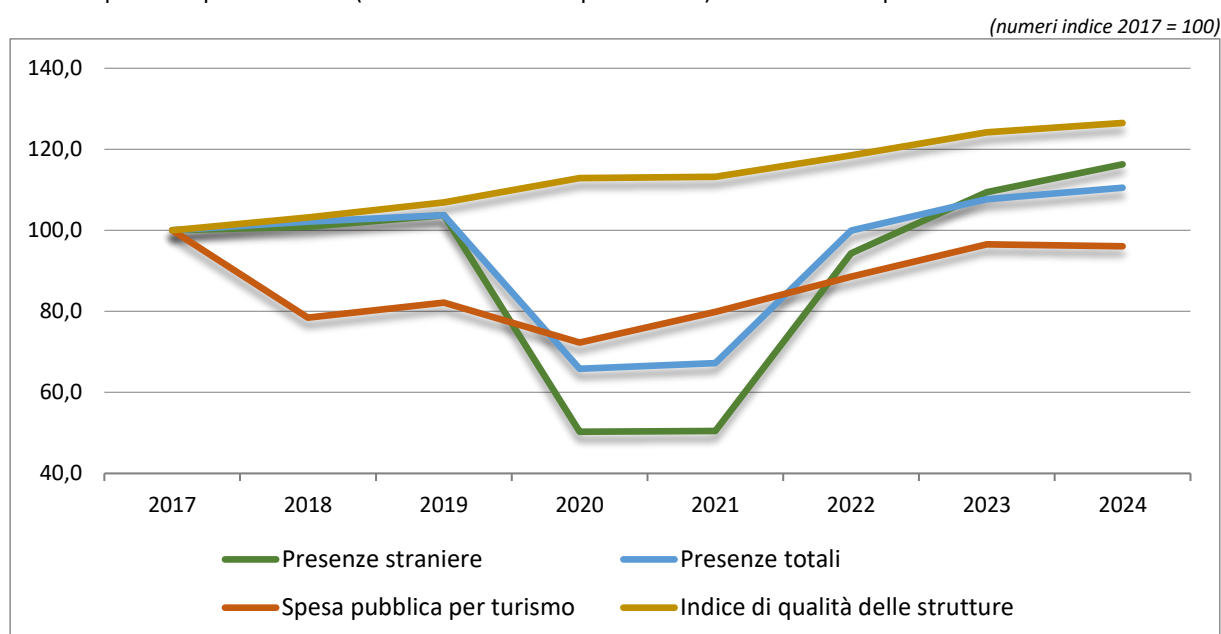


La dimensione economica privata e pubblica del turismo attraverso una lettura integrata tra i dati statistici e i dati amministrativi di fonte Conti Pubblici Territoriali

Il periodo 2017-2024 per il Trentino ritrae un settore turistico caratterizzato da dinamiche evolutive ben distinte. La prima parte del periodo, fino al 2019, evidenzia una lieve crescita delle presenze totali e straniere, in linea con il costante miglioramento della qualità delle strutture ricettive. Il biennio 2020-2021 ha rappresentato il momento più critico, con un crollo verticale delle presenze, specialmente quelle straniere, a causa della pandemia. In risposta a questa crisi, la spesa pubblica per il turismo è aumentata in modo massiccio a testimonianza di un forte impegno per sostenere il settore. Gli anni 2022-2024 mostrano una ripresa eccezionale con le presenze italiane e straniere che hanno superato i livelli pre-pandemici. Il risultato è un settore che, nel 2024, è tornato a funzionare a pieno regime, con flussi maggiori rispetto al 2017 e con un'offerta qualitativamente migliore, grazie anche ad investimenti pubblici mirati.

Fig. 1 – Sintesi dinamica del movimento turistico, della qualità dell'offerta ricettiva alberghiera e della spesa pubblica per il turismo (valori deflazionati a prezzi 2017) in Trentino nel periodo 2017-2024



Fonte: Istat, Movimento nelle strutture ricettive e Capacità degli esercizi ricettivi; Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

L'Istituto di Statistica della provincia di Trento (ISPAT) presenta un'analisi integrata della dimensione fisica ed economica del settore turistico in Trentino valorizzando il duplice ruolo che l'Istituto incorpora sia come Ufficio di statistica territoriale, sia come soggetto che partecipa in qualità di Nucleo regionale¹ al progetto Conti Pubblici Territoriali (CPT). Si tratta di un progetto ricompreso tra i lavori del Sistema statistico nazionale (SISTAN), in capo al Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud della Presidenza del Consiglio dei Ministri, che da 30 anni costruisce quadri finanziari consolidati della spesa pubblica a livello regionale.

