



TRENTINO

# Garda Trentino verso la Certificazione GSTC

FOLLOW UP INCONTRO  
PARTECIPATIVO 19 GIUGNO 2024

**4 Tavoli tematici**  
**3 Turni di lavoro**  
**39 Partecipanti**

Con la partecipazione di operatori,  
rappresentanti degli enti pubblici e  
delle associazioni attive sul territorio

## CONOSCERE PER GESTIRE

Le criticità legate al turismo  
nel Garda Trentino  
(analisi dei rischi)

## DESTINATION SOCIAL RESPONSABILITY

Come il turismo può  
supportare la comunità  
locale e l'ambiente

## CRISI CLIMATICA

Una sfida tra  
adattamento e nuove  
opportunità

## IL MARKETING PER IL TURISMO SOSTENIBILE

Ispirare scelte  
responsabili

# CONOSCERE PER GESTIRE

## criticità legate al turismo nel Garda Trentino

### CRITICITÀ EMERSA

**Pressione turistica** che impatta:

- Qualità di vita dei residenti
- Qualità della vacanza offerta ai turisti

#### Manifestazioni della Pressione

- Scarsità di alloggi per residenti
- Aumento dei prezzi di beni e servizi
- Problemi di depurazione delle acque
- Dispersione dei rifiuti
- Saturazione della mobilità

#### Azioni Suggeste

1. Intervenire nella normativa per gli affitti brevi e rafforzare i controlli
2. Disperdere i flussi turistici nel territorio e nel tempo (destagionalizzazione)
3. Migliorare il sistema di depurazione delle acque
4. Sviluppare l'intermodalità per decongestionare il traffico

#### Criticità nel Turismo

Necessità di favorire la professionalizzazione degli operatori estendendo l'Academy anche a chi non è titolare



# DESTINATION SOCIAL RESPONSIBILITY

## iniziative attraverso cui il turismo può supportare la comunità locale e l'ambiente

Importanza in fase di **design** delle proposte di:

- Allineamento con le esigenze territoriali
- Allineamento con il posizionamento della destinazione

### Proposte Apprezzate

- Jobs4All per l'inclusione sociale nella filiera
- Sponsorship/Crowdfunding per progetti culturali

### Ambientale

- Dare priorità alla mitigazione degli impatti



# CRISI CLIMATICA

## una sfida tra adattamento e nuove opportunità

Tra gli **effetti** più discussi:

- Precipitazioni estreme
- L'aumento delle temperature
- Calo delle precipitazioni nevose
- Siccità

Principali **misure di adattamento**

- L'aumento della percentuale di terreni permeabili
- Il recupero di muretti a secco
- Recupero degli alvei
- Rafforzamento della formazione sulla sicurezza nel territorio
- Allungamento della stagionalità (che va gestito)
- Investimenti in turismo slow



# Il marketing per il turismo sostenibile: ispirare scelte responsabili

Il tavolo ha riportato un generale **apprezzamento** per le campagne discusse evidenziando delle opportunità di **miglioramento**:

- Maggiore diffusione territoriale delle iniziative
- Necessità di promuovere ulteriormente le azioni presso gli ospiti
- Rispetto alla campagna Bus&Go si auspica anche un'estensione a livello temporale

Tra le richieste di **implementazioni per il futuro** si è determinata la necessità di creare materiale informativo per la responsabilizzazione degli ospiti in tutte le strutture ricettive.



## DESTINAZIONE

**4 APRILE**

KICK OFF

**GIUGNO**

1° INCONTRO  
PARTECIPATIVO

**OTTOBRE**

2° INCONTRO PARTECIPATIVO

**2025**

AUDIT DI DESTINAZIONE

**MAGGIO**

PRE ASSESSMENT

**LUGLIO**

FORMAZIONE E INIZIO  
RACCOLTA EVIDENZE

**DICEMBRE**

INTEGRAZIONE DEL PIANO  
DOSSIER DI CERTIFICAZIONE



Grazie