
Verso un nuovo equilibrio

Piano di sostenibilità

trentino
marketing
SOCIETÀ PER IL TURISMO

Sommario

Introduzione	4
<i>Il Manifesto</i>	9
1. Chi siamo	10
1.1. La nostra struttura	12
1.2. Cosa facciamo	13
1.3. L'identità di Trentino Marketing in relazione ai temi ESG	15
2. Lo scenario	16
2.1. I fattori del cambiamento	20
2.2. Le sfide del sistema Trentino	21
2.3. Un nuovo sistema	22
2.4. I nostri stakeholder	23
3. La strategia	24
3.1. I pilastri del piano di sostenibilità	25
3.2. Gli obiettivi di sostenibilità in relazione all'Agenda 2030	27
4. I risultati	28
4.1. L'ambiente	30
4.2. Il sistema turistico	33
4.3. Le nostre persone	36
4.4. La governance	40
Conclusioni	

Introduzione





Fin dalla sua costituzione Trentino Marketing si occupa di attività finalizzate allo sviluppo del turismo trentino, concepite quale marketing del territorio e come veicolo promozionale dell'immagine turistica e delle realtà socioeconomiche che lo caratterizzano. La sua missione è di promuovere iniziative, anche con il ruolo di coordinamento tra tutti gli attori, destinate a favorire e supportare lo sviluppo futuro del territorio; uno sviluppo distintivo, equilibrato e duraturo attraverso leve nuove a beneficio della collettività dal punto di vista economico, sociale e ambientale nel rispetto delle peculiarità di ciascun singolo ambito territoriale, nel quale la pianificazione per un mondo più sostenibile acquisiscono sempre più importanza.

Per sua natura la Società ha una elevata capacità ad analizzare l'evoluzione del contesto e a prevedere gli scenari futuri stimolando così l'integrazione di innovazioni nel settore turistico per rispondere alle richieste degli ospiti e alle necessità degli operatori nonché per generare ricchezza, occupazione e benessere nel territorio.

Premesso ciò, l'operato di Trentino Marketing si è ispirato a principi di benessere, valorizzazione delle attività locali e crescita armoniosa del tessuto socioeconomico del territorio e si è contraddistinto per il rispetto e la tutela del territorio, il benessere delle persone, la comunicazione trasparente, il dialogo costante con gli Enti territoriali e la Pubblica Amministrazione. Le scelte strategiche della Società si sono dimostrate coerenti negli anni e hanno integrato da sempre i principi della responsabilità.

In un momento storico complesso come quello attuale, segnato da anni di pandemia e caratterizzato da forte instabilità che hanno generato impatti inaspettati, Trentino Marketing si trova davanti a sfide impegnative che, se pianificate coerentemente, possono aiutare a creare un sistema in grado di rispondere alle nuove esigenze.

Per di più, il consolidamento della visione della Società si innesta in uno scenario turistico mutato negli ultimi anni in cui l'attenzione da parte dei cittadini, degli ospiti, degli operatori turistici verso i principi di sostenibilità è considerevolmente elevata con la richiesta ulteriore di documentare veridicità e trasparenza.

In quest'ottica, Trentino Marketing ha sentito la doppia responsabilità di contribuire attraverso una rinnovata comunicazione, ancor più attenta alla narrazione di storie che parlano di rispetto per i valori, per le persone e per l'ambiente e attraverso il proprio ruolo di promotore del territorio, sensibilizzando e stimolando operatori, cittadini e turisti concorrendo, in più, al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dalle Nazioni Unite e dalla Strategia provinciale per lo Sviluppo Sostenibile.

Ecco che nel corso degli ultimi anni la Società ha avviato un percorso che è culminato con la costituzione di una Task Force Sustainability, con l'obiettivo di far maturare una cultura d'impresa ispirata a principi condivisi ed introdurre buone pratiche per una crescita responsabile aziendale e dei processi organizzativi, e con l'avvio di un tavolo di confronto con i principali stakeholder del territorio per ragionare su possibili progetti comuni nell'ambito della sostenibilità. Integrando i contributi emersi dai tavoli, i temi che si confermano alla base dell'impegno di Trentino Marketing sono: la relazione, l'inclusione e l'accessibilità, il benessere delle persone e dello stile di vita, la tutela ambientale, la qualità dell'offerta turistica e il limite nelle destinazioni turistiche.

A queste due iniziative si sono affiancate anche la Trentino Suite Digital Hub, il portale dedicato agli operatori pubblici e privati del territorio trentino, nato grazie al lavoro del Board Commerciale - Associazioni di Categoria, APT territoriali e Trentino Marketing per fare squadra e per garantire una politica di sistema efficace, l'app ufficiale MioTrentino per avere in maniera istantanea tanti consigli per la vacanza e la certificazione ISO 20121:2012 del Festival dell'Economia 2023. Non ultimo la decisione, a gennaio 2023, di iniziare formalmente un percorso di avvicinamento alla stesura del Bilancio di Sostenibilità.

Questo percorso di responsabilità oggi segna un traguardo importante: la realizzazione di un documento attraverso il quale la Società intende dimostrare il proprio impegno e dare un'informazione completa e trasparente della visione e dell'approccio di Trentino Marketing alla dimensione dello sviluppo sostenibile nelle sue quattro declinazioni ambientali, sociali, economiche e di governance. Questo

passaggio testimonia la volontà da parte del Consiglio d'Amministrazione di Trentino Marketing di integrare sempre di più i principi della sostenibilità.

Questo documento, che si rifà agli standard di rendicontazione delineati dalle linee guida GRI, costituisce un passo determinante per valorizzare e portare a sistema l'insieme delle iniziative che Trentino Marketing ha intrapreso all'interno del più ampio ambito di responsabilità sociale e per indirizzare la strategia di sviluppo sostenibile che guiderà il percorso di crescita aziendale e territoriale.

Concludendo, ritengo di poter affermare che Trentino Marketing è sulla strada giusta avendo promosso quel processo di cambiamento continuo e concreto che produce benessere, avendo consolidato internamente la consapevolezza che il comportamento responsabile genera valore a servizio della collettività e avendo seminato sul territorio i principi autentici che creano le condizioni per continuare ad essere un territorio di eccellenza.

**Il Presidente
Giovanni Battaiola**



RESPIRA



LA GIOIA HA UN PROFUMO.
visittrentino.info

 **TRENTINO**

Il manifesto

“**Respira, sei in Trentino**”. Con questo pay off Trentino Marketing ha dato un nuovo impulso al suo percorso di sviluppo, che identifica nel dialogo e nelle sinergie con tutti gli stakeholder un valore fondamentale per diventare quello che il Trentino vuole continuare ad essere: “aperto per natura”.

In questo percorso guardiamo alla sostenibilità, in tutte le sue dimensioni, come a un principio imprescindibile, a una leva in grado di consolidare la nostra strategia. Perché il Trentino non è soltanto un territorio e una comunità, in cui il rispetto dell’ambiente e la valorizzazione del capitale umano e delle risorse costituiscono un valore fondativo. Ma rappresenta soprattutto un sistema complesso e in costante movimento, fronteggiato da molteplici sfide che muovono dall’esterno e dall’interno.

Dopo la pandemia è emersa la necessità di sostenere, ossia tenere in equilibrio, il sistema, ripensando il ruolo di Trentino Marketing: un ruolo sussidiario delle diverse parti coinvolte nell’orizzonte delle sue attività. Perché Trentino Marketing non è solo l’agenzia di promozione territoriale, ma una realtà che alimenta il sistema Trentino, con il quale si identifica.

Per questo, la sfida per Trentino Marketing è trovare un equilibrio sempre nuovo, connettendo e facilitando il dialogo tra sistema turistico e parti economiche e sociali, in una comune e reciproca strategia di valorizzazione.

Nella logica sussidiaria dianzi accennata, Trentino Marketing opera su tre livelli:

- come **Azienda**, nel suo ecosistema interno composto da **78 dipendenti, 59% donne e 41% uomini** che quotidianamente lavorano con cura e passione;
- come **agenzia** per il marketing turistico territoriale, che opera con e per la **comunità** e tutto il **sistema provinciale** nei suoi numerosi **stakeholder e partner**;
- come **voce** del Trentino nel mondo, affinché sempre più persone vivano il **desiderio di scoprire il Trentino**.

Trentino Marketing si impegna a generare valore duraturo nel tempo e ricchezza per il territorio e le persone, lavorando con cura, ogni giorno. Si vive nell’abbraccio delle montagne e si respira l’aria dei boschi; la quiete e la bellezza ispirano le azioni, circondano il territorio e ispirano le azioni. Trentino Marketing realizza progetti, propone soluzioni innovative e sviluppa competenze individuali e collettive. Tutela la pluralità e la diversità, tesse reti e crea equilibri, per consegnare alle future generazioni un territorio vivo e accogliente.

