

COMUNICATO STAMPA

**Alla BITM 2025 l'identità dei territori di montagna
al centro del racconto turistico dell'Euregio**

**Al MUSE di Trento la prima giornata della XXVI edizione delle
Giornate del Turismo Montano**

**Dallo studio BITM sull'autenticità alla riflessione di Confesercenti
sul lavoro e sulla sostenibilità, fino ai giovani narratori del turismo
del futuro**

Natura, paesaggio, sport e benessere sono i temi dominanti nella comunicazione turistica dell'Euregio, ma l'identità culturale resta sullo sfondo. È quanto emerge dallo studio comparativo *“La narrazione come strumento di valorizzazione turistica del territorio”*, commissionato dalla BITM a Progetto Turismo e presentato in apertura della XXVI edizione delle Giornate del Turismo Montano, in corso al MUSE di Trento e moderata dal direttore scientifico Alessandro Franceschini e dalla giornalista Linda Pisani, con un'ampia partecipazione di studiosi, operatori e istituzioni. Promossa da Confesercenti del Trentino con il supporto delle categorie economiche e degli enti legati al turismo montano, la BITM 2025 affronta il tema *“Turismo e Ospitalità – Raccontare l'identità dei territori di montagna”*, un viaggio tra esperienze, strategie e narrazioni per costruire un turismo sempre più autentico e sostenibile. Oggi ospite nazionale, Nico Gronchi, presidente di Confesercenti Nazionale.

OSSERVATORIO TURISMO EUREGIO

Sotto la lente della prima giornata diversi temi. Anzitutto la ricerca – presentata da **Matteo Bonazza**, direttore generale di Progetto Turismo, e da **Umberto Martini**, docente di economia turistica all'Università di Trento – che ha analizzato oltre un centinaio di portali e siti di ambito,

nonché un campione rappresentativo di strutture ricettive di Trentino, Alto Adige e Tirolo, per valutare come e quanto i territori comunichino la propria identità. Il risultato è una fotografia nitida e utile: i portali di ambito mostrano livelli di completezza molto simili tra prodotti “trasversali” – cioè sport, benessere, accoglienza e natura – e prodotti “identitari”, come cultura, tradizioni, folklore o enogastronomia, con valori rispettivamente del 70% e del 69%. Nei siti delle strutture ricettive, invece, la comunicazione dei prodotti identitari risulta più debole: Trentino 51%, Alto Adige 74%, Tirolo 62%. In tutti e tre i territori emerge una grande cura nella presentazione dell’offerta turistica e un buon sostegno alla promozione territoriale, grazie alla presenza di sezioni informative dedicate all’interno dei singoli siti. Tuttavia, lo **storytelling identitario** – ovvero il racconto delle specificità culturali, delle tradizioni, dei prodotti locali e delle esperienze autentiche – appare meno sviluppato, con una prevalenza di immagini e testi focalizzati su paesaggi e servizi. “La BITM ha voluto promuovere questa indagine – ha spiegato **Massimiliano Peterlana**, presidente della BITM – per comprendere come le destinazioni dell’Euregio raccontano sé stesse e quanto gli elementi identitari emergano nella comunicazione turistica, sia istituzionale che privata. È un contributo importante per riflettere su come rendere più autentico e competitivo il racconto dei nostri territori”.

Sul concetto di autenticità è intervenuto **Umberto Martini**, che ha approfondito il tema dal punto di vista economico e culturale: “Autenticità è un concetto che rischia di rimanere un po’ indefinito. La prima definizione, che risale al 1918, dice che l’autenticità è ciò che è più profondo, rispetto a ciò che è più superficiale. Oggi si è capito che la standardizzazione era molto comoda, sia per chi produce, sia per il consumatore, e questi concetti hanno riguardato ampiamente anche il turismo. Per fortuna, negli ultimi vent’anni, il turismo sta prendendo un’altra strada: cerca di non offrire solo esperienze standardizzate, ma va verso una dimensione diversa, verso l’autenticità. Che però è molto difficile da raggiungere, perché è dinamica, evolve, come evolvono le persone che vivono un territorio”. Secondo **Bonazza**, “il primo passo potrebbe essere il rafforzamento dello storytelling delle destinazioni, con descrizioni e didascalie più mirate che costruiscano un vero e proprio viaggio alla scoperta degli elementi distintivi di ogni territorio. Migliorare il racconto delle esperienze significa creare il giusto equilibrio tra prodotti identitari e trasversali, e costruire sinergie più profonde tra Trentino, Alto Adige e Tirolo per far risaltare le tipicità locali come volano di attrazione sui mercati internazionali.”