Il report presenta preliminarmente l'inquadramento della dimensione economica del turismo in Trentino al fine di descrivere il contributo del settore alla generazione del Prodotto interno lordo (PIL) provinciale. Successivamente l'attenzione è indirizzata verso gli aspetti che caratterizzano la *governance* pubblica del panorama turistico finalizzata a descrivere il ruolo degli attori a livello locale nel supporto e promozione del territorio. L'ultima parte del report è dedicata agli aspetti finanziari e alla quantificazione della spesa sostenuta dal Sistema Pubblico Allargato (SPA) per supportare l'offerta turistica e migliorare l'attrattività del Trentino nel mondo.

La dimensione economica del turismo trentino

Il turismo rappresenta per il Trentino un pilastro macroeconomico strategico, la cui importanza trascende la *performance* dei soli settori "caratteristici" (come l'alberghiero e la ristorazione). La spesa turistica genera valore aggiunto diretto, ma il suo impatto si misura anche attraverso l'effetto moltiplicatore (indiretto e indotto). La domanda turistica, infatti, attiva catene di fornitura intersettoriali:

- stimola il settore primario (agroalimentare) attraverso la richiesta di prodotti a filiera corta nella ristorazione;
- alimenta il settore delle costruzioni (edilizia) tramite la costante necessità di investimenti fissi lordi per l'ammodernamento delle strutture ricettive e degli impianti;
- sostiene il commercio al dettaglio e i servizi alla persona.

Dal punto di vista del mercato del lavoro, i comparti *tourism-intensive* assorbono una quota rilevante dell'occupazione totale provinciale. Sebbene soggetta a fluttuazioni stagionali, questa occupazione è fondamentale per la tenuta socio-economica delle aree montane e delle valli, dove spesso rappresenta la principale fonte di reddito.

Da una prospettiva macroeconomica, il turismo internazionale agisce inoltre come un'esportazione di servizi². I flussi di valuta estera generati dai visitatori (tedeschi, olandesi, polacchi, ecc.) contribuiscono in modo netto e positivo alla bilancia dei pagamenti del sistema economico locale.

Nell'ambito delle diverse destinazioni turistiche, il Trentino si presenta certamente come una delle realtà del turismo di montagna denotata dal maggior grado di attrattività, riuscendo a mantenere sostanzialmente inalterato il suo fascino nonostante la domanda turistica sia profondamente cambiata nel corso degli ultimi 15 anni per effetto della ricerca di esperienze personalizzate e autentiche. Inoltre

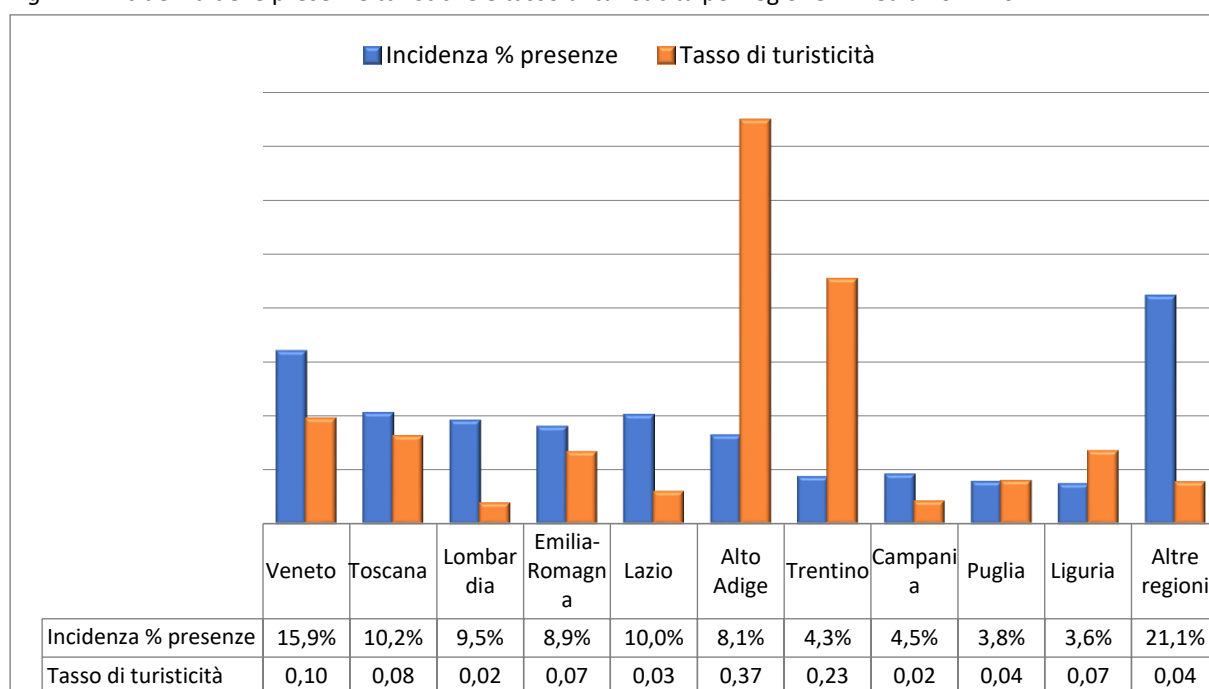
¹ Il modello organizzativo del Sistema CPT si fonda su una struttura a rete con un'Unità Tecnica Centrale e 21 Nuclei regionali costituiti presso ciascuna Regione e Provincia autonoma.