Trentino Marketing lavora insieme a molti affinché più persone nel mondo vivano il desiderio di scoprire il Trentino.

Trentino Marketing ha costruito un manifesto, in un gruppo di lavoro che ha lavorato in un percorso di co-scrittura, affinché le collaboratrici e i collaboratori raccontino chi sono e come vivono l’esperienza professionale in azienda. Ecco dunque che, in questo documento strategico, Trentino Marketing guarda alla sostenibilità, in tutte le sue dimensioni, come a un principio imprescindibile, ad una leva in grado di consolidare il proprio ruolo e la strategia.

Al centro c’è la comunità - interna e esterna - fatta del paesaggio che abita, dei valori che incarna e dello stile di vita che pratica e che condivide con suoi abitanti temporanei.



1. Chi siamo





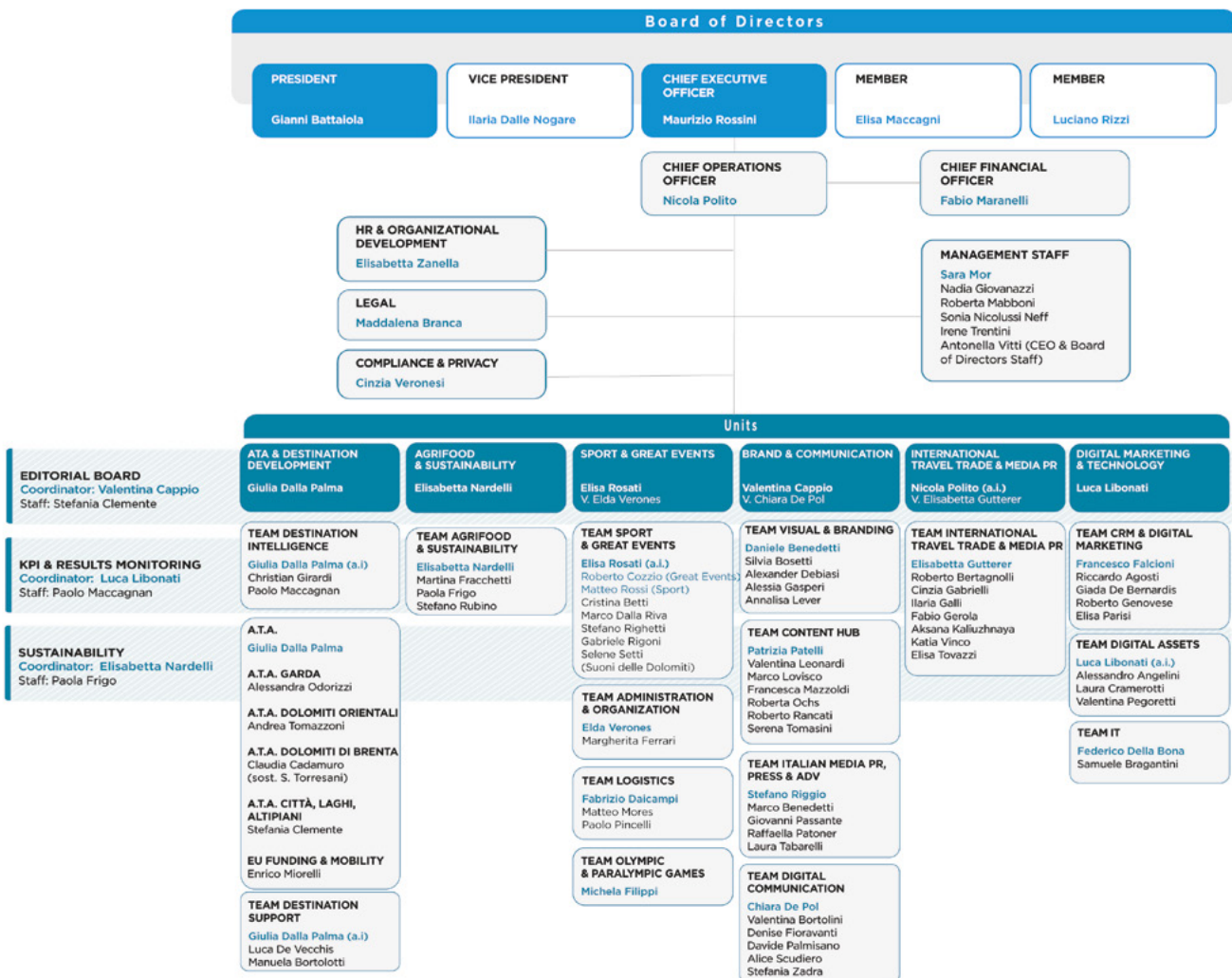
Costituita nel 2003, Trentino Marketing è l'Agenzia del Trentino per il marketing turistico territoriale, controllata al 100% da Trentino Sviluppo, che opera nell'ambito delle attività per la gestione degli interventi e dello sviluppo del turismo per conto della Provincia Autonoma di Trento.

Attraverso le sue attività, Trentino Marketing si impegna a perseguire la sua mission "lavorando assieme a molti affinché sempre più persone nel mondo vivano il desiderio di scoprire il Trentino".

Trentino Marketing realizza, in Italia e in numerosi paesi all'estero (Germania, Regno Unito, Paesi Bassi, Polonia, Stati Uniti, ...per citarne alcuni), attività finalizzate allo sviluppo del turismo trentino, concepite quale marketing del territorio e come veicolo promozionale dell'immagine turistica che caratterizzano il Trentino.

1.1. La nostra struttura

Organizzazione di Trentino Marketing



1.2. Cosa facciamo



LA CONOSCENZA STRATEGICA

La creazione di un sistema turistico efficiente passa attraverso la condivisione, principio cardine della strategia di Trentino Marketing, per rendere partecipi gli attori coinvolti. Per ottimizzare questo processo, Trentino Marketing ha messo a punto una serie di strumenti come Trentino Dashboard, Trentino Suite Digital Hub e il suo canale Telegram T.Suite nonché la ricerca di nuovi parametri, anche qualitativi, che sappiano monitorare il percorso di sviluppo del turismo trentino.



LA MARCA, I SUOI VALORI E LA RAPPRESENTAZIONE DEL TERRITORIO

Cultura, natura, tradizione sono alcune delle molteplici componenti dell'ecosistema trentino, caratterizzato da biodiversità ambientale e dal connubio fra forte italianità, sinonimo di accoglienza, convivialità, buon vivere e cultura mitteleuropea, che identifica nel contesto alpino l'elemento distintivo della marca del Trentino. Il posizionamento "Trentino. Aperto per natura" risponde all'esigenza di ridefinire la comunicazione, trasmettendo un messaggio che ne valorizzi la molteplicità dei valori.



LE NUOVE AGENZIE TERRITORIALI D'AREA

Le nuove ATA - Agenzie Territoriali d'Area - coordinate da Trentino Marketing - costituiscono un nesso tra territori e tra Trentino Marketing e Aziende per il turismo e si occupano dello sviluppo del prodotto turistico interambito nella propria area territoriale di competenza.



LA PROGETTUALITÀ DI SISTEMA

L'apertura del Trentino trova espressione in un modello di ospitalità che punta a offrire esperienze uniche, agevolando la fruizione dei servizi e delle risorse attivate.

Due strumenti che rispondono a questo obiettivo sono la "Trentino Guest Card", un progetto di network di territorio, e il completamento del programma di digitalizzazione "Trentino Guest Platform", che permette ai diversi operatori di comunicare con l'ospite attraverso un canale diretto, integrato ed efficace.



STRATEGIA DIGITALE: LA RIVOLUZIONE IN ARRIVO

Il turista è al centro della strategia di marketing digitale di Trentino Marketing che nel 2022 ha avviato un percorso di sviluppo delle piattaforme attraverso il blocco del tracciamento dei cookie cross site e l'adeguamento volto a definire una nuova strategia digitale basata su parametri e tecniche diverse, in un'ottica di "Single Customer View".



LA COMUNICAZIONE OMNICANALE

Da turista a viaggiatore: è questo il nuovo identikit di chi viene in Trentino, alla ricerca di una reale connessione emotiva con esperienze e luoghi. In questo processo Trentino Marketing basa la sua strategia su una promozione del territorio attraverso le persone, ingaggiando quante più persone possibili, attraendo nuovi target e aumentando le presenze durante le "belle stagioni" e affiancando la comunicazione di prodotto.



GLI EVENTI E LA LORO VALORIZZAZIONE

Dal 2022, la Provincia Autonoma di Trento ha affidato a Trentino Marketing le attività organizzative e promozionali dei “Grandi Eventi”, che hanno un grande potenziale comunicativo nel trasmettere i valori del territorio e sono in grado di generare valore e indotto economico: il Festival dell’Economia, il Festival dello Sport, I Suoni delle Dolomiti, il Trentodoc Festival e il WIRED NEXT FEST, appuntamenti di rilievo internazionale, che contribuiscono ad attrarre segmenti turistici nuovi, anche durante le cosiddette “belle stagioni”.



