

Garda Tourism Factory: il turismo tra valore economico e benessere sociale nel Garda Trentino

Nella quinta edizione dell'appuntamento "Perché Turismo" sono stati presentati i risultati della ricerca sull'impatto sociale del turismo, tra cui soddisfazione dei residenti, ruolo dei visitatori e impatto sul territorio

Il **turismo** nel **Garda Trentino** continua a rappresentare un motore decisivo di sviluppo per il territorio, ma la vera sfida dei prossimi anni sarà quella di bilanciare **valore economico e qualità della vita** dei residenti. È quanto emerso dalla **quinta edizione di Garda Tourism Factory**, l'appuntamento annuale di dialogo e confronto promosso da **Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A.**, svoltosi **ieri, giovedì 11 dicembre**, al **Palazzo dei Congressi di Riva del Garda**.

All'incontro hanno partecipato, tra gli altri: l'Assessore al Turismo della Provincia Autonoma di Trento **Roberto Failoni**, il Sindaco di Riva del Garda **Alessio Zanoni**, la Sindaca di Arco **Arianna Fiorio**, il Sindaco di Nago-Torbole **Gianni Morandi**, il Sindaco di Tenno e Presidente della Comunità di Valle **Giuliano Marocchi**, il Presidente di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A. **Silvio Rigatti**, il Direttore di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A. **Oskar Schwazer**, i docenti del Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento, il Professore ordinario **Umberto Martini** e la Professoressa associata **Oksana Tokarchuk**, e dell'Unità Economia del Turismo e Marketing Territoriale di TSM - Trentino School of Management, rappresentata da **Lucio Brigadue** e **Maddalena Pellizzari**.

Dopo aver fotografato il valore economico generato nel 2023 dalla spesa degli **ospiti**, pari a **673 milioni di euro** e **5.700 unità lavorative attivate**, l'edizione 2025 ha rivolto la propria attenzione su come turismo e benessere sociale riescano a convivere nel Garda Trentino.

"Il coraggio dell'APT Garda Dolomiti è un esempio per tutti: proprio quando i numeri sono positivi bisogna avere la forza di introdurre cambiamenti, laddove serve. I dati presentati ci ricordano quante opportunità il turismo porta con sé, insieme alle criticità su cui dobbiamo lavorare, a partire da mobilità e parcheggi. Allo stesso tempo sarà decisivo affrontare il tema delle seconde case e degli affitti brevi" ha dichiarato **Roberto Failoni**, Assessore al Turismo della Provincia Autonoma di Trento.

Una ricerca "da manuale" sulla soddisfazione dei residenti

L'indagine **"Perché Turismo"**, coordinata da Università di Trento e TSM, si è articolata in due strumenti complementari: un **questionario generale**, con 30 domande rivolte a misurare benefici e svantaggi del turismo su un campione di 300 persone, e cinque edizioni del **questionario "barometro"**, che hanno raccolto complessivamente **2.400 risposte** in diversi momenti dell'anno per monitorare gli umori dei residenti durante la stagione.

Il campione restituisce l'immagine di una comunità radicata, composta in larga parte da persone in età lavorativa che vivono nel territorio da molti anni e che percepiscono con chiarezza come il

turismo generi lavoro e opportunità economiche, anche a beneficio di migliori infrastrutture, conservazione del patrimonio e nuove opportunità per frequentatori e residenti.

*“In questi anni abbiamo trasformato visioni individuali in un vero sistema turistico del Garda Trentino, nel quale oltre mille aziende contribuiscono a costruirlo,” ha affermato **Silvio Rigatti**, Presidente di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A. “L’obiettivo è chiaro: lavorare per una qualità che faccia stare bene prima di tutto chi vive il territorio, perché solo così può stare bene anche l’ospite. La certificazione GSTC e il coinvolgimento attivo degli operatori vanno in questa direzione, così come il tavolo di lavoro sugli appartamenti turistici, con un documento presentato alla PAT che propone metodo e strumenti utili ai Comuni per gestire con equilibrio questa forma di ospitalità, tutelando il valore del turismo per i residenti.”*

Nel complesso, la **soddisfazione generale** dei residenti raggiunge un **valore medio di 5,85** su una scala in cui i benefici superano gli svantaggi. Tuttavia, durante la stagione turistica estiva la soddisfazione scende a 4,90, mentre il livello di disagio percepito cresce fino a 6,84.

Soddisfazione alta, ma in estate pesano mobilità e servizi

Nel complesso, la **soddisfazione generale** dei residenti raggiunge un **valore medio di 5,85** su una scala in cui i benefici superano gli svantaggi. Tuttavia, durante la stagione turistica estiva la soddisfazione scende a 4,90, mentre il livello di disagio percepito cresce fino a 6,84.

Le principali criticità dei periodi di alta stagione riguardano soprattutto **mobilità, parcheggi, accesso ai servizi, costo della vita e caro casa**, con un impatto percepito in termini di affollamento, rumore e sovraccarico dei servizi locali.