² Tecnicamente, un "consumo di residenti all'estero sul territorio nazionale".

il sistema turistico trentino, pur mostrando una notevole resilienza strutturale, opera in un contesto di mercato aperto ed è quindi altamente esposto a *shock* esogeni (eventi imprevedibili esterni al sistema economico, come pandemie o conflitti). Crisi sanitarie, tensioni geopolitiche e recessioni economiche incidono immediatamente sulla fiducia e sulla mobilità dei consumatori, traducendosi in una contrazione improvvisa e severa dei flussi e dei ricavi, molto più rapida rispetto ad altri comparti economici. In tal senso il periodo pandemico e le tensioni connesse al conflitto ucraino-russo hanno mostrato in modo molto chiaro la vulnerabilità strutturale del settore, alterando radicalmente i parametri fondamentali della domanda e dell’offerta.

I numeri del turismo trentino per l’anno 2024 parlano di quasi 20 milioni di presenze ospitate nelle sue circa 3.200 strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere. Si aggiungono poi oltre 2 milioni di presenze di turisti che scelgono di alloggiare in strutture prese in affitto³. Nel confronto regionale la consistenza dei soli flussi turistici alberghieri ed extralberghieri certificati colloca il Trentino in Italia al 7°-8° posto in termini assoluti⁴, ma al 2° posto in termini relativi, considerando cioè l’incidenza delle presenze nel mese di massima antropizzazione sulla popolazione residente.

Fig. 2 – Incidenza delle presenze turistiche e tasso di turisticità per regione – media 2022-2024



Fonte: Istat, Movimento nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere – Elaborazione ISPAT

³ Gli alloggi privati si aggiungono di fatto alle strutture extralberghiere, ma operano senza la SCIA (Segnalazione certificata di inizio attività). Hanno l’obbligo di richiedere ed esporre il CIN (codice identificativo nazionale) e di comunicare i dati sugli ospiti alla Pubblica Sicurezza e all’Istat. Si tratta in sostanza di locazioni turistiche che non forniscono all’ospite servizi “alla persona”, come la colazione o le pulizie giornaliere. In provincia di Trento gli alloggi ad uso turistico alimentano una base dati sistematica gestita dal Sistema Informativo del Turismo (DTU-Alloggi). Il dato sulle presenze qui riportato non considera le seconde case. Il movimento in alloggi ad uso turistico è stimato attraverso i dati sull’imposta di soggiorno e i dati acquisiti attraverso la piattaforma Istat Alloggi gestita da ISPAT.

⁴ Incidenza delle presenze turistiche rilevate in Trentino sul totale delle presenze turistiche rilevate in Italia.

Sebbene la quantificazione del “PIL turistico” sia metodologicamente complessa – data la sua natura di fenomeno di consumo trasversale – la sua funzione di motore della domanda aggregata provinciale è inequivocabile. Per superare le limitazioni metodologiche e stimare il reale contributo del turismo al PIL è indispensabile adottare metodologie specifiche, come il Conto Satellite del Turismo (CST). Questo approccio permette infatti di riaggregare i dati della contabilità nazionale, isolando la quota di valore aggiunto attivata, in tutti i settori economici, esclusivamente dalla spesa dei visitatori. Per l’Italia il CST stima che il “contenuto turistico” dei diversi settori sia mediamente pari a 206,4 miliardi di euro.⁵ In altri termini le attività connesse al turismo e le attività su cui la domanda turistica esercita i propri effetti in modo indiretto producono un valore aggiunto che per il 9,6% sono imputabili alla domanda di servizi turistici. A livello locale si sta lavorando per addivenire alla costruzione di un CST in grado di quantificare l’impatto economico del turismo sul PIL. Si tratta peraltro di un esercizio analitico di notevole complessità. La difficoltà principale non risiede nella scarsità dei dati, quanto nella natura stessa del turismo: esso non rappresenta un “settore” economico nel senso tradizionale del termine, così come definito dalle classificazioni statistiche standard (ad esempio, la classificazione ATECO in Italia o la NACE a livello europeo). A differenza dell’agricoltura o dell’industria manifatturiera, il turismo non è infatti un’attività di produzione omogenea, ma piuttosto un fenomeno di consumo trasversale. La spesa del visitatore, infatti, si distribuisce su un paniere eterogeneo di beni e servizi che appartengono a comparti economici distinti:

- Alloggio (hotel, B&B, affitti)
- Ristorazione (ristoranti, bar)
- Trasporti (impianti di risalita, taxi, trasporti locali)
- Commercio al dettaglio (acquisto di *souvenir*, abbigliamento sportivo)
- Attività culturali e ricreative (musei, parchi a tema, guide alpine).