L’INTERVENTO DI NICO GRONCHI – PRESIDENTE NAZIONALE CONFESERCENTI

A seguire, il **presidente di Confesercenti Nazionale, Nico Gronchi**, ha offerto una panoramica **sullo stato del turismo in Italia, collegando il tema dell’identità alla sostenibilità economica e al lavoro**. “Il turismo montano è uno dei segmenti che più ha saputo innovare, ma restano nodi aperti sul fronte del lavoro stagionale e della redditività delle piccole imprese. Servono politiche mirate per sostenere chi investe nei territori”. Nel suo intervento, Gronchi ha sottolineato come il turismo montano stia vivendo una fase di profonda trasformazione e crescita. La stagionalità si sta riequilibrando, con un aumento dei pernottamenti nei mesi di spalla tra il +10 e il +15% nel triennio 2021-2024 secondo ENIT e CST. Allo stesso tempo, la domanda turistica si sta diversificando: il 57% dei visitatori delle località alpine sceglie la montagna per esperienze non sportive, come escursionismo leggero, benessere, cultura e gastronomia locale. Accanto ai dati positivi, il presidente di Confesercenti ha evidenziato alcune criticità che rischiano di frenare lo sviluppo del comparto. Il primo nodo riguarda il reperimento del personale: nelle aree montane oltre il 55% delle imprese fatica a trovare lavoratori stagionali, con punte del 60% nel settore della ristorazione e

INIZIATIVE TURISTICHE PER LA MONTAGNA SRL

VIA MACCANI 211 – 38121 TRENTO

Codice fiscale e Partita Iva 01823900228

Tel. 0461/434200 – Fax 0461/434243

e-mail: bitm@bitm.it – pec: iniziativeturistiche@arubapec.it

www.bitm.it

dell'accoglienza, anche a causa della mancanza di alloggi. "Il decreto Staff House è un primo passo importante – ha spiegato – ma servono misure territoriali e strumenti di stabilizzazione dei rapporti di lavoro per rendere il settore più attrattivo". Il secondo fronte critico è quello della redditività. Secondo i dati Banca d'Italia e ISTAT, tra il 2022 e il 2023 i costi di gestione delle strutture ricettive in montagna sono aumentati in media del 18%, mentre i ricavi sono cresciuti solo del 6-7%. "Per le piccole strutture, che rappresentano l'80% del tessuto turistico montano, questo squilibrio riduce i margini e limita la capacità di investimento. È indispensabile introdurre strumenti che riducano i costi e sostengano la digitalizzazione, l'efficienza energetica e l'innovazione". Gronchi ha poi richiamato l'attenzione sul tema del passaggio generazionale: "Occorrono incentivi fiscali, agevolazioni per il subentro e modelli cooperativi per garantire continuità alle imprese che hanno mercato ma non successori interni".

Il presidente di Confesercenti ha ricordato anche il valore sociale del turismo per i territori montani: "Il turismo è spesso l'unico presidio economico e sociale delle aree interne. Secondo ISTAT, la popolazione residente nelle zone montane è diminuita del 5,3% in dieci anni. Il turismo può contrastare lo spopolamento, ma solo se le imprese riescono a restare attive e competitive". Per Confesercenti è necessario sviluppare un insieme coordinato di politiche: soluzioni abitative per i lavoratori stagionali, incentivi alle assunzioni, sostegno agli investimenti in innovazione e sostenibilità, strumenti per favorire il ricambio generazionale e il rafforzamento della rete di imprese di prossimità, che incidono direttamente sulla qualità dell'esperienza turistica. "La domanda è: stiamo affrontando davvero i cambiamenti o li stiamo subendo?" ha concluso Gronchi. "Oggi serve passare dall'analisi all'azione: Confesercenti è pronta a fare la sua parte per costruire politiche che mettano al centro lavoro, impresa e territorio".