LA RELAZIONE EFFICACE CON IL MERCATO

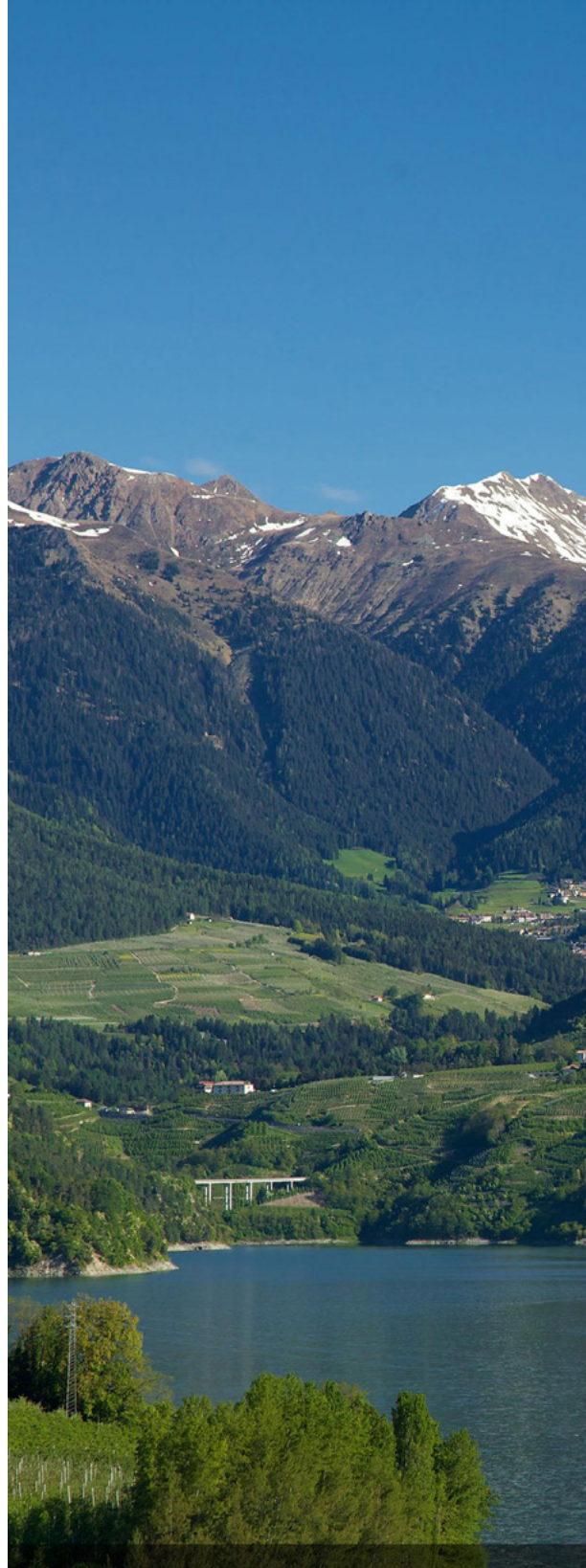
Guidare gli operatori nel valorizzare e potenziare l’offerta, mettendo al centro l’ospite, attraverso il supporto del sistema con informazioni utili per il business, al fine di accrescerne la competitività.

Per questo Trentino Marketing si impegna a formare gli imprenditori del turismo, in un percorso di crescita coerente incentrato sulla qualità dell’offerta. In particolare, Trentino Marketing affianca i club di prodotto e le associazioni ma anche intervenendo nel mondo del vacation rental.



LA VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI

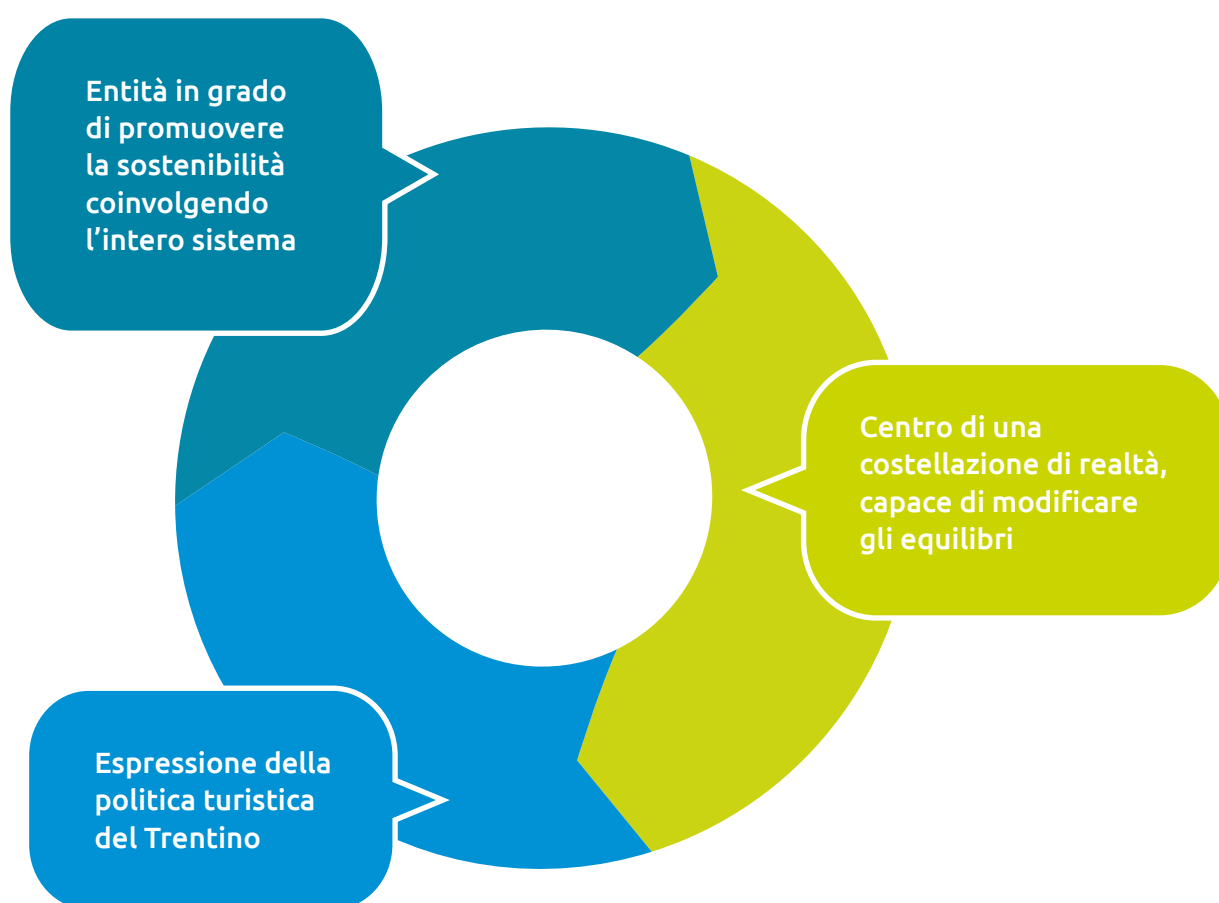
La promozione del territorio trentino si basa anche sulla valorizzazione del prodotto e delle produzioni, elementi strategici per lo sviluppo turistico delle quattro stagioni e del “Trentino autentico”. Il settore agricolo e agroalimentare risultano, dunque, centrali perché fondamentali per trasmettere l’idea del Trentino come territorio genuino, cui è legato un patrimonio di tradizioni e prodotti che ne favoriscono l’attrattività.



1.3. L'identità di Trentino Marketing in relazione ai temi ESG

Nel contesto dinamico e sempre più cruciale dei temi legati all'ambiente, alla responsabilità sociale e alla governance aziendale (ESG), Trentino Marketing si propone come protagonista attivo nella definizione di una strategia

sostenibile, con l'obiettivo di consolidare e promuovere l'identità del Trentino in armonia con i principi etici e ambientali.



2. Lo scenario





Cambiamento climatico, variazione dei flussi turistici nel post-pandemia e viaggiatori con sempre maggiori esigenze, queste sono sfide che oggi Trentino Marketing, insieme al sistema turistico locale, deve affrontare.

Sfide che si collocano in un più ampio orizzonte di impegno istituzionale e territoriale, che si sono concretizzate nella **Legge sulla promozione turistica provinciale** del 2020 (Legge provinciale 12 agosto 2020, n. 8) e nella **Strategia provinciale per lo Sviluppo Sostenibile (SproSS)** del 2021 (15 ottobre 2021): due tappe importanti del percorso intrapreso dal sistema turistico.