La Contabilità Nazionale tradizionale misura il valore aggiunto generato dal lato dell’offerta (l’attività dell’hotel, il fatturato del ristorante), ma non è in grado di distinguere se l’acquirente finale di quel servizio sia un residente, un pendolare per lavoro o un turista. L’impatto economico del settore “Alloggio e Ristorazione”, ad esempio, è certamente a forte vocazione turistica, ma ne rappresenta solo una parte. Allo stesso tempo, una quota significativa del valore aggiunto del “Commercio” o dei “Trasporti” è direttamente generata dalla domanda turistica, ma è “nascosta” all’interno di aggregati più ampi.

A livello territoriale la complessità aumenta in quanto si opera in un’economia aperta e interconnessa come quella di una regione. Il CST regionale deve districarsi infatti in una rete di flussi economici interregionali (spesa, redditi, import/export tra regioni) molto più difficili da mappare e quantificare. Il problema fondamentale non è solo legato alla definizione di “turista”: in un contesto sub-nazionale i “non residenti” (i turisti) includono infatti sia lo straniero (ad esempio tedesco), sia l’italiano (ad esempio milanese). La difficoltà principale verte però nella capacità di quantificare anche i relativi flussi di spesa non esistendo “dogane regionali” in grado di tracciare statisticamente la spesa dei turisti italiani provenienti da altre regioni (il turismo interregionale) e la spesa dei trentini in altre regioni (turismo *outbound*). Le stime diventano così estremamente difficili e costose poiché richiedono indagini campionarie sulla spesa molto ampie e complesse.

⁵ Si veda Istat, “Conto Satellite del Turismo per l’Italia – Anno 2023”, 12 dicembre 2025.

Ciononostante, sono stati fatti sinora molteplici tentativi per approssimare la dimensione economica del turismo in Trentino, anche se solo con riferimento al turismo pernottante. Grazie a rilevazioni statistiche appositamente progettate per misurare la spesa dei turisti che pernottano in Trentino in una delle sue strutture ricettive, è possibile pervenire alla quantificazione del fatturato turistico generato da tale spesa. L'applicazione poi di questo vettore di domanda alla matrice intersettoriale dell'economia trentina consente di tradurre il dato di produzione in valore aggiunto e quindi in PIL. Per il 2024 il PIL attivato ammonta a 3 miliardi di euro, un valore che rappresenta poco più dell'11,4% del PIL complessivo provinciale. L'attivazione comprende l'impatto diretto, indiretto e anche l'impatto indotto sul territorio, ma non il peso economico della ricchezza generata dal turismo di passaggio. Si tratta quindi di un dato necessariamente parziale ma già estremamente indicativo che conferma il turismo come un pilastro fondamentale; nel contempo suggerisce anche che l'economia trentina rimane sufficientemente diversificata, dato che quasi il 90% del valore aggiunto proviene da altri settori non legati direttamente ai consumi dei flussi turistici pernottanti.

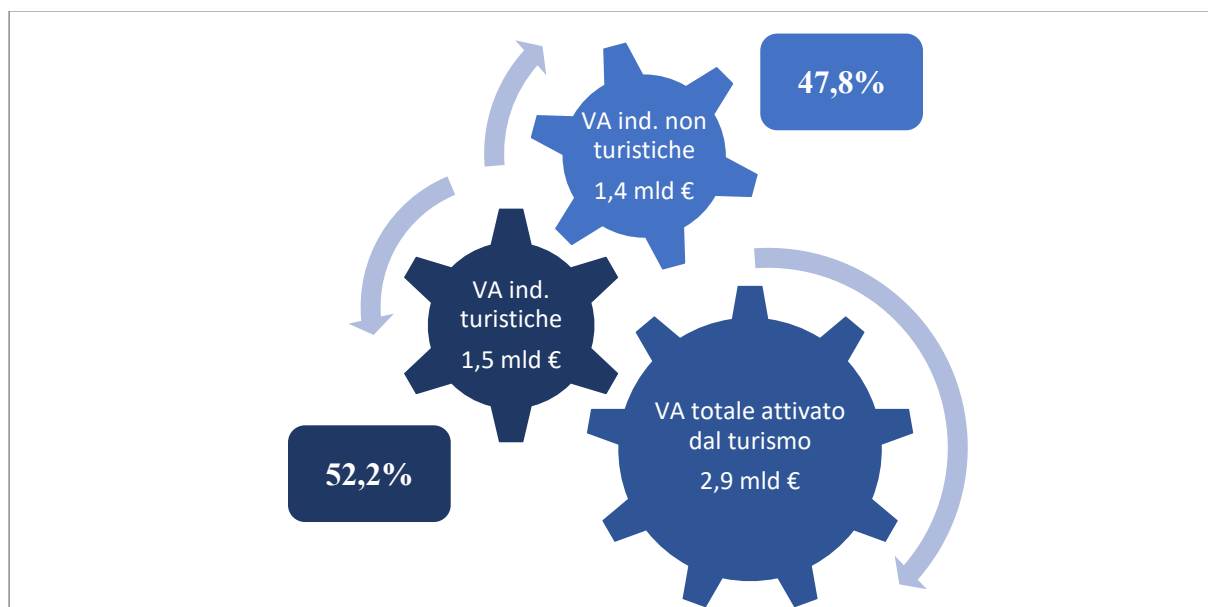
Fig. 3 – Impatto economico del turismo sull'economia provinciale trentina – stima 2024