UNA GIORNATA DI CONFRONTO

Ad aprire i panel della giornata sono stati i saluti istituzionali, che hanno offerto quattro prospettive diverse sul legame tra identità, territorio e turismo.

Massimo Bernardi, direttore del MUSE di Trento, ha sottolineato la sintonia tra la missione del museo e il tema scelto per l'edizione di quest'anno: "Abbiamo accompagnato in questi anni l'evoluzione dalla borsa al luogo di incontro, che è poi l'anima del museo. Trovarsi in presenza con voi è già di per sé una piazza: questo luogo è stato pensato come la piazza del MUSE, e farlo con questo spirito di confronto è l'idea fondante del museo. Quest'anno siamo particolarmente interessati al tema che sviluppate, lo sento sinergico con la filosofia del museo. La missione del museo è renderci tutti più consapevoli del territorio in cui viviamo. Quello che fa il museo è in linea con quanto si discute quest'anno".

Ha poi preso la parola **Elisabetta Bozzarelli, vicesindaca di Trento**, che ha evidenziato come il tema dell'identità turistica coincida con il percorso intrapreso dalla città negli ultimi anni: "Il tema scelto quest'anno incrocia molte delle riflessioni che facciamo come città di Trento. Ci impegniamo non per vendere Trento, ma per raccontare l'identità di Trento. Penso sia bello raccontare alla BITM un fatto, una novità per la città, spoilerata dai giornali pochi giorni fa: ospiterà nei prossimi giorni un'importante serie tv americana per Netflix. È un impegno importante, con ricadute significative per il territorio. Hanno scelto Trento non come una generica città alpina, ma proprio Trento, per il lavoro fatto in questi anni sul tema del Natale. La città ha scelto di essere non la città

INIZIATIVE TURISTICHE PER LA MONTAGNA SRL

VIA MACCANI 211 – 38121 TRENTO

Codice fiscale e Partita Iva 01823900228

Tel. 0461/434200 – Fax 0461/434243

e-mail: bitm@bitm.it – pec: iniziativeturistiche@arubapec.it

www.bitm.it

dei mercatini, ma la città del Natale, con tutta sé stessa, valorizzando la propria identità e bellezza”.

Il **vicepresidente della Provincia autonoma di Trento, Achille Spinelli**, ha invece richiamato l'attenzione sulla responsabilità condivisa di custodire e sviluppare il patrimonio naturale ed economico delle montagne:

“Viviamo in un territorio incredibilmente bello. Siamo fortunati ad avere genitori e nonni che ce l'hanno conservato e sviluppato così come lo conosciamo oggi. Abbiamo percorso una storia difficile, che però ha costruito nelle nostre valli qualcosa di peculiare. Abbiamo un'incredibile varietà all'interno del nostro sistema. Dobbiamo partire da qui per sviluppare il turismo, che è economia solida e in crescita, ma che ha bisogno di ulteriori investimenti”.

A chiudere i saluti, **Andrea De Zordo, presidente della Camera di Commercio Industria Artigianato Turismo e Agricoltura di Trento**, ha rivolto un messaggio alle nuove generazioni, invitandole a non dimenticare il valore dell'esperienza e della memoria: “I nostri ragazzi sono fortunatissimi: avete opportunità che io non immaginavo potessero esistere. L'evoluzione che c'è stata in questi trent'anni è indescrivibile, ma anche pericolosa, perché non ci si rende conto del valore dell'esperienza, del valore del ricordo. Ciò che è uno strumento potentissimo nelle nostre mani può diventare un boomerang per il vostro sviluppo”.

QUATTRO SGUARDI SULL'IDENTITÀ

La prima giornata della BITM si è sviluppata come un percorso articolato in quattro momenti, quattro modi diversi di leggere, raccontare e vivere i territori montani.