Se la prima definisce le funzioni e l'articolazione dei rapporti fra gli attori coinvolti nel processo di costruzione del prodotto turistico, la seconda indica la direzione da seguire per promuovere lo sviluppo integrato delle zone urbane, rurali e montane, facendo leva sul principio di coesione territoriale.

La legge sulla promozione turistica provinciale

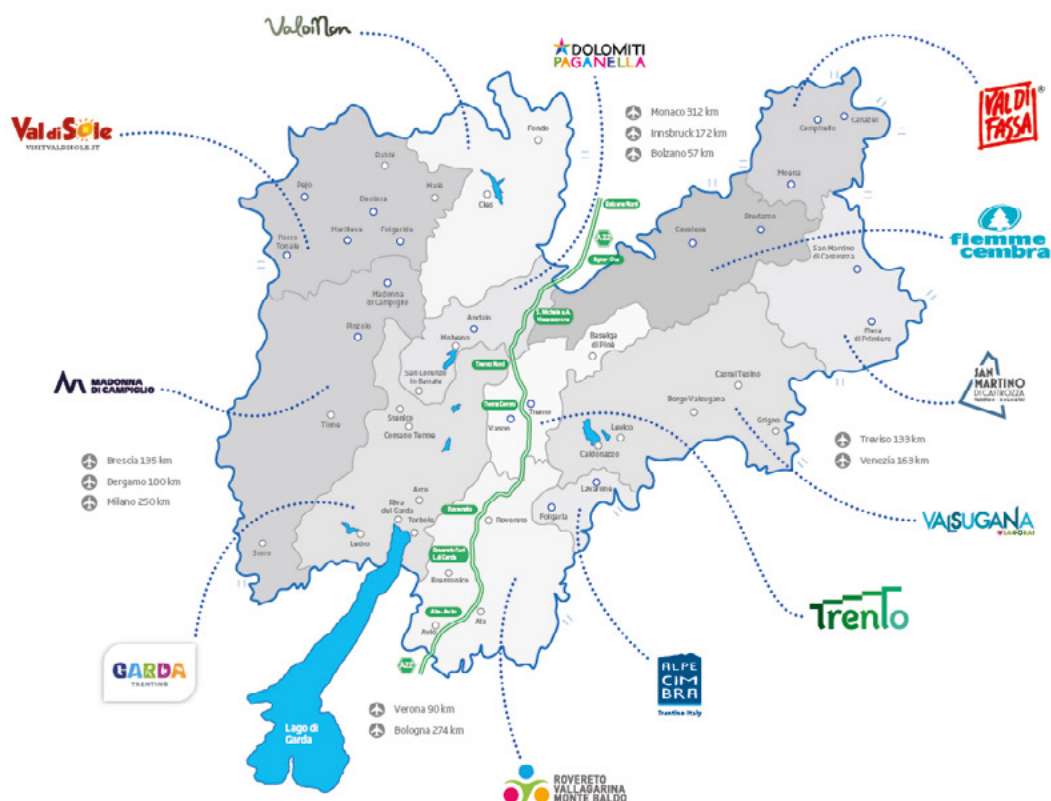
In linea con la nuova legge sul turismo (L.p. 8/2020), Trentino Marketing punta promuovere il territorio, mettendone al centro i valori, le competenze, le tradizioni e la cultura, un obiettivo ambizioso che richiede una profonda e autentica sinergia fra tutti gli attori e identifica nel turismo una leva strategica per favorire uno sviluppo sostenibile.

Per attuare questa strategia, sono stati definiti ruoli e funzioni dei principali attori coinvolti:

- **APT - Aziende per il turismo**, organismi preposti a garantire la qualità dell'esperienza turistica e a fidelizzare il turista negli ambiti territoriali di riferimento;
- **ATA - Agenzie territoriali d'area**, articolazioni organizzative di Trentino Marketing cui è affidata l'ideazione e la costruzione del prodotto turistico nelle aree territoriali di riferimento.



APT - Aziende per il turismo

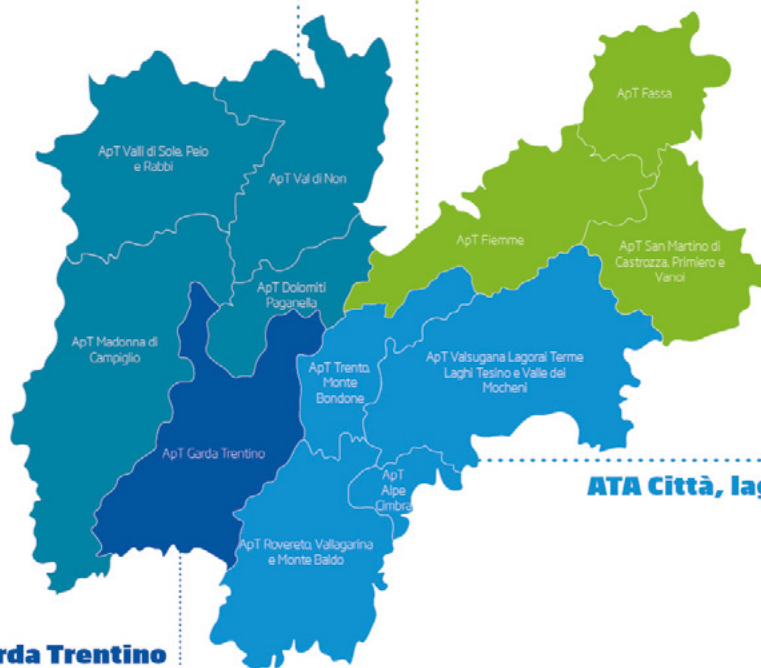




ATA - Agenzie Territoriali d'Area

ATA Dolomiti di Brenta

ATA Dolomiti Orientali



ATA Garda Trentino

ATA Città, laghi, altipiani

2.1. I fattori del cambiamento

1

Clima, pandemia,
instabilità
economica ed eventi
accidentali



2

Rivoluzione digitale,
evoluzione dei
competitor e nuove
tendenze della domanda



3

La riforma e i suoi impatti
sul Sistema turistico
complessivo



4

PNRR, Olimpiadi 2026
e piano di investimenti
infrastrutturali



2.2. Le sfide del sistema Trentino

Questi fattori rappresentano i presupposti di una nuova linea di indirizzo, che richiede, sin da oggi, lungimiranza e concretezza e che risponde alla duplice esigenza di accelerare il percorso evolutivo e di cogliere le **sfide del sistema Trentino**.

1 SOSTENIBILITÀ

Principio cardine della strategia con cui Trentino Marketing intende affrontare i cambiamenti, promuovendo lo sviluppo e preservando il territorio.

2 PNRR, AGENDA 2030 E SNSvS

Definire una strategia di sviluppo che si inserisca nella più ampia progettualità a livello nazionale e internazionale.

3 MOBILITÀ

Fattore strategico per il turismo, da potenziare per rispondere alle esigenze di chi viene in Trentino, favorendo un sistema agevole e sostenibile.

4 SVILUPPO PRODOTTO

Favorire la condivisione di buone pratiche ed esperienze innovative e investire nello sviluppo dei singoli territori.

5 LAVORO

Rendere il sistema Trentino attrattivo anche per le risorse, un territorio capace di formare un capitale umano di qualità.

6 QUALITÀ E RESPONSABILITÀ DIFFUSA

Sensibilizzare chi vive il territorio al rispetto, secondo un nuovo modello di governance che coinvolga in primis le giovani generazioni.

7 LE NUOVE PIATTAFORME

Efficienza e chiarezza di un unico ecosistema digitale, l'interfaccia più evoluta che consenta a tutti gli attori coinvolti di interagire.

8 IL NUOVO SISTEMA DI RELAZIONI

Consolidare ruoli e funzioni dei molteplici attori del sistema con l'obiettivo di rendere i processi efficienti e di rafforzare le sinergie.

9 LA CONOSCENZA COME VALORE

Valorizzazione e potenziamento della condivisione delle informazioni e dei dati secondo un modello integrato e accessibile.

10 SISTEMA DELL'OSPITALITÀ

Capacità nella gestione del sistema dell'ospitalità, per garantire equilibrio anche nei periodi caratterizzati da alta frequentazione.

2.3. Un nuovo sistema

Il percorso di consolidamento dei propri valori passa per l'attuazione di una strategia che ha come fine ultimo la transizione verso un sistema **distintivo, equilibrato e duraturo**.

DISTINTIVO

Il Trentino vuole essere **sempre più conosciuto e apprezzato** come un territorio capace di accogliere e luogo in cui vivere sempre o anche per pochi giorni.

EQUILIBRATO

Il Trentino vuole essere **sempre vivo 12 mesi**, caratterizzato da un migliore e più efficiente impegno delle risorse territoriali e in grado di proporre e praticare un diretto e coinvolgente rapporto tra residenti e turisti.