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa dei turisti 2024 (dati provvisori) – Elaborazione ISPAT

Un altro aspetto interessante riflette il modo in cui si suddivide la “torta” del turismo: le “Industrie turistiche” (hotel, strutture extralberghiere, ristorazione, servizi ricreativi, impianti di risalita, ecc.) producono poco più della metà di questa ricchezza turistica generata (il 52,2%); le “Altre industrie” (settori tipicamente non turistici) generano l'altra metà (il 47,8%). Questo dato dimostra la forte trasversalità del settore. Il turista non spende solo in albergo, ma attiva una filiera lunga che tocca l'agricoltura, l'artigianato, l'edilizia (manutenzione strutture) e i servizi generali.

Fig. 4 – Contributo delle industrie “turistiche” e “non turistiche” alla creazione del valore aggiunto generato dal turismo in Trentino – stima 2024



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa dei turisti 2024 (dati provvisori) – Elaborazione ISPAT

All'interno delle industrie turistiche, i pesi sono invece molto diversi: i Servizi di alloggio e ristorazione ne rappresentano il motore principale, generando oltre il 39% di tutto il valore aggiunto turistico. Ciò riflette una dipendenza fortissima degli operatori dal turismo: il 62,6% circa del fatturato di questo settore dipende dai turisti pernottanti; il restante 37,4% è presumibilmente consumo dei residenti e dei turisti escursionisti⁶.

Una volta definito quantitativamente il peso economico del turismo sul PIL trentino, è opportuno comprendere il meccanismo attraverso cui questa ricchezza si genera e si propaga concretamente sul territorio. Il processo non è uniforme, ma è intrinsecamente legato al diverso grado di turisticità delle aree che compongono la provincia. Le zone ad alta turisticità, come le Dolomiti o i comprensori lacustri, agiscono da veri e propri centri di generazione primaria del valore aggiunto, concentrando la maggior parte della spesa diretta dei visitatori in pernottamenti, servizi di ristorazione e attività sportive. È qui che il valore aggiunto nei settori alberghiero e dei servizi risulta massimizzato. Tuttavia, il contributo al PIL complessivo non si ferma a questi punti focali. La ricchezza prodotta in questi centri si moltiplica grazie a un robusto effetto moltiplicatore: la spesa diretta in servizi ricettivi innesca una catena di effetti indiretti, alimentando le imprese fornitrici locali (dalle lavanderie ai produttori agroalimentari, dall'edilizia all'artigianato) e, successivamente, gli effetti indotti, tramite la spesa dei salari da parte dei lavoratori impiegati nell'intera filiera. Questo effetto moltiplicatore è particolarmente forte in Trentino grazie alla fitta rete di piccole e medie imprese locali che mantengono gran parte della catena del valore all'interno dei confini regionali, assicurando che la ricchezza prodotta dalla spesa turistica si diffonda capillarmente, anche nelle aree a minor turisticità.

⁶ Quando si fa riferimento ai settori economici l'aggregato di riferimento è il valore aggiunto e non il PIL, in quanto è il valore aggiunto che misura l'apporto specifico di ogni singolo settore economico. Il PIL è un aggregato macro che include infatti anche le imposte indirette al netto dei contributi alla produzione.

La consistenza dell'offerta ricettiva (numero di posti letto, qualità delle strutture, gamma di servizi annessi) rappresenta il capitale fisso e la capacità produttiva che il Trentino mette in campo per intercettare il flusso di spesa turistica. È la consistenza dell'offerta ciò che di fatto definisce in modo tangibile il grado di turisticità di un'area.