L’innovazione metodologica della ricerca sta nell’aver incrociato le risposte dei residenti con i flussi rilevati dalla telefonia mobile, distinguendo tra quanti soggiornano, visitatori giornalieri, residenti e pendolari, e calcolando indicatori di pressione turistica per ogni comune. Questo ha permesso di capire, settimana per settimana, come la soddisfazione dei residenti cambi al variare della presenza di ospiti e visitatori.

Dall’analisi risulta che **gli ospiti che pernottano** in media non riducono la soddisfazione

L’impatto diverso di ospiti e visitatori

Dall’analisi risulta che **gli ospiti che pernottano** in media non riducono la soddisfazione dei residenti, anzi diventano un fattore positivo per chi ha un reddito legato al turismo.

Diverso il discorso per i **visitatori giornalieri**: i dati indicano che sono proprio i movimenti di breve durata dei visitatori, soprattutto quelli che si spostano in auto, a incidere maggiormente sull’incremento del disagio percepito nella stagione estiva, in particolare nei comuni che si affacciano sul lago.

Si tratta di un risultato definito dagli stessi ricercatori "da manuale", perché la distinzione tra impatto positivo degli ospiti e impatto più critico dei visitatori si conferma anche introducendo numerose variabili di controllo.

"Il turismo porta sempre con sé grande energia di trasformazione: non è mai neutro e non lascia un territorio uguale a com'era prima. Per questo è importante evitare semplificazioni, tenere insieme i bisogni di turisti, visitatori e residenti, condividendo le responsabilità tra tutti gli attori, a partire dalle DMO che oggi non possono più limitarsi alla promozione. I grandi temi legati alla vivibilità quotidiana richiedono una gestione equilibrata di benefici e disagi. È comunque sempre preferibile dover gestire una situazione di successo che affrontare una situazione di crisi," ha dichiarato **Umberto Martini**, Professore ordinario del Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento.

Turismo come "impresa collettiva" e sfida di governance

I risultati presentati a Garda Tourism Factory confermano dunque un quadro complessivo in cui i **benefici economici del turismo** generano soddisfazione ma non bastano a compensare le criticità dei periodi di massima affluenza.

Da qui il richiamo alla necessità di considerare il turismo come una vera e propria **impresa collettiva del territorio**, in cui istituzioni, comunità locali, operatori economici e sistemi di mobilità sono chiamati a lavorare insieme per gestire una destinazione di successo, mantenendo al centro l'equilibrio tra sviluppo economico, sostenibilità ambientale e qualità della vita dei residenti.

In questo quadro, Garda Dolomiti conferma il proprio ruolo come DMO che non si occupa solo di promozione, ma sempre più di **gestione integrata della destinazione**, dialogando con i Comuni su temi come mobilità, housing turistico, distribuzione dei flussi e tutela dei residenti, anche alla luce delle opportunità offerte dalla normativa provinciale e dagli investimenti attivati in questi anni.

Garda Trentino NextGEN e GSTC: giovani, imprese e sostenibilità

La serata si è conclusa con uno sguardo rivolto al futuro. Il Consigliere del CdA con delega Garda Trentino NextGEN, **Mattia Detoni**, ha presentato il lavoro realizzato con le nuove generazioni di imprenditori e lavoratori del turismo. È un percorso che ha permesso di raccogliere idee e progetti, molti dei quali legati alla mobilità sostenibile, alla vivibilità quotidiana del territorio e alla salvaguardia del Garda Trentino come luogo in cui sia bello vivere prima che soggiornare.

Nell'occasione, sono state anche comunicate le nuove strutture del Garda Trentino che hanno ottenuto la **certificazione di sostenibilità ambientale, sociale, culturale ed economica GSTC (Global Sustainable Tourism Council)**: **Hotel Baia Azzurra, Albergo Camping Casa Vecchia, Hotel Mirage, Villa Nicolli Romantic Resort, Garda Sporting Club, Hotel Villa Franca e Camping Maroadi**. Con questi nuovi ingressi, il numero delle strutture certificate nel Garda Trentino sale a venti, confermando l'impegno concreto della destinazione verso un turismo sempre più sostenibile e responsabile.

*“È sempre difficile prevedere il futuro, ma sarebbe illusorio pensare di continuare a crescere con la stessa leggerezza di oggi. Notiamo come il comportamento degli ospiti stia evolvendo, con una maggiore attenzione alla spesa giornaliera. A questo si aggiunge la dinamica demografica: in Italia e in molti Paesi europei la popolazione residente è destinata a diminuire, con effetti sulla produttività e anche sul potenziale turistico. Proprio per questo, in un periodo di successo come quello che stiamo vivendo, è importante avere il coraggio di prendere decisioni giuste e condivise,” ha concluso **Oskar Schwazer**, Direttore di Garda Dolomiti Azienda per il Turismo S.p.A.*

Riva del Garda (TN), 12 dicembre 2025

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

CORPORATE COMMUNICATION Daniele Tonelli
Tel: +39 0464 025 427 - M: +39 348 863 2378 - daniele.tonelli@gardatrentino.it

UFFICIO STAMPA GARDÀ DOLOMITI S.P.A. Vitesse
+39 0461 186 3053 - gardatrentino@vitesseonline.it - www.vitesseonline.it

Follow us:   [gardatrentino](#) [#gardatrentino](#)

partner.gardatrentino.it