“Chi siamo”

Ha aperto il confronto con una riflessione sociologica e antropologica sull'identità dei luoghi di montagna, sul rapporto tra comunità e turismo e sulle trasformazioni in atto nei modi di abitare e visitare. Il **sociologo Aldo Bonomi, direttore del Consorzio AASTER**, ha offerto una lettura delle dinamiche socioeconomiche che attraversano le aree alpine e interne italiane, sottolineando il ruolo delle comunità come “presidi di senso e di relazione”. “Affrontare la questione del turismo – ha detto Bonomi – significa guardare ai grandi flussi che impattano nei luoghi e li cambiano antropologicamente, socialmente, culturalmente ed economicamente, e mettere in mezzo il territorio tra i flussi e i luoghi. Quando dico flussi: la finanza è un flusso, le grandi imprese sono un flusso che impatta sul territorio. Oggi come oggi ragionare di turismo e digitalizzazione, di turismo e intelligenza artificiale, è inevitabile. Se qualcuno vuole banalizzare, e lo banalizzo, pensate a cosa significa il flusso di 20 milioni di pernottamenti nella dimensione Trentino Turismo, a fronte di mezzo milione di persone. Come si può sostenere questo rapporto dal punto di vista della comunità e delle famiglie?” L'**antropologa Sara Hejazi** ha raccontato, con uno sguardo ironico e lucido, l'evoluzione del viaggiatore moderno: “Nati esploratori, diventati turisti – ha osservato – il nostro modo di muoverci riflette la società che siamo, e oggi la sfida è ritrovare autenticità anche nel viaggio. Noi siamo le nostre tecnologie: dovremmo uscire dal paradigma *homo sapiens* che usa qualcosa; l'*homo sapiens* è cocreato dalle sue tecnologie. Non soltanto le facciamo, ma siamo in qualche modo creati dalle tecnologie. I nostri supporti, i nostri device, estraggono senso dagli utensili. È un sistema: siamo a nostra volta forgiati. Da un punto di vista cognitivo abbiamo perso alcune cose. Ci orientavamo nel viaggio attraverso l'olfatto o la conoscenza astronomica, che oggi

INIZIATIVE TURISTICHE PER LA MONTAGNA SRL

VIA MACCANI 211 – 38121 TRENTO

Codice fiscale e Partita Iva 01823900228

Tel. 0461/434200 – Fax 0461/434243

e-mail: bitm@bitm.it – pec: iniziativeturistiche@arubapec.it

www.bitm.it

abbiamo delegato. Ma non sarei del tutto pessimista: proprio perché ci evolviamo abbiamo guadagnato un nuovo modo di pensare, per connessioni, e una certa capacità di decostruire le cose. La sensibilizzazione all'ecologia, di fatto, è partita dai giovani. Il viaggio nel passato era incertezza; il viaggio di oggi è controllo. Troviamo ciò che già ci aspettiamo: non cerchiamo l'inesplorato, cerchiamo certezze".

"Come ci raccontiamo"

Il passaggio successivo, "Come ci raccontiamo", ha visto al centro la presentazione dello studio curato da Bonazza e Martini, che ha analizzato in chiave comparativa le modalità con cui le tre aree alpine dell'Euregio costruiscono e comunicano il proprio racconto identitario. Natura e bellezza del territorio la fanno da padrone, con contenuti ricchi per attirare l'attenzione del mercato sulle offerte sportive e del benessere, un ottimo livello di supporto alla promozione delle strutture ricettive ma ancora poca "spinta" sugli elementi identitari come folklore, tradizioni, proposte culturali e prodotti dell'enogastronomia. È quanto emerge dalla ricerca comparativa condotta dall'Osservatorio di Progetto Turismo su come e quanto le destinazioni turistiche dell'Euregio – Trentino, Alto Adige e Tirolo austriaco – comunichino la propria identità.

"Cosa facciamo"

Con "Cosa facciamo" la riflessione è diventata racconto di esperienze.

Alessandro Zorer (Melixa) ha mostrato come il monitoraggio delle api possa diventare indicatore di qualità ambientale e turistica: "Raccogliamo dati in continuazione dagli alveari, che ci dicono la salute delle famiglie, indice della salubrità dell'ambiente. Contaminando questi dati con quelli del polline, otteniamo una mappatura importante. Le api come sentinelle della natura del Vanoi. Abbiamo cercato di inquadrare diversi aspetti, sia ambientali che sociali".