L'assetto territoriale dell'offerta turistica in Trentino si configura come un sistema economico eterogeneo e policentrico. Questa configurazione si basa sulla delimitazione di dodici ambiti turistici omogenei gestiti da Aziende per il turismo (APT), i cui piani strategici trovano coordinamento con quelli della società per la promozione territoriale e il *marketing* turistico del Trentino. Entrambi, a loro volta, si innestano all'interno degli indirizzi a livello provinciale che tracciano l'orientamento strategico e le priorità di sviluppo del settore turistico.

Tale differenziazione territoriale riflette una chiara specializzazione produttiva per prodotto turistico, che determina la consistenza ricettiva e la potenziale intensità delle presenze in ciascuna area. Le macro-aree ad alta turisticità, come il distretto Dolomitico (Val di Fassa, Val Rendena) e l'area del Garda trentino, rappresentano i poli di massima concentrazione del capitale fisso ricettivo e i principali centri di generazione del valore aggiunto diretto. In queste aree, la densità di strutture alberghiere di elevato *standing* e la presenza di infrastrutture specializzate (impianti di risalita, centri nautici) consentono di intercettare flussi di spesa turistica di alta gamma, amplificando l'*output* economico dei settori primari del turismo.

Viceversa, le valli interne e l'area del capoluogo presentano una consistenza ricettiva media o medio-bassa, orientata verso il turismo culturale, termale o enogastronomico (come in Valsugana o Val di Non). Queste aree svolgono una funzione cruciale di diversificazione del rischio economico e di sostegno alla filiera agroalimentare locale, garantendo una diffusione più capillare dell'effetto moltiplicatore del reddito generato dal turismo.

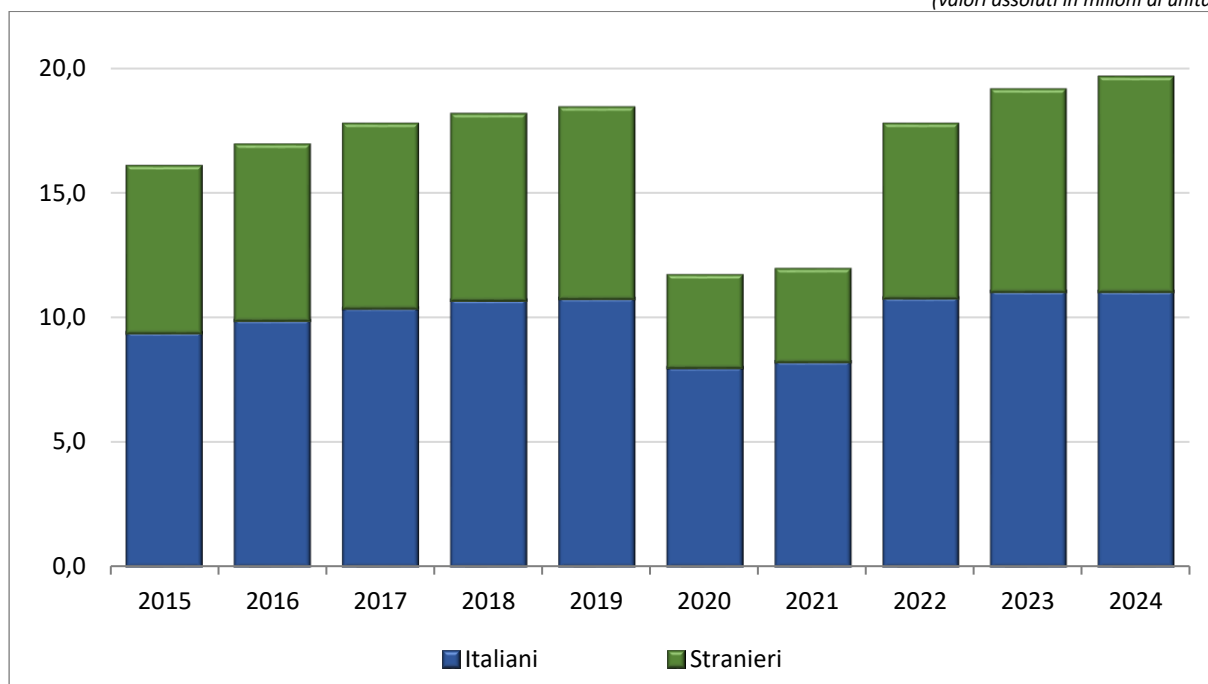
L'assetto territoriale trentino è quindi un sistema dinamico in cui il differente grado di turisticità si traduce in una differente allocazione delle risorse produttive (posti letto e servizi) e, di conseguenza, in una diversa intensità di produzione del valore aggiunto settoriale. La *governance* coordinata assicura che il sistema turistico agisca come un aggregato economico coerente, massimizzando la contribuzione complessiva al PIL provinciale attraverso la specializzazione e l'interconnessione tra i suoi ambiti turistici territoriali.

