

## **Il Garda Trentino e l'impatto economico del turismo: risultati e prospettive**

*La quarta edizione di Garda Tourism Factory ha acceso i riflettori sul valore aggiunto del turismo al territorio: nel 2023, la spesa complessiva degli ospiti nel Garda Trentino è stata pari a 543,4 milioni di euro, per una produzione totale di 673 milioni di euro tra effetti diretti, indiretti e indotti*

Il **Garda Trentino** si conferma una destinazione di riferimento per il **turismo**, sia per il suo valore economico che per il contributo alla crescita del territorio. Questo il focus della quarta edizione di **Garda Tourism Factory**, l'annuale appuntamento dedicato al turismo del Garda Trentino che si è svolto ieri, **mercoledì 11 dicembre**, presso il **Palacongressi di Riva del Garda**.

La serata ha visto la partecipazione, tra gli altri, del Presidente di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A. **Silvio Rigatti**, del Direttore di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A. **Oskar Schwazer**, dei Professori Ordinari del Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento **Roberto Gabriele** e **Umberto Martini**, della responsabile **Maddalena Pellizzari** e del referente **Michele Oriente** dell'Unità Economia del Turismo e Marketing Territoriale di TSM-Trentino School of Management, del Consigliere del CdA con delega NextGEN **Mattia Detoni**, di Sindaci e Assessori del territorio e Presidenti di categoria.

Negli ultimi anni **Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A.** ha intrapreso un chiaro percorso di evoluzione, segnato da tappe fondamentali. Nel 2021 è stato presentato il posizionamento "**Stay Young**", nel 2022 il focus sul **turismo in trasformazione**, mentre nel 2023 è iniziata la transizione verso "**APT 3.0**", mantenendo sempre ben saldo il principio di equilibrio tra qualità di vita dei residenti, rispetto per la natura e attrattività turistica.

*"Nel 2020 abbiamo avviato un processo partecipato volto a identificare il nostro ospite ideale e a rafforzare la governance territoriale, con l'obiettivo di migliorare la qualità del turismo e il suo impatto sulle comunità locali", ha dichiarato il Presidente di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A. **Silvio Rigatti**. "Il sentiment positivo dei nostri ospiti, con un tasso di soddisfazione vicino al 90%, conferma la giusta direzione intrapresa, ma siamo consapevoli che c'è ancora tanto da fare per migliorare effettivamente la qualità della vita dei nostri residenti: questo è l'impegno che ci siamo dati, stimolando e supportando le Amministrazioni Comunali in progettualità in grado di creare valore sociale."*

Il tema di quest'anno, "**Perché Turismo**", si è proposto perciò come cornice ideale per presentare i risultati preliminari di una **ricerca innovativa** realizzata per indagare l'effettivo **valore aggiunto del turismo sul territorio**. Tale studio, condotto dal **Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento** e dall'**Unità Economia del Turismo e Marketing Territoriale di TSM-Trentino School of Management**, ha analizzato non solo gli impatti economici, ma anche quelli occupazionali e sociali, offrendo una prospettiva innovativa sul ruolo del turismo nell'economia locale.

I dati preliminari hanno evidenziato un sistema turistico dinamico e in crescita: nel 2023 il volume economico diretto è stato pari a **543,4 milioni di euro**, generando una produzione totale di **673 milioni di euro**, grazie agli effetti diretti, indiretti e indotti. *"Per stimare l'impatto, abbiamo analizzato i dati sulle presenze turistiche e i settori economici del territorio, utilizzando una*

metodologia basata su tabelle input-output 'localizzate' su scala territoriale. Questo approccio consente di valutare non solo l'effetto diretto della spesa turistica, ma anche gli effetti indiretti e indotti. Ad esempio, oltre a stimare la produzione generata dalla spesa di un turista in un ristorante, abbiamo considerato quella legata agli acquisti del ristorante per i prodotti offerti, così come l'impatto delle spese aggiuntive rese possibili dai redditi maggiorati del ristorante e dei suoi fornitori. Grazie a questo metodo, che tiene conto delle interconnessioni economiche tra i settori produttivi, abbiamo analizzato il periodo 2018-2023. I risultati preliminari costituiscono una base utile per futuri approfondimenti, che permetteranno di affinare ulteriormente le stime", ha spiegato il Professore Ordinario del Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento **Roberto Gabriele**.