Stefano Righi (Gruppo Dolomiti Energia) ha raccontato il valore dei grandi impianti idroelettrici come attrattori culturali: "Quando si parla di transizione energetica il dibattito è molto ampio. La transizione va fatta, per non causare perdite a livello di PIL degli Stati membri, che sono state calcolate come enormi. In Trentino ci sono 52 impianti, metà dei quali a grande derivazione, con un impatto importante ma anche con una buona coesione con il territorio, anche in termini di rispetto ambientale. Due centrali simbolo sono aperte al pubblico, a Riva del Garda e a Santa Massenza, molto diverse tra loro. Quella di Riva del Garda è nata nel 1930, per volontà di Giancarlo Maroni, che ha creato una struttura che si fonde in modo emblematico con la città; l'altra è interamente in caverna, costruita con il lavoro di 8.000 persone".

Jasmine Chini (Melinda) ha condiviso l'esperienza dell'identità cooperativa come motore di innovazione sostenibile: "Potendo conservare 40 mila tonnellate di mele nelle celle ipogee, non abbiamo la necessità di costruire stabilimenti in superficie. Abbiamo inoltre cercato di ridurre il traffico sulle strade delle nostre valli, per aumentare la sicurezza delle comunità e dei lavoratori. Abbiamo così costruito la prima e unica cabinovia al mondo dedicata alle mele, che ci permette di ridurre significativamente le emissioni di CO₂".

Rosario Fichera, giornalista e fondatore di *Brenta Open*, ha presentato *Trentino Way*, un itinerario inclusivo che mette in rete esperienze e territori: "Oggi probabilmente il linguaggio è una materia in continua evoluzione, ma è venuto il momento di abbandonare il termine 'disabile' o 'disabilità'. Dire che una persona non è abile che scala il Campanile Basso? Parliamo piuttosto di caratteristiche. E

INIZIATIVE TURISTICHE PER LA MONTAGNA SRL

VIA MACCANI 211 – 38121 TRENTO

Codice fiscale e Partita Iva 01823900228

Tel. 0461/434200 – Fax 0461/434243

e-mail: bitm@bitm.it – pec: iniziativeturistiche@arubapec.it

www.bitm.it

bisogna ribaltare il concetto di inclusione: non portare 'dal di fuori all'interno' per accogliere, ma partire 'dal di dentro verso l'esterno', per creare un senso di comunità. La terza cosa che ho imparato è che dobbiamo parlare delle persone con disabilità, ma anche delle loro famiglie, dei genitori e dei fratelli che vivono situazioni difficili".

"Come ci racconteremo"

La mattinata si è chiusa con "Come ci racconteremo", **il laboratorio di narrazione turistica che ha visto protagonisti gli studenti dell'Istituto Ivo De Carneri di Civezzano** (classe 3^a indirizzo turistico, coordinata dal prof. Thomas Deavi). Racconti, immagini e suggestioni hanno dato voce a una nuova generazione di narratori del territorio, capaci di immaginare il turismo del futuro con linguaggi freschi e visioni inclusive. "Il progetto *Turismo istituzionale* ci ha insegnato che conoscere le istituzioni significa conoscere noi stessi. Ci ha fatto sentire parte integrante e attiva della comunità. Per noi l'autonomia non è solo una parola che leggiamo nei libri di diritto: è qualcosa che abbiamo visto, vissuto e toccato. E ora pensiamo che raccontarla ai turisti sia il modo migliore per far capire la nostra identità. Se ci chiedete come ci racconteremo? Parlando di autonomia, di identità, di comunità: valori che ci rendono unici e che vogliamo trasmettere a chi viene a trovarci. Il turismo non è solo promozione del territorio".

Il progetto realizzato dagli studenti **è stato premiato con la BORSA DI STUDIO BITM**, un riconoscimento del valore di **1000 euro**, destinato a sostenere percorsi di crescita e formazione nel campo del turismo e della comunicazione territoriale. Un contributo concreto che la BITM ha voluto assegnare ai giovani protagonisti del laboratorio come **investimento sul futuro delle professioni turistiche**, incoraggiandoli a proseguire nel loro impegno di ricerca, creatività e narrazione del territorio. La borsa potrà essere **utilizzata dagli studenti per sviluppare ulteriori progetti di formazione**, esperienze di approfondimento o iniziative volte a rafforzare la conoscenza del turismo sostenibile e dell'identità locale.