DURATURO

Il Trentino vuole essere un **modello di investimenti e scelte durevoli nel tempo**, in grado di lasciare alle future generazioni un territorio migliore di quello attuale.





2.4. I nostri stakeholder

Collaborazione, ascolto, dialogo sono i valori su cui si basa il rapporto con gli stakeholder, attori chiave da coinvolgere nel percorso di consolidamento e definizione di una strategia condivisa.



OPERATORI
TURISTICI



TURISTI



COMUNITÀ
LOCALI



ASSOCIAZIONI



APT E ATA



DIPENDENTI



ISTITUZIONI



SCUOLE E
MONDO DELLA
FORMAZIONE



ORGANIZZAZIONI
SINDACALI



MEDIA E
MONDO
DELLO SPORT



COMPETITOR



FORNITORI

3. La strategia





Le sfide da affrontare sono molte e Trentino Marketing, in particolar modo dopo la pandemia, ha dovuto ripensare il suo ruolo, facendosi anche aggregatore e attivatore delle diverse parti coinvolte nell'orizzonte delle sue attività.

3.1. I pilastri del piano di sostenibilità

Se quello della sostenibilità è un percorso già intrapreso da tempo in Trentino, il suo prosieguo risiede nell'acquisizione di una consapevolezza condivisa del concetto di limite, necessario per intraprendere uno sviluppo armonioso del sistema basato su:

- il **paesaggio**, l'elemento che rende unico il territorio, una risorsa da proteggere, salvaguardando il patrimonio naturale e contrastando la perdita di biodiversità;
- il **sistema turistico**, dal quale dipendono una equilibrata gestione dei flussi nel tempo e nello spazio e la consapevolezza dei turisti per il rispetto del territorio;
- le **persone** e la **comunità**, motore di sviluppo, in grado di generare prosperità e di guidare il cambiamento con competenze e passione;
- la **governance**, una struttura multi-livello solida e condivisa, in grado di attivare sinergie fra tutti gli stakeholder, attraverso un approccio dialogico continuo.

Sono questi i pilastri della nostra strategia con cui puntiamo a creare valore per lasciare alle future generazioni un territorio vivo e accogliente.

Gli obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile

PILASTRO	AMBITO	OBIETTIVO
AMBIENTE	Promuovere la sostenibilità all'interno dell'azienda	Iniziative per il corretto utilizzo delle risorse (corrente elettrica, acqua, carta)
SISTEMA TURISTICO	Promuovere la mobilità sostenibile	Survey di ascolto sulle esigenze di collegamento e dei trasporti dei territori
	Offerta turistica	Programma di formazione sulla sostenibilità ai nuovi operatori
	Promozione del territorio	Campagna di sensibilizzazione rivolta ai turisti
PERSONE	Formazione	Oltre 20 ore di formazione all'anno sui temi della sostenibilità
	Diversità e inclusione	Indagine interna sui temi della diversità e dell'equità di genere
GOVERNANCE	Favorire la formazione di un sistema integrato	Istituire tavoli di dialogo con gli stakeholder sui temi di sostenibilità

3.2. Gli obiettivi di sostenibilità in relazione all'Agenda 2030

SDG	ANNO TARGET
 	2024-2025
 	2024
 	2024-2026
 	2024-2026
	2024
 	2024
	2024-2026

Proiettata verso un futuro sostenibile, Trentino Marketing si impegna a tradurre gli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite in azioni concrete e tangibili, a partire da quelle aree strategiche decisive per garantire al territorio e agli stakeholder uno sviluppo, basato sull'equilibrio e sul benessere della comunità e dell'ambiente.

4. I risultati





Dall'avvio di una strategia basata sui principi di sostenibilità sono emersi temi cruciali per il processo trasformativo del settore turistico, che riguardano direttamente il territorio e tutti gli stakeholder coinvolti.

Questa strategia adotta una visione olistica che integra tutte le dimensioni dello sviluppo - il territorio, la comunità e il sistema - e si presenta come una linea di indirizzo che segna il tracciato attraverso iniziative e progetti dedicati e punta alla misurazione dei risultati.

Consapevole della sua funzione aggregatrice, Trentino Marketing punta a operare con l'obiettivo di valorizzare tutti i suoi elementi in una prospettiva più ampia, alimentando il dialogo con il territorio di riferimento.

In questo scenario i pilastri della strategia di sostenibilità di Trentino Marketing si identificano con l'**ambiente**, il **sistema turistico**, le **persone** e la **governance**.

Quattro ambiti in costante correlazione fra di loro, il cui potenziamento e tutela devono essere portati avanti da un piano che tenga conto di tutti gli equilibri.

4.1. L'ambiente

Trentino Marketing guarda alla sostenibilità come a un principio guida delle azioni che compie e promuove, in primo luogo in ambito ambientale. Per questo si impegna a favorire l'adozione di comportamenti sostenibili, con l'obiettivo di dare il suo contributo nella lotta ai cambiamenti climatici, da cui passano la cura e la tutela di un territorio da preservare.

La strategia ambientale di Trentino Marketing considera due sfere: quella interna, basata su buone pratiche e comportamenti verso i quali ha intrapreso un percorso di sensibilizzazione; quella esterna, con cui supporta iniziative e progetti per la conservazione del territorio e della sua biodiversità.

La sede di Trentino Marketing è situata in una struttura di proprietà della Provincia autonoma di Trento e segue le modalità di gestione delle risorse energetiche scelte e indicate dal medesimo Ente, da sempre attento al tema dell'efficienza energetica degli edifici. Trentino Marketing ha costituito, assieme a Trentino Sviluppo, il **Team Family Audit**, il quale ha realizzato il documento "Guida al comportamento sostenibile negli uffici", punto di riferimento per la policy ambientale dei dipendenti.

Sempre a tutela dell'ambiente, Trentino Marketing promuove un sistema di mobilità sostenibile, implementato attraverso la **Trentino Guest Card** e l'app Mio Trentino, che consente ai visitatori della regione di utilizzare gratuitamente i mezzi pubblici e prevede un bonus per la ricarica di veicoli elettrici.



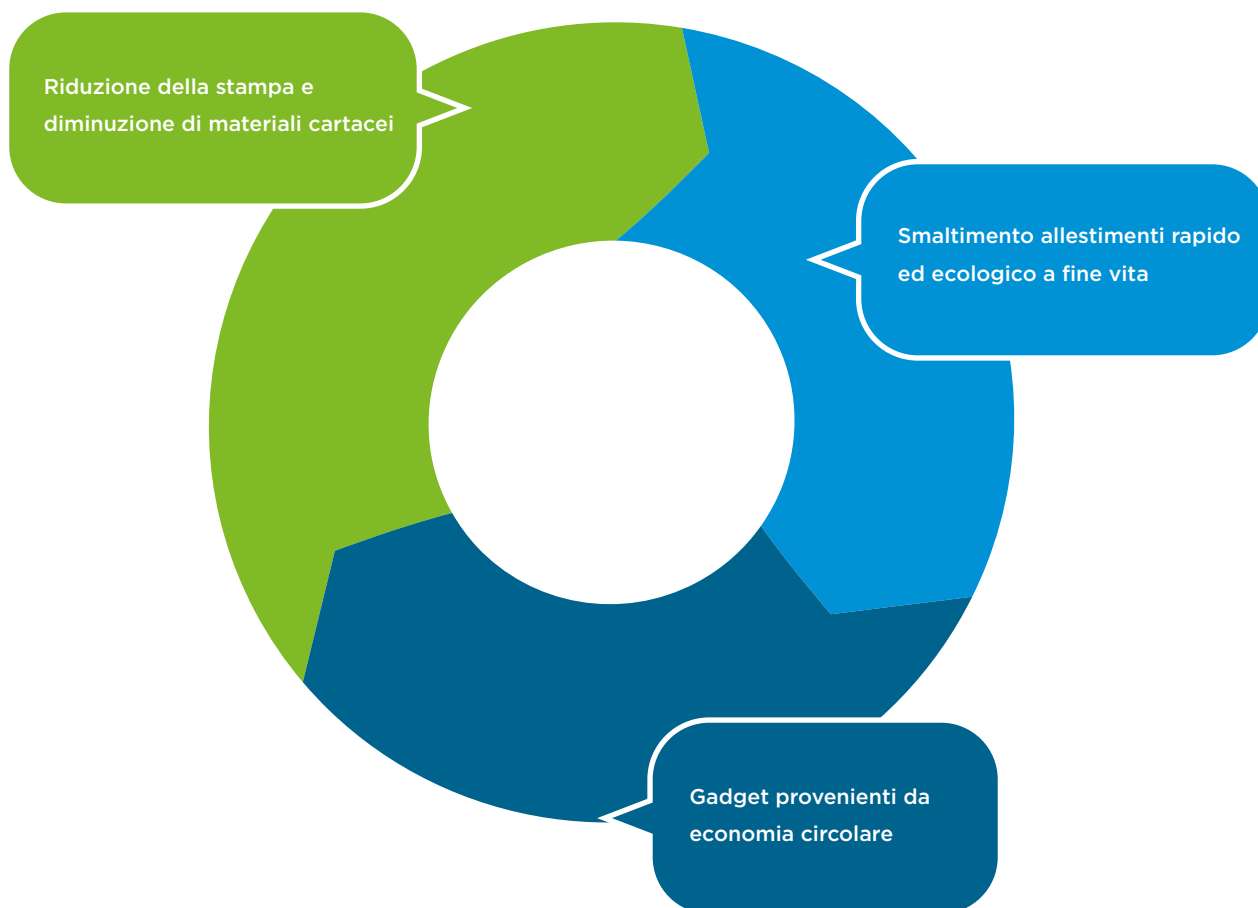
La sicurezza dei dipendenti

Trentino Marketing garantisce il rispetto della normativa legata ai corsi sulla sicurezza e sulla salute dei propri dipendenti, attraverso programmi di formazione.