"Abbiamo calcolato che il comparto alberghiero ha registrato un aumento del volume economico generato del 12,59% rispetto al 2022, quello extralberghiero del 3,42% mentre i campeggi dello 0,21%", ha sottolineato il referente **Michele Oriente** dell'Unità Economia del Turismo e Marketing territoriale di TSM-Trentino School of Management. "Abbiamo poi sommato anche le voci dirette legate al turismo, determinando che il 64% della ricchezza generata viene spesa per l'alloggio e la ristorazione, il 17% per generi alimentari e bevande, il 6% per i trasporti e il 13% per beni vari, quali esperienze e outdoor."

La ricerca ha evidenziato inoltre che il moltiplicatore della produzione, pari a **1,24**, ha dimostrato come ogni euro speso dai visitatori generi un valore aggiuntivo per il territorio e che, oltre al valore economico, il turismo si conferma come leva fondamentale anche per il **mercato del lavoro**, con più di **5.700 unità lavorative** attivate nel 2023.

"Il turismo è una forma di incontro tra ospiti e comunità, da cui nascono relazioni e dialoghi. E questo, come in ogni incontro, richiede responsabilità e reciprocità: da un lato, l'ospite arriva con aspettative e desideri, dall'altro, la comunità accogliente vive e opera quotidianamente sul territorio. Il turismo deve perciò continuare a fare del bene alla comunità ospitante, ponendosi al suo servizio per generare valore", ha dichiarato **Maddalena Pellizzari**, responsabile dell'Unità Economia del Turismo e Marketing territoriale di TSM-Trentino School of Management. "Per questo motivo, nel 2025, l'ampliamento della ricerca includerà anche l'impatto sociale, con un focus sul rapporto tra i visitatori e le comunità locali."

"Equilibrio" rappresenta quindi una parola chiave per il turismo in ottica futura, come sottolineato anche dal Professore Ordinario del Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento **Umberto Martini**: "L'impatto del turismo è un tema quanto mai attuale, che esso sia economico, sociale o ambientale. Parlarne è essenziale, perché il turismo, oltre a creare opportunità economiche e sociali, può comportare rischi significativi se non gestito in modo equilibrato. Grazie ad una corretta strategia di marketing territoriale si possono produrre effetti rilevanti ma anche diffusi e stabili: senza equilibrio, non c'è sviluppo e non c'è futuro."

Le riflessioni finali si sono quindi concentrate proprio sul futuro della destinazione: dal **progetto Garda Trentino NextGen**, nato per coinvolgere le nuove generazioni di imprenditori e giovani lavoratori del comparto turistico nel processo di sviluppo e innovazione del Garda Trentino, alla **certificazione GSTC** (Global Sustainable Tourism Council) prevista per il 2025, fino a



regolamentare la questione degli **alloggi turistici**, per trovare un equilibrio che permetta di gestire l'impatto del turismo in modo sostenibile.

“Quali saranno quindi i cambiamenti nei prossimi dieci anni?” La risposta è di **Oskar Schwazer**, Direttore di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A.: *“Ritengo che sia ancora più importante domandarsi cosa non cambierà nei prossimi dieci anni. Nel turismo e nei servizi correlati, come ristorazione e ospitalità, ci sono elementi che i nostri ospiti continueranno a richiedere e ad apprezzare: qualità del servizio, affidabilità, trasparenza nei processi di prenotazione e autenticità delle esperienze. Pertanto, il nostro compito non è tentare di prevedere l'incerto, ma investire energie e risorse su ciò che sappiamo essere stabile: sarà questa la chiave per garantire il successo della nostra destinazione.”*

*Riva del Garda (TN), 12 dicembre 2024*

**PER INFORMAZIONI**

**Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A.**

Largo Medaglie d'Oro al Valore Militare, 5 – 38066 Riva del Garda (TN)

**DIRETTORE** Oskar Schwazer

+39 0464 554 444 - [info@gardatrentino.it](mailto:info@gardatrentino.it)

**CORPORATE COMMUNICATION** Daniele Tonelli

Tel: +39 0464 025 427 - M: +39 348 863 2378 - [daniele.tonelli@gardatrentino.it](mailto:daniele.tonelli@gardatrentino.it)

**UFFICIO STAMPA GARDA DOLOMITI S.P.A.** Vitesse

+39 0461 186 3053 - [gardatrentino@vitesseonline.it](mailto:gardatrentino@vitesseonline.it) - [www.vitesseonline.it](http://www.vitesseonline.it)

Follow us:   [gardatrentino](https://www.facebook.com/gardatrentino) [#gardatrentino](https://www.instagram.com/gardatrentino)

**[partner.gardatrentino.it](http://partner.gardatrentino.it)**