QUI LE FOTO DELLA PRIMA GIORNATA AL MUSE

<https://drive.google.com/drive/folders/1739OyH0ZH2BXwfrQg94lvFvN1VmlGTbn?usp=sharing>

ROVERETO: LA CITTÀ DELLA MEMORIA E DELLA PACE

Nel pomeriggio, la BITM **si sposterà a Rovereto**, alla **Fondazione Campana dei Caduti**, per il talk *"Identità urbane come destinazione turistica: I Sentieri della Pace"*. L'incontro, legato al Centenario della Campana *Maria Dolens*, **rifletterà** su come memoria e patrimonio possano diventare leve di un turismo esperienziale e sostenibile.

Sono previsti i saluti istituzionali di **Marco Marsilli**, reggente della Fondazione Campana dei Caduti, e di **Andrea Miniucchi**, vicesindaco di Rovereto.

Lo scrittore **Juri Basilicò**, autore de *Il Sentiero della Pace* (Rizzoli), **guiderà** il pubblico lungo i percorsi della memoria trentina, con gli interventi del **Museo Storico della Guerra**, di **Trentino Marketing** e dello storico **Marco Mondini**, che **offrirà** una lettura culturale e civile dei luoghi della Grande Guerra.

INIZIATIVE TURISTICHE PER LA MONTAGNA SRL

VIA MACCANI 211 – 38121 TRENTO

Codice fiscale e Partita Iva 01823900228

Tel. 0461/434200 – Fax 0461/434243

e-mail: bitm@bitm.it – pec: iniziativeturistiche@arubapec.it

www.bitm.it

Carla Costa, direttrice dell'APT Rovereto, Vallagarina e Monte Baldo, **illustrerà** i *Trekking urbani della Pace*, tra cui il *Sentiero dei Premi Nobel*, esempi concreti di turismo che unisce natura, storia e cultura. A concludere, **don Raimondo Sinibaldi**, presidente dell'Associazione Europea Romea Strata, **porterà** lo sguardo dei cammini spirituali come strumenti di connessione tra popoli e fedi. Il pomeriggio **si chiuderà** con le voci del **Minicoro di Rovereto** e del **Coro Sant'Ilario**, in un intreccio di suoni dedicato alla pace e all'identità territoriale.

LA GIORNATA DI DOMANI – DESTINATION MANAGEMENT E INNOVAZIONE

Domani, la **seconda giornata della BITM**, in programma al **MUSE**, sarà dedicata al **destination management** e ai nuovi modelli di governance turistica.

Lo spazio, curato dal **Consorzio delle Aziende per il Turismo del Trentino**, rappresenta un'occasione di confronto aperto e multidisciplinare sui temi più strategici del turismo contemporaneo.

Moderati da **Paolo Grigolli**, gli interventi esploreranno il modello trentino e le esperienze di successo nel contesto internazionale.

Parteciperanno:

- **Elke Dens**, co-fondatrice di *Place Generation* e marketing manager di *Visit Flanders*, che illustrerà i principi del **turismo rigenerativo**;
- **Carlo Runggaldier**, direttore della *Cooperativa Turistica San Vigilio – Marebbe* (Bolzano), con un focus sull'uso dell'**intelligenza artificiale nel turismo sostenibile**;
- **Rocco Rosano**, sindaco di *Castelsaraceno* (Potenza), che porterà il caso del suo borgo come esempio di turismo comunitario.

Ospite speciale della giornata sarà **Padre Paolo Benanti**, teologo e divulgatore esperto in etica delle tecnologie, che interverrà in collegamento da remoto per una riflessione sull'**impatto umano e sociale dell'innovazione digitale**.

I **saluti istituzionali** saranno affidati a **Roberto Failoni**, assessore provinciale all'artigianato, commercio, turismo, foreste, caccia e pesca, e a **Luciano Rizzi**, presidente del Consorzio delle APT del Trentino.

