiano di Pinè e dei progetti ad hoc per la valorizzazione delle attività outdoor;

- Cultura: questa voce contiene i costi di tutte le iniziative messe in atto da APT per valorizzare il prodotto cultura. Rientrano in quest'area attività di animazione quali il trekking urbano, così come veri e propri progetti quali il Tavolo Musei ed il Cammino di S. Vili, solo per citarne alcuni;

- Food & Wine: i costi di questa voce comprendono lo sviluppo di progetti, iniziative ed eventi volti alla promozione e valorizzazione dei prodotti del territorio e di quelli con Marchio Qualità Trentino, attraverso la creazione di una rete con i principali soggetti che operano nel campo dell'enogastronomia quali ad esempio la Strada del Vino e dei Sapori, Palazzo Roccabruna, l'Istituto Trentodoc ed il Consorzio Vini del Trentino;

- Sostenibilità: i costi della voce "Sostenibilità" sono trasversali a tutta l'attività istituzionale di APT e si riferiscono ad attività inerenti a sostenibilità di tipo ambientale, di tipo sociale, di tipo economico.

I costi dell'intera macroarea, comprensivi di gestione e personale, ammontano ad € 399.000,00, rappresentando il 21% dell'attività istituzionale ed il 10% dell'intera attività di APT. Rispetto allo scorso anno la previsione ha visto un incremento di € 55.000,00 che in termini percentuali corrisponde ad un 16%.

Marca/valori

In questa macroarea sono presenti i costi relativi a tutte le iniziative volte a promuovere il territorio nel suo insieme, tramite mass media come radio e tv, social media, ma anche strumenti di marketing quali newsletter, DEM, azioni di co-marketing etc. Fanno parte di questa voce anche i costi relativi agli uffici stampa che seguiranno APT nella promozione delle sue iniziative, i costi di ospitalità per giornalisti, influencer e blogger e le partnership che APT stringe con soggetti terzi, per la promozione del proprio territorio e del proprio brand attraverso di essi; tra le partnership più significative per il 2025 ci sono quelle con Trentino Volley ed Aquila Basket, importanti soprattutto per la valenza sul territorio.

I costi della macroarea, comprensivi di gestione e personale, corrispondono a € 544.000,00 un 29% di quelli dell'attività istituzionale e ad un 13% dell'intera attività. In confronto alla previsione dell'anno precedente il costo di quest'area, pur rimanendo importante vede una contrazione dell'11% (€ 66.000,00); durante il 2024, infatti, si è investito molto per divulgare il nuovo city brand e per la sua affermazione sul territorio.

Mercati

La macroarea "Mercati" contiene i costi di adesione a fiere Business to Consumer, compreso il progetto Skirama e i costi relativi alle trasferte, legati a questa macroarea.

I costi della sezione "Mercati", comprensivi di gestione e personale, ammontano ad € 105.000,00, il 6% di quelli relativi all'attività istituzionale e al 3% dell'intera attività dell'Azienda, acquistando un punto percentuale in più rispetto all'anno precedente.

Coordinamento tra livelli

I costi di questa macroarea comprendono i prodotti e progetti sviluppati da Trentino Marketing, dalle ATA o in collaborazione con i Comuni e altre istituzioni, che trovano attuazione sul territorio attraverso la nostra APT, nello specifico, per il 2025 fa parte di questa sezione il Festival dello Sport, il Festival dell'Economia e il Festival Bio-logica, con i relativi costi di gestione e personale.

I costi di questa macroarea, comprensivi di gestione e personale, ammontano ad € 193.000,00 e corrispondono ad un 10% di quelli relativi all'attività istituzionale e ad un 5% dell'intera attività. Rispetto alla previsione del 2024 i costi di quest'area sono cresciuti di € 74.000,00; infatti la previsione dell'anno precedente non comprendeva il Festival Bio-Logica, che ha visto la sua prima edizione proprio nel 2024.