Trentino Marketing ha acquistato monitor, tastiera, docking station e sedie ergonomiche per migliorare la postura e l'attività lavorativa dei propri dipendenti.

Trentino Marketing ha fornito ai propri dipendenti delle borracce di vetro e ha installato un erogatore d'acqua allacciato all'acquedotto.

Il principio di circolarità applicato agli eventi



Trentino Marketing per il territorio trentino

TRENTINO TREE AGREEMENT

Il progetto **Trentino Tree Agreement** è stato avviato in risposta alla tempesta anomala, nota come VAIA, che nell'ottobre del 2018 ha causato la caduta di circa 4 milioni di metri cubi di alberi, provocando ingenti danni ai boschi del Trentino. Dato l'importante ruolo della Provincia autonoma di Trento nella tutela dell'ambiente e nella conservazione della biodiversità, il progetto Trentino Tree Agreement mira a ricostruire il patrimonio boschivo trentino, che rappresenta circa il 60% del territorio provinciale, di cui il 30% è parte del sistema delle aree protette. Il progetto Trentino Tree Agreement punta a sensibilizzare sulle questioni ambientali e consiste in una raccolta fondi basata su quattro livelli di partecipazione: amico, sostenitore, ambasciatore e custode. Le risorse raccolte attraverso il progetto permettono di ripristinare i boschi andati distrutti nelle tre aree: la Foresta dei Violini di Paneveggio, la Foresta dell'Eremo a San Martino di Castrozza e la Foresta Nascosta di Cadino. La ricostruzione dei boschi trentini riveste un'importanza fondamentale a livello territoriale e nazionale, in quanto gli alberi assorbono anidride carbonica, preservano la biodiversità, contrastano l'erosione del suolo, e donano ombra e riparo.



4.2. Il sistema turistico

In qualità di promotore del territorio provinciale e del turismo sostenibile, Trentino Marketing interagisce e instaura relazioni con gli amministratori locali, gli enti istituzionali e le associazioni di categoria.

L'impegno di Trentino Marketing è volto al supporto e al coordinamento dei numerosi attori del comparto turistico e finalizzato al rafforzamento del brand "Trentino".

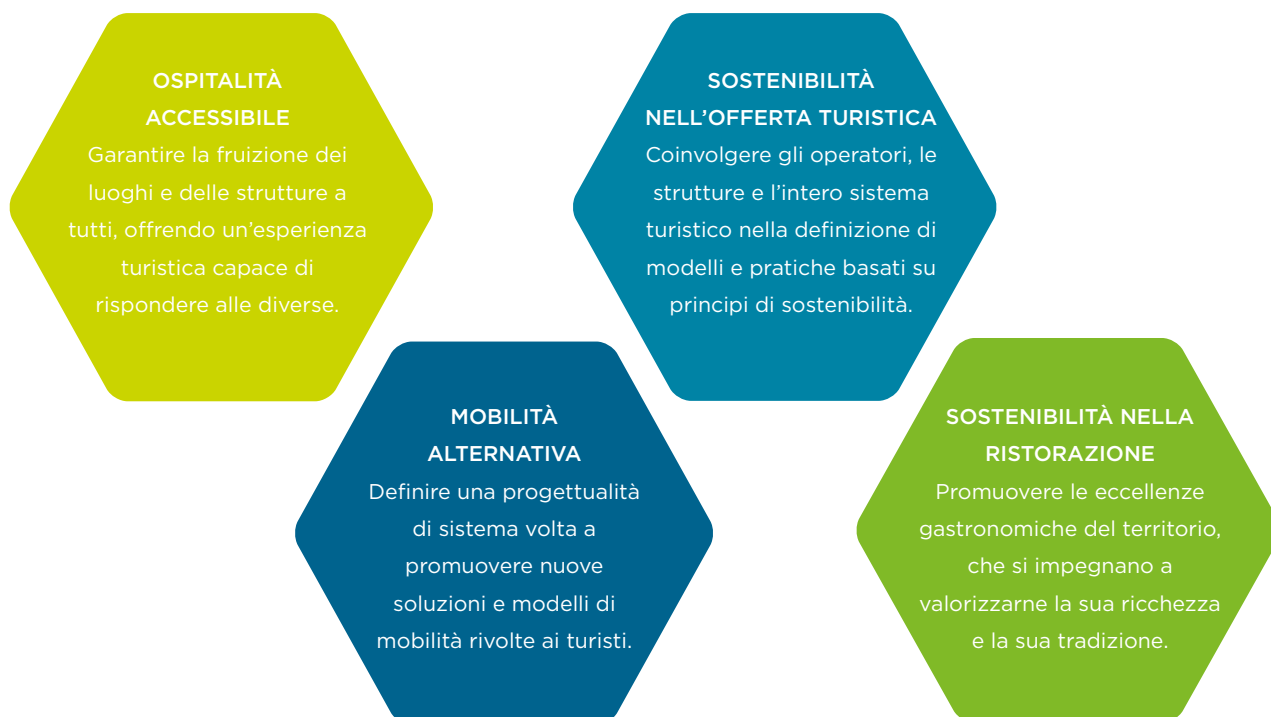
Trentino Marketing si posiziona, quindi, al centro di un ecosistema che oggi rappresenta una realtà economica e occupazionale determinante per la provincia,

che è necessario continuare a valorizzare attraverso l'elaborazione di strategie efficaci e in grado di anticipare le sfide di domani.

La creazione di un modello turistico nuovo si basa, infatti, su uno sviluppo che risponda ai problemi climatici e ambientali sempre più frequenti e che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere quelli delle generazioni future, in una visione ampia e consapevole rispetto all'impatto generato dalle nostre azioni.

La strategia del turismo sostenibile abbraccia diverse aree che riguardano la mobilità, l'ospitalità, l'offerta turistica e la ristorazione e che diventano terreno fertile per favorire la diffusione di buone pratiche e di una cultura sostenibile sia dal punto di vista degli operatori sia da quello dei turisti.

I pilastri di un modello di turismo sostenibile



Iniziative per la valorizzazione del territorio

PROGETTO	ANNO DI ATTIVAZIONE	OBIETTIVI	NUMERI IMPATTO
ALBEINMALGA	2013	Valorizzazione degli alpeggi e delle malghe per far conoscere la vita di malga e l'alpeggio seguendo ogni attimo di chi ci lavora ogni anno da maggio a settembre.	<ul style="list-style-type: none"> • 14 ambiti coinvolti • 40 appuntamenti a stagione (ca.) • 200 operatori raggiunti (ca.)
TRENTINO IN UN BARATTOLO	2019	Iniziativa co-progettata con l'Associazione Agriturismo Trentino e con le tre Strade dei Sapori.	<ul style="list-style-type: none"> • circa 16/20 agriturismi per altrettanti fine settimana a edizione
SUPERPARK	2020	Passeggiate con accompagnatori straordinari nel Parco Adamello Brenta e proiezioni/cinema solare muti grazie all'utilizzo delle cuffie al margine del bosco. Una proiezione che rispetta la natura e salvaguarda gli equilibri.	<ul style="list-style-type: none"> • circa 10 proiezioni e 7 escursioni a edizione • oltre 200 partecipanti
TRENTINO BARBECUE	2018	Saperi e sapori trovano il perfetto abbinamento all'interno di alcuni ristoranti del Trentino: da una parte esperti macellai e dall'altra Chef, con l'obiettivo di valorizzare la competenza, la professionalità e i prodotti locali.	<ul style="list-style-type: none"> • 14 ristoranti e 8 macellerie coinvolti nel 2023 • 61 appuntamenti da settembre a maggio 2023
TRENTINO SKI SUNRISE	2014	Appuntamento alle prime luci dell'alba, grazie all'apertura anticipata delle piste da sci, con una colazione autentica e saporita, basata sui prodotti locali.	<ul style="list-style-type: none"> • oltre 8 comprensori sciistici coinvolti • oltre 25 appuntamenti da dicembre a marzo • circa 2000 partecipanti
INFOGRAFICHE	2023	Progetto che mira a individuare dei parametri che consentano di comunicare un Trentino sostenibile e basato sulla condivisione di best practice per quanto riguarda ad esempio la gestione delle risorse idriche nelle strutture ricettive.	<ul style="list-style-type: none"> • oltre 100 download • quasi 500 visualizzazioni post Telegram



L'offerta turistica fra accessibilità e inclusione

Il **libro bianco sul turismo accessibile** definisce il turismo accessibile “un turismo attento ai bisogni di tutti. Capace di rispondere ai bisogni di bambini, anziani, mamme che spingono i passeggini, persone con disabilità che si muovono lentamente, che non vedono, o non sentono, che hanno difficoltà nei processi di apprendimento, che hanno allergie o difficoltà di tipo alimentare. In grado di coniugare le ragioni dell’impresa turistica con la capacità di rispondere ad una domanda di ospitalità che richiede qualità dell’accoglienza, dialogo, conoscenze tecniche”.

Trentino Marketing si occupa di integrare all’interno del proprio sistema informativo (portale, app, materiale online e offline) informazioni e proposte turistiche accessibili e inclusive.

Trentino per tutti

Ispirare, informare e promuovere il Trentino come destinazione accessibile.

Trentino Marketing si sta impegnando sul tema dell’accessibilità su diversi fronti in tutti i Grandi Eventi e Festival che organizza. Ad esempio, per I Suoni delle Dolomiti è stato creato un progetto di musica inclusiva ed è in corso un accurato lavoro sul linguaggio e sulle immagini per raccontare il Trentino accessibile.

Lo stile con cui Trentino Marketing sta approcciando questo progetto si può declinare in “con audacia e cautela”, che significa avere il coraggio e la voglia di innovare ma farlo con rispetto, cura e sensibilità che merita un progetto così importante e dal così alto impatto valoriale.

Nello specifico ambito del progetto Ministeriale **Trentino per tutti**, che il partenariato guidato dalla Provincia autonoma di Trento sta portando avanti, Trentino Marketing cura tutti gli aspetti di comunicazione online e offline attraverso il sito Visittrentino.info, l'integrazione di prenotabilità delle strutture ricettive certificate, le azioni di social media marketing e media PR.

L'impegno per la formazione e la nuova strategia di comunicazione

Trentino Marketing crede nella condivisione di good practice e nella formazione costante, due dinamiche fondamentali in un settore in continua evoluzione come quello del turismo, al fine di promuovere uno sviluppo sostenibile e responsabile. In questo quadro rientra l'attivazione di un **importante protocollo d'intesa con l'Istituto Gardascuola** - primo e unico nella Provincia di Trento per le realtà scolastiche - che sancisce l'avvio di un progetto di innovazione didattica orientato allo sviluppo del turismo trentino con l'obiettivo di formare operatori esperti nell'ideazione, progettazione, gestione e sviluppo di prodotti turistici integrati e sostenibili. Questo percorso si innesta nello sviluppo dell'Agenda 2030 della Provincia autonoma di Trento, che Trentino Marketing affianca nell'elaborazione di una strategia sul turismo sostenibile, e sulla necessità di favorire nuove competenze e professionalità per il sistema turistico trentino.

Il New Tale: una nuova strategia di comunicazione per un Trentino sostenibile

La definizione di una nuova strategia di comunicazione volta a veicolare un **nuovo racconto ("new tale")**, che tiene conto delle trasformazioni di coloro che visitano il Trentino, sempre meno turisti e sempre più viaggiatori: dei temporary local alla ricerca di una reale connessione emotiva con esperienze e luoghi basata su interessi, relazioni e autenticità. In questo scenario, l'obiettivo di Trentino Marketing è



posizionare sempre più il Trentino come uno stile di vita - di cui godere tutto l'anno - più che come mera destinazione dove trascorrere le vacanze. Il "New Tale" è la leva comunicativa che raccoglie valori e saperi da trasmettere per generare condivisione ed empatia nell'ospite.

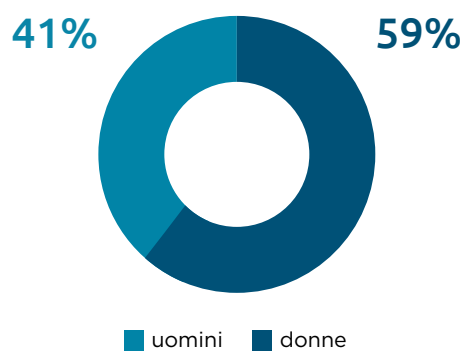
4.3. Le nostre persone

Per Trentino Marketing la più grande risorsa sono le sue 78 persone che, ogni giorno, si impegnano a valorizzare promuovendo un ambiente di lavoro inclusivo e diversificato.

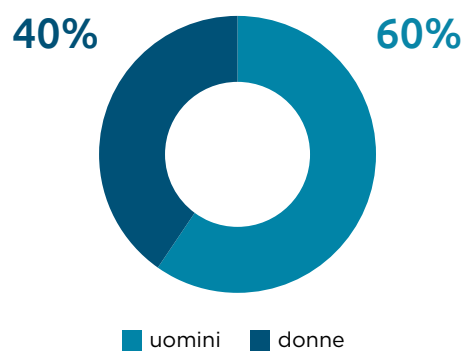
In Trentino Marketing ogni individuo ha l'opportunità di crescere e contribuire al successo dell'azienda ed è al centro di un piano di sviluppo e welfare che rappresenta parte integrante della strategia di valorizzazione delle risorse, asset fondamentale per la crescita.



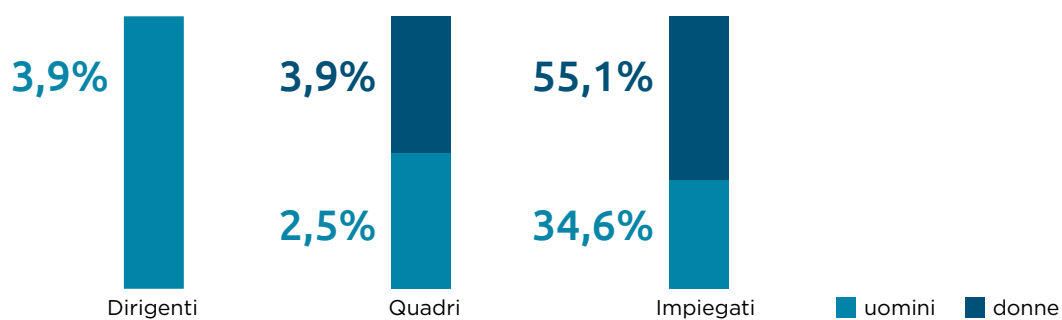
Popolazione aziendale distinta per genere



Distribuzione percentuale per genere nel Consiglio di Amministrazione



Distribuzione degli inquadramenti lavorativi per genere



Gender Equality e Inclusion & Diversity

Trentino Marketing si impegna a tutelare e valorizzare, attraverso le sue persone, diversità e pluralità. I dati parlano dell'oltre 50% di popolazione femminile in azienda e di un inquadramento manageriale prevalentemente femminile.

Favorire la gender equality in azienda significa integrare e incoraggiare punti di vista, vissuti, esperienze diversificate e, anche grazie al recente piano di assunzioni, Trentino Marketing sta mostrando impegno e cura di questi aspetti considerando la diversità come ricchezza e principio guida per l'innovazione.

Le selezioni e i colloqui di selezione del nuovo personale sono sempre effettuati da una commissione, nel rispetto di un principio di pluralità di giudizio, che contempla la presenza sempre di entrambi i generi.

Per quanto riguarda le responsabilità effettive, con l'eccezione delle figure dell'AD, i COO e CFO, di genere maschile, l'organigramma assegna 18 funzioni di responsabilità a 13 donne e 5 uomini.

Nelle sei aree aziendali, le responsabilità sono assegnate a 5 donne (di cui 1 in funzione di vice per la presenza del COO ad interim) e ad un uomo. Il potere di spesa (definito con procura notarile) è assegnato a 4 donne e ad 1 uomo (per tutti con limite di spesa a 30mila euro) responsabili di Area.

Nel concreto, con il rinnovo del contratto integrativo aziendale firmato nel settembre 2023, per i dipendenti e le dipendenti di Trentino Marketing oggi sono previste una serie di azioni volte al miglioramento della flessibilità degli orari e la stabilizzazione di due giornate di smart working a settimana, della qualità del lavoro e della premialità aziendale.

Le politiche retributive mostrano una sostanziale uguaglianza di genere con alcuni elementi interessanti: per le colleghe inquadrate al primo e al secondo livello CCNL, la retribuzione media è superiore a quella dei colleghi di pari livello; nel terzo livello la retribuzione è lievemente superiore nel genere maschile.



L'impegno per lo sviluppo e il benessere dei dipendenti

Trentino Marketing, in sinergia con Trentino Sviluppo, pone la persona al centro della sua strategia e promuove un modello basato sul work-life balance e su un piano di welfare strutturato, con l'obiettivo di garantire il benessere dei dipendenti.

Le iniziative attuate riguardano la crescita dei dipendenti e la possibilità per le persone di Trentino Marketing di usufruire di servizi e vantaggi.

- piano di crescita e di formazione annuale;
- TM Ambassador: progetto di on-boarding dei nuovi assunti;
- obiettivi e sistema di monitoraggio MBO;
- abbigliamento a supporto per le trasferte in ambito lavorativo
- contributo per l'abbonamento del parcheggio;
- estensione della polizza auto KasKo e polizza vita;
- work-life balance (contratti part time, buono pasto, orario di lavoro flessibile)
- assistenza sanitaria;
- promozione di uno stile di vita sano (parcheggio bici)
- disponibilità a ritirare pacchi personali in reception;
- docce per permettere attività sportiva durante la pausa pranzo
- istituzione del CRAL.

TM Ambassador

Trentino Marketing crede che trasmettere la passione per la provincia sia fondamentale prima di tutto all'interno della propria azienda, con l'obiettivo di rendere i dipendenti i primi ambasciatori del territorio trentino. Testimonianza ne è il programma TM Ambassador, una delle principali iniziative ideate per le persone della società. Si tratta di un corso formativo pensato per i nuovi assunti di Trentino Marketing - esteso poi a tutti i dipendenti - costruito insieme a loro per condividere la conoscenza del territorio valorizzando le sue peculiarità storiche, culturali, economiche ed enogastronomiche.

Il percorso - curato in collaborazione con l'Unità Economia del turismo e Marketing territoriale di

Tsm - Trentino School of Management - prevede una serie di attività e approfondimenti e tocca sei tematiche fondamentali: history, culture, food and wine, discovery, future, well being. La formazione parte dalle radici storiche della regione, dal medioevo ai nostri giorni, e quelle culturali-paesaggistiche; passa per un'analisi delle eccellenze enogastronomiche del territorio e del suo sistema turistico, fino ad affrontare le sfide che attendono il turismo del futuro. Allo stesso tempo, TM Ambassador promuove il nuovo, imprescindibile, binomio dell'equilibrio vita-lavoro e prevede un percorso di consapevolezza e uno di *self coaching* per favorire il benessere individuale dei propri dipendenti.



4.4. La governance

Per Trentino Marketing la gestione della governance costituisce un tassello fondamentale della strategia di sostenibilità, orientata al dialogo con gli stakeholder.

Una struttura di governance chiara, efficiente e radicata in ogni sua parte - fondata sui valori di trasparenza, integrazione e dialogo tanto all'esterno quanto al suo interno - è una priorità per una realtà come Trentino Marketing che assume la funzione di aggregatore di tutte le realtà locali che le gravitano attorno.

Il modello di governance rappresenta infatti uno strumento chiave per potenziare i rapporti con i fornitori, gli operatori del turismo e tutte le realtà del comparto, e per dialogare con il territorio.

La creazione della Task Force Sustainability

Istituita nel 2022, la Task Force Sustainability nasce per rispondere all'esigenza di strutturare un gruppo di lavoro e dei momenti dedicati, contestualmente al percorso di definizione della strategia di sostenibilità.

L'obiettivo della Task Force, costituita da un rappresentante per ciascun ufficio, è portare l'attenzione dei dipendenti sul tema e sensibilizzarli affinché diventi parte integrante delle modalità di lavoro, della comunicazione verso l'interno e verso l'esterno.

La Task Force costituisce, inoltre, un incubatore di nuove idee e nuove esigenze che tengono conto della dimensione sostenibile al fine di diffondere la cultura della sostenibilità e anche di introdurre pratiche aziendali non ancora adottate.



La gestione sostenibile degli eventi

Certificazione ISO 20121:2012 del Festival dell'Economia di Trento anno 2023

Trentino Marketing organizza, insieme al Gruppo 24ORE e in collaborazione con il Comune di Trento e l'Università di Trento, il Festival dell'Economia di Trento. Un forum che tocca le tematiche più attuali e cruciali dell'economia, della politica, della cultura e dei temi sociali. L'edizione del 2023 è stata caratterizzata da un ricco palinsesto con oltre 260 incontri, eventi, talk e keynote speech che hanno visto la partecipazione di opinion leader di rilevanza nazionale ed internazionale e personalità di spicco tra cui premi Nobel, ricercatori, rappresentanti della società civile e delle istituzioni,

economisti, imprenditori, manager e membri delle più importanti realtà accademiche in Italia e nel mondo.

Il Festival dell'Economia ha una grande valenza per la città di Trento e il territorio circostante, sia a livello turistico che nel posizionamento della città, e promuove il brand Trentino.

Poiché la sostenibilità è il principio cardine su cui basare le attività di Trentino Marketing, si è deciso di misurare e ridurre gli impatti economici, sociali e ambientali del Festival dell'Economia. È stata adottata formalmente la Politica di Sviluppo Sostenibile che definisce gli obiettivi e che include gli impegni specifici di Trentino Marketing in relazione ai Principi di sviluppo sostenibile.

Grazie alle politiche attivate, dunque, Trentino Marketing ha ottenuto la certificazione 20121:2012 per la gestione sostenibile del Festival dell'Economia 2023 in qualità di procuratore speciale di Trentino Sviluppo.

POLITICA ECONOMICA

- Sviluppo efficace ed efficienza dei processi
- Gestione sostenibile dei fornitori
- Creazione di valore condiviso

POLITICA AMBIENTALE

- Gestione della mobilità
- Consumi energetici
- Gestione dei rifiuti
- Produzione allestimenti



POLITICA SOCIALE

- Sviluppo della cultura
- Inclusione del territorio
- Garanzia di integrità
- Tutela dei lavoratori

Una filiera sostenibile e il rapporto con le comunità locali

Trentino Marketing è l'epicentro di un sistema esteso e multilivello che coinvolge imprese, associazioni e istituzioni. All'interno del continuo rapporto di interazioni con queste realtà, Trentino Marketing è consapevole che un percorso di sviluppo sostenibile deve interessare la natura di questi rapporti - con amministratori locali ed enti istituzionali, oltre ad associazioni di categoria nonché ad attori che favoriscono l'economia - e guidare le relazioni e la scelta di stakeholder e fornitori secondo standard di etica, trasparenza e qualità.

Trentino Marketing segue il principio della rotazione e confronto concorrenziale e chiede ai fornitori di prendere visione del Codice etico.

L'attenzione alla catena di fornitura si declina, inoltre, nella definizione di una procedura di approvvigionamento e nella scelta dei fornitori anche in base alla loro provenienza territoriale. Per la fornitura di servizi e consulenze, infatti, Trentino Marketing si

La provenienza dei fornitori

Per quanto riguarda la totalità dei servizi e prodotti che Trentino Marketing acquista, la maggioranza dei fornitori per l'anno 2022 è stata di provenienza regionale (il 67%). Se si considera il valore degli ordini, invece, il 41% ha riguardato le forniture dal Trentino, il 54% dalle altre regioni italiane e il 5% da altri paesi europei.

affida a soggetti che per il 95% dei casi provengono dal Trentino.

Il dialogo costante con le APT

La riforma dell'Organizzazione turistica (Lp 8/2020) ha segnato l'inizio di un percorso mirato a definire ruoli e responsabilità precise di tutte le componenti della filiera del turismo trentino per garantire una



visione sinergica e integrata che coinvolga in maniera omogenea tutti i settori e i territori. In questo quadro, le Aziende per il Turismo (APT) rappresentano l'elemento nevralgico per garantire uniformità di indirizzo nella connessione dal centro agli specifici territori.

Trentino Marketing ha avviato due progetti con le APT con l'obiettivo di consolidare le sinergie con degli attori chiave del territorio:

- **istituzione del Tavolo del Turismo Sostenibile con i direttori delle APT**, per promuovere la sensibilizzazione sul tema della sostenibilità. L'obiettivo è quello di costruire insieme progetti che declinino la tematica nelle sue tre dimensioni - ambientale, economica e sociale - in tutto il territorio;
- **svolgimento di un'indagine rivolta alle APT**, sottoponendo un questionario volto a rilevare le azioni e le progettualità attivate sulla sostenibilità per poi creare un modello di gestione integrata che valorizzi e diffonda le best practice già in atto.

Attraverso questi due progetti Trentino Marketing intende stimolare i diversi attori sociali e favorire la transizione ecologica, creando valore condiviso.