La crescita del volume di presenze incrementa evidentemente la spesa turistica diretta e quindi anche la ricchezza prodotta. Tra il 2015 e il 2024 in Trentino le presenze turistiche nelle sole strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere sono cresciute a un tasso medio annuo del 2,3%, superando ampiamente i 19 milioni di pernottamenti e conteggiando oltre 5,2 milioni di arrivi. La crescita è risultata particolarmente significativa per le provenienze dall'estero, che rappresentano quasi il 44% del movimento complessivo e registrano nel periodo un incremento medio annuo del 2,8% nelle presenze (+28,7% la crescita del movimento straniero negli ultimi 10 anni).

Nell'ultimo decennio, con la crescita dei turisti, l'offerta ricettiva è peraltro significativamente mutata. In particolare è cresciuta l'offerta extralberghiera che, a parte la parentesi pandemica, ha visto incrementare il numero dei pernottamenti in modo relativamente più marcato rispetto alla crescita osservata negli esercizi alberghieri (+36,9 dal 2015 al 2024 rispetto a +16,9% per il solo comparto alberghiero).

Fig. 5 – Presenze turistiche in Trentino per provenienza (2015-2024)

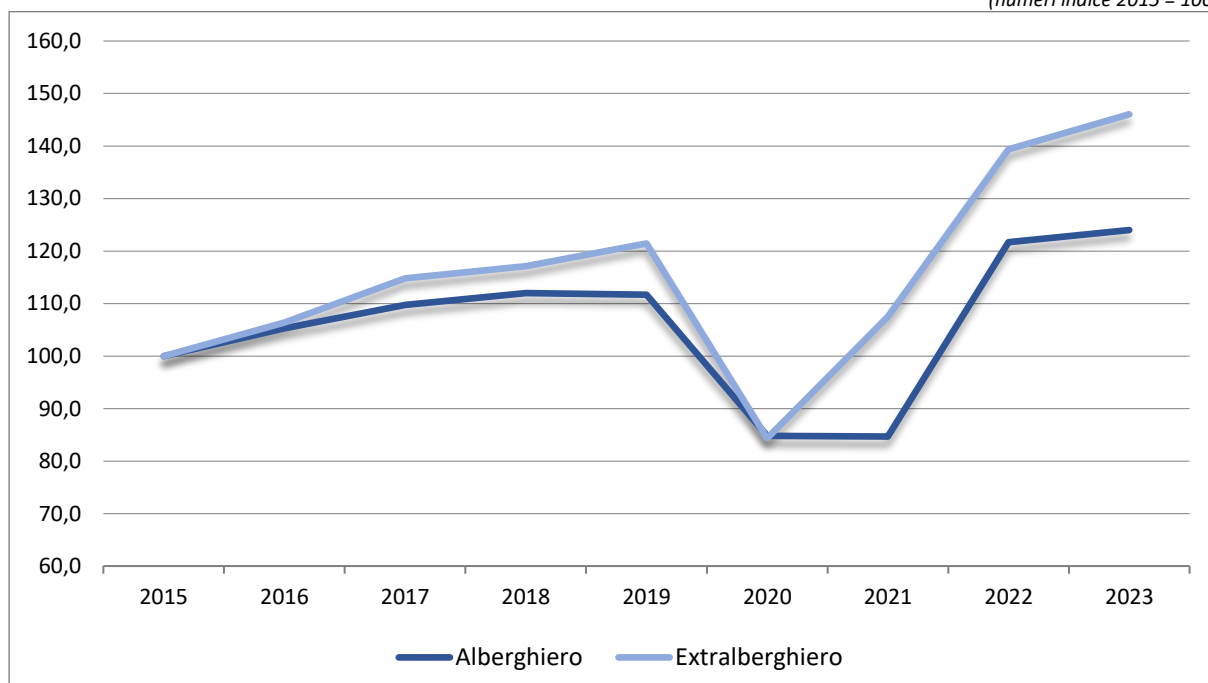
(valori assoluti in milioni di unità)



Fonte: Istat, Movimento dei clienti degli esercizi ricettivi – Elaborazione ISPAT

Fig. 6 – Presenze turistiche alberghiere ed extralberghiere in Trentino (2015-2024)

(numeri indice 2015 = 100)



Fonte: Istat, Movimento dei clienti degli esercizi ricettivi – Elaborazione ISPAT

L'alberghiero, pur rimanendo il pilastro del sistema in quanto rappresenta la maggior parte della capacità ricettiva produttiva, presenta una crescita più moderata che riflette la maturità del mercato. L'extralberghiero mostra un tasso di crescita più vivace in tutto il periodo analizzato e significativamente più elevato rispetto all'alberghiero durante la crisi pandemica (2020) e gli anni immediatamente successivi. Di fatto, l'extralberghiero ha agito come fonte di espansione di una capacità ricettiva marginale, spesso sfruttando l'esistente patrimonio immobiliare privato. Questa crescita riflette anche la domanda da parte del turista di autonomia e di esperienze più vicine al territorio (coerente con l'assetto policentrico), con un coinvolgimento sempre maggiore delle famiglie nel reddito turistico.