Seguirà un contributo dell'**Alta Formazione Professionale Enaip Riva del Garda**, con il corso "Creazione e Innovazione dell'Impresa Turistica", coordinato dal prof. **Claudio Mimiola** e dalla prof.ssa **Daniela Righi**.

Il pomeriggio: lavoro, formazione e persone al centro del turismo

Dalle **15.30 alle 18.30**, sempre al **MUSE**, spazio all'incontro promosso da **EN.BI.T. – Ente Bilaterale Turismo, Commercio e Servizi del Trentino**, dedicato alla **valorizzazione delle risorse umane nel turismo, nel commercio e nei servizi**.

Un momento di aggiornamento e confronto rivolto a consulenti del lavoro, imprenditori e operatori del settore, per approfondire **contratti collettivi, welfare aziendale e formazione continua**.

Interverranno, nei **saluti istituzionali**, **Achille Spinelli** (vicepresidente della Provincia autonoma di Trento), **Stefano Chiaraluce** (vicepresidente EN.BI.T. nazionale), **Mauro Zanella** (presidente dell'Ordine dei Consulenti del Lavoro di Trento) e **Patrick Segata** (presidente ANCL Trento).

La **prima parte** sarà dedicata alle novità dei **CCNL terziario e turismo Confesercenti**, con **Elvira Massimiano** (Confesercenti Nazionale) e **Gennaro Strazzullo** (ASTER).

INIZIATIVE TURISTICHE PER LA MONTAGNA SRL

VIA MACCANI 211 – 38121 TRENTO

Codice fiscale e Partita Iva 01823900228

Tel. 0461/434200 – Fax 0461/434243

e-mail: bitm@bitm.it – pec: iniziativeturistiche@arubapec.it

www.bitm.it

La **seconda parte**, "La corretta gestione del rapporto di lavoro: rischi e opportunità", vedrà l'intervento di **Francesco Geria**, consulente del lavoro e componente del Centro Studi ANCL. Chiuderà i lavori la **terza parte**, dedicata alla nuova architettura dei contributi erogati da **EN.BI.T.**, con **Carlo Callin Tambosi**, presidente dell'Ente.

L'evento è accreditato ai fini della formazione professionale continua per i Consulenti del Lavoro e si concluderà con un **aperitivo conviviale alle 18.30**. In collaborazione con **EN.BI.T.**, **EBN.TUR – Ente Bilaterale Nazionale Turismo**, **Ordine dei Consulenti del Lavoro della Provincia di Trento** e **Associazione Nazionale Consulenti del Lavoro – Unione Provinciale di Trento**.

LE ESPERIENZE SENSORIALI A PALAZZO ROCCABRUNA

Dalle **18.00** è in programma il percorso sensoriale che celebra la qualità, la biodiversità e la sostenibilità dei prodotti del territorio. La storica dimora cinquecentesca, sede della **Casa dei Prodotti Trentini** e dell'**Enoteca Provinciale del Trentino**, diventerà il palcoscenico di un viaggio che coinvolge palato, mente e cuore, alla scoperta di sapori autentici e racconti di territori. Un evento in collaborazione con **Accademia d'Impresa** e **Miscela d'Aria Factory**, che **proporrà** un percorso esperienziale tra gusto, memoria ed emozione, in cui ogni assaggio **diventerà** occasione di conoscenza. Bollicine di montagna, formaggi, pesce d'acqua dolce, carne salada, polenta, mele trentine, vini e distillati **racconteranno** storie di allevatori, agricoltori e viticoltori che lavorano con cura, rispettando i ritmi della natura e l'equilibrio degli ecosistemi alpini. Il percorso **si snoderà** tra spazi storici e angoli meno conosciuti di Palazzo Roccabruna, guidando i partecipanti in un viaggio che stimola tutti i sensi: profumi, colori, consistenze e suoni **diventeranno** elementi di una narrazione multisensoriale. Non **mancherà** la componente educativa, con approfondimenti sulla stagionalità, sulla filiera corta, sulle pratiche agricole rispettose dell'ambiente e sulla tutela della biodiversità trentina. A chiudere il percorso, un momento di vera emozione gustativa: le creazioni dello **chef Stefano Bertoni**.