Attività commerciale

Intermediazione e vendita

I costi dell'attività di intermediazione e vendita sono quelli relativi alla funzione di agenzia di viaggi, vendita di servizi, pacchetti turistici o alla vendita di gadget. Alcuni dei progetti che rientrano in questa voce sono il Trenino dei Castelli, Neve in Classe, il Trentodoc Festival, l'accommodation riguardante la Trentino Basket Cup, i camp estivi dell'Aquila Basket, il Trentino Volley Big Camp, i ritiri dell'AC Milan e del Vicenza Calcio, laJunior Orienteering World Cup, solo per citarne alcuni.

Insieme al Mercatino di Natale di Trento quest'area è uno dei pilastri dell'attività commerciale e compresa di costi di gestione e personale ammonta ad € 881.000,00 incidendo per un 41% sull'attività commerciale e per un 22% sul totale dell'attività di APT. Rispetto alla previsione dell'anno precedente, per soddisfare il principio della prudenza, la macroarea vede una riduzione dell'11% che in termini di valore assoluto corrisponde ad € 114.000,00.

Marketing specifico

Il marketing specifico si compone di servizi che APT svolge su incarico di soggetti terzi, attività volte a dare visibilità ad un numero ristretto di operatori che versano una quota per poter godere di questo vantaggio, oltre a eventi e progetti di sistema interamente finanziati da proventi privati.

In questa macroarea rientrano ad esempio il progetto Museum Pass, il progetto Hike & Bike dell'Altopiano di Pinè ed il servizio di collegamento con il Monte Bondone per la stagione invernale.

Queste attività, comprensive di gestione e personale, ammontano ad e 236.000,00 e rappresentano un 11% dei costi dell'attività commerciale ed un 6% dei costi dell'intera attività. Rispetto alla previsione dello scorso anno, la macroarea vede una crescita complessiva del 59% (€ 88.000,00).

Mercatino di Natale di Trento

I costi relativi all'organizzazione del Mercatino di Natale di Trento riguardano non solo gli allestimenti delle casette ed i servizi per il loro funzionamento a regime, ma anche gli abbellimenti e le attività promozionali relative all'evento, oltre che i gadget realizzati a carico di APT, destinati alla vendita, sia agli espositori che agli utenti. Tutti questi costi totalizzano un importo di € 741.000,00 e rappresentano, comprensivi di gestione e personale un 35% dell'attività commerciale ed un 18% dell'intera attività.

Confrontando la previsione 2025 con quella dell'anno precedente si nota un incremento dell'8%, che corrisponde ad € 53.000,00.

Attività espositiva

I costi dell'attività espositiva sono stati calcolati in base al calendario previsto per le fiere del 2025 che comprendono la Mostra dell'Agricoltura, Career Fair, Fa' la Cosa Giusta, Bridals Week, Fiera Nazionale Trento in Vino e Mondo Donna, oltre che per i servizi resi da APT e relativi all'attività espositiva corrisposti per l'Università e altri enti su richiesta. I costi di questa macroarea sono quantificati in € 284.000,00 ed incidono per un 13% sul totale dei costi dell'attività commerciale e per un 7% sull'intera attività. Rispetto alla previsione dell'anno precedente questa sezione registra un aumento del 9% che in termini di valori assoluti corrisponde ad € 24.000,00.

Analisi riepilogativa

Rispetto alla previsione dello scorso anno il totale del budget 2025 è aumentato del 5%, che in termini di valore assoluto corrisponde ad € 176.000,00.

In particolare, la parte di attività istituzionale è aumentata del 7% (€ 125.000 in valore assoluto), mentre la parte di attività commerciale complessivamente è stata incrementata del 2% (€ 51.000,00 in valore assoluto). L'attività istituzionale che nel budget di previsione dell'anno precedente pesava per un 46%, per quello del 2025 pesa per un 47% sul totale, pertanto, l'attività commerciale che vedeva nella previsione 2024 un'incidenza del 54%, vede nel 2025 un'incidenza del 53%.

Le macroaree che pesano maggiormente sull'intero budget di previsione 2025 sono in ordine l'Intermediazione e vendita per un 22% (26% nella previsione 2024), il Mercatino di Natale di Trento per un 18% (stesso peso nella previsione 2024), e la Marca/Valori per un 13% (16% nella previsione 2024).

Analizzando la sola parte di attività istituzionale invece, le macroaree con un'incidenza maggiore sono le seguenti: Marca/valori per un 29% (34% nella previsione 2024), Sviluppo prodotto per un 21% (19% nella previsione 2024) e Informazione e accoglienza per un 20% (24% nella previsione 2024).

Prendendo in considerazione la sola parte di attività commerciale invece, le macroaree con maggiore peso risultano essere l'Intermediazione e vendita per un 41% (48% nella previsione 2024) ed il Mercatino di Natale di Trento per un 35% (33% nella previsione 2024).

I costi relativi all'attività istituzionale di marketing turistico territoriale, legati propriamente a progetti/iniziative/eventi corrispondono ad un 46%, mentre il restante 54% corrisponde invece a spese di personale (65% delle spese di funzionamento) e di gestione (35% delle spese di funzionamento) collegate a questa parte di attività di interesse generale.

Per quanto riguarda l'attività commerciale invece, troviamo il 76% dei costi attribuiti propriamente a progetti/iniziative/eventi, mentre il restante 24% corrisponde a spese di personale (58% delle spese di funzionamento) e di gestione (42% delle spese di funzionamento).

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

Preg.mi Signori Soci,

nel corso della riunione tenutasi in data 4 dicembre 2024, 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 2025:

- Budget economico di previsione per l'anno 2025, 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 2025**, 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 2025 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 2025: contributi pubblici per la percentuale del 45,17% e ricavi da privati per la percentuale del 54,83%.

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 2025 viene, di seguito, riportato in sintesi:

BUDGET 2025 - RICAVI

RICAVI PUBBLICI	**ATTIVITA' ISTITUZIONALE**			
	Provincia Autonoma di Trento	€	1.500.000,00	
	Comune di Trento	€	320.000,00	
	Contributi altri enti pubblici	€	5.000,00	
	TOTALE CONTRIBUTI PUBBLICI	**€**	**1.825.000,00**	
	TOTALE RICAVI PUBBLICI	**€**	**1.825.000,00**	**45,17%**
RICAVI PRIVATI	**Sponsorizzazioni e proventi vari**	€	69.000,00	
	Quote annuali dei soci	€	4.000,00	
	TOTALE RICAVI PRIVATI PER ATT. ISTITUZIONALE	**€**	**73.000,00**	
	TOTALE ATTIVITA' ISTITUZIONALE	**€**	**1.898.000,00**	
	ATTIVITA' COMMERCIALE			
	INTERMEDIAZIONE E VENDITA			
	Attività di intermediazione e vendita	€	830.000,00	
	Quote annuali dei soci	€	51.000,00	
	TOTALE INTERMEDIAZIONE E VENDITA	**€**	**881.000,00**	
	MARKETING SPECIFICO			
	Attività di marketing specifico	€	144.000,00	
	Sponsorizzazioni e servizi Convenzionati	€	88.000,00	
	Quote annuali dei soci	€	4.000,00	
	TOTALE MARKETING SPECIFICO	**€**	**236.000,00**	
	MERCATINO DI NATALE DI TRENTO			
	Mercatino di Natale di trento	€	729.000,00	
	Quote annuali dei soci	€	-	
	Sponsorizzazioni	€	12.000,00	
	TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO	**€**	**741.000,00**	
	ATTIVITA' ESPOSITIVA			
	Attività espositiva	€	234.000,00	
	Quote annuali dei soci	€	41.000,00	
	Sponsorizzazioni	€	9.000,00	
	TOTALE ATTIVITA' ESPOSITIVA	**€**	**284.000,00**	
	TOTALE ATTIVITA' COMMERCIALE	**€**	**2.142.000,00**	
	TOTALE RICAVI DA PRIVATI	**€**	**2.215.000,00**	**54,83%**
	TOTALE RICAVI PREVISTI 2025	**€**	**4.040.000,00**	**100,00%**

BUDGET 2025 - COSTI

ATTIVITA' ISTITUZIONALE *iniziativa / evento / progetto*	

INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	
Informazione e accoglienza	79.000,00
spese di gestione	93.000,00
spese di personale	214.000,00
TOTALE INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	**386.000,00**

SUPPORTO OPERATORI	
Piattaforme digitali e di sistema	20.000,00
Attività di coaching	20.000,00
spese di gestione	67.000,00
spese di personale	164.000,00
TOTALE SUPPORTO OPERATORI	**271.000,00**

SVILUPPO PRODOTTO	
Prodotto/esperienza	
Outdoor	89.000,00
Cultura	55.000,00
Food & Wine	15.000,00
SOSTENIBILITA'	10.000,00
spese di gestione	87.000,00
spese di personale	143.000,00
TOTALE SVILUPPO PRODOTTO	**399.000,00**

MARCA/VALORI	
Azioni di promozione territoriale	425.000,00
spese di gestione	54.000,00
spese di personale	65.000,00
TOTALE MARCA/VALORI	**544.000,00**

MERCATI	
Skirama, partecipazione a fiere, promozione su mercati	42.000,00
spese di gestione	20.000,00
spese di personale	43.000,00
TOTALE MERCATI	**105.000,00**

COORDINAMENTO TRA LIVELLI	
Progetti e grandi eventi di sistema	
Trento Cittàa dei Festival	112.000,00
spese di gestione	40.000,00
spese di personale	41.000,00
TOTALE COORDINAMENTO TRA LIVELLI	**193.000,00**

TOTALE ATTIVITà ISTITUZIONALE	**1.898.000,00**

ATTIVITA' COMMERCIALE *iniziativa / evento / progetto*	

INTERMEDIAZIONE VENDITA	
Attività di intermediazione vendita (servizi/pacchetti turistici gadget, ecc.)	
attività di intermediazione - servizi/pacchetti turistici varie e gadget	324.000,00
attività di intermediazione - Ritiri sportivi	456.000,00
spese di gestione	53.000,00
spese di personale	48.000,00
TOTALE INTERMEDIAZIONE VENDITA	**881.000,00**

MARKETING SPECIFICO	
Attività di Marketing Specifico	
attività di mkt specifico (TO, mappe, piattaforme digitali e di sistema, ecc.)	108.000,00
Skibus	74.000,00
Hike&Bike	15.000,00
spese di gestione	25.000,00
spese di personale	14.000,00
TOTALE MARKETING SPECIFICO	**236.000,00**

MERCATINO DI NATALE DI TRENTO	
Mercatino di Natale di Trento	489.000,00
spese di gestione	153.000,00
spese di personale	99.000,00
TOTALE MERCATINO DI NATALE DI TRENTO	**741.000,00**

ATTIVITA' ESPOSITIVA	
attività espositiva / fiere	152.000,00
spese di gestione	73.000,00
spese di personale	59.000,00
TOTALE ATTIVITA' ESPOSITIVA	**284.000,00**

TOTALE ATTIVITA' COMMERCIALE	**2.142.000,00**

TOTALE COSTI PREVISTI 2025	**4.040.000,00**

Il preventivo economico per l'anno 2025 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 2025 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, 9 dicembre 2024.

Il Collegio Sindacale

Dott. Marco Merler (Presidente)

(f.to Merler)

Dott.ssa Marianna Sebastiani (componente)

(f.to Sebastiani)

Dott. Aurelio Veneri (componente)

(f.to Veneri)

Trento

Alza lo sguardo.

trento.info

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

Trento

Monte Bondone

Altopiano di Piné