Nel contempo si è assistito anche ad un innalzamento qualitativo delle strutture extralberghiere con l'ampliamento della gamma di offerta: ai tradizionali campeggi si sono dunque affiancati agriturismi, *bed & breakfast* e affittacamere, divenuti una realtà interessante per numero di strutture e posti letto. Anche in termini di posti letto, l'extralberghiero ha infatti registrato una crescita quasi costante: nel 2024, a fronte di 2.080 esercizi, il numero dei posti letto ha superato le 84 mila unità, andando a rappresentare ben il 48,1% del totale della capacità ricettiva gestita in forma imprenditoriale.

Per sua natura il turismo ha un impatto sistemico, in quanto tende a coinvolgere trasversalmente l'economia del territorio verso cui si indirizza. L'analisi della distribuzione percentuale delle presenze turistiche nei *cluster* territoriali del Trentino rivela una concentrazione del flusso ricettivo che definisce chiaramente i driver economici del settore⁷. La variabile predominante è rappresentata dal *cluster* di "Alta montagna a sviluppo intensivo", che assorbe una quota massiccia, pari al 48,3% del totale delle presenze. Questa elevata incidenza percentuale indica una forte specializzazione produttiva del sistema turistico provinciale, focalizzata sullo sfruttamento intensivo delle risorse ambientali alpine attraverso un capitale infrastrutturale (impianti di risalita, strutture ricettive ad alta capacità) che genera la massima *performance* in termini di volumi. Questo segmento si configura come il principale motore di generazione di valore aggiunto per l'economia turistica trentina.

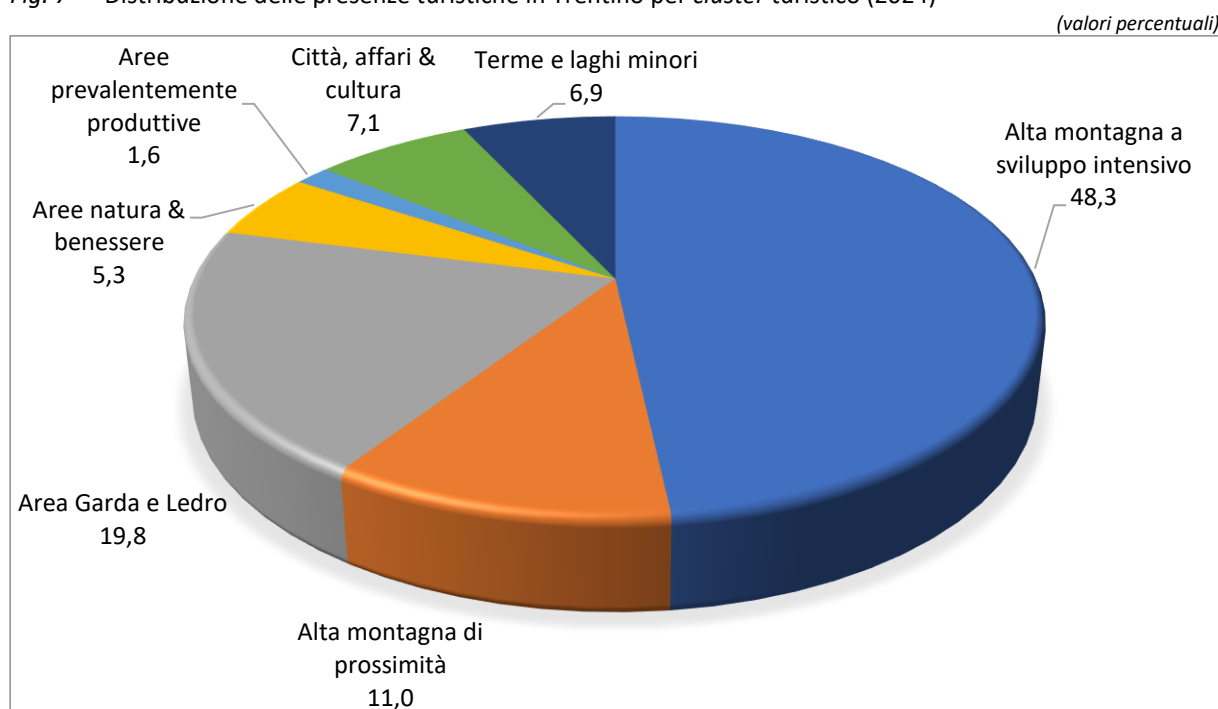
Un secondo polo di attrazione significativo è costituito dall'"Area Garda e Ledro", che assorbe il 19,8% delle presenze. Tale quota evidenzia l'importanza strategica della diversificazione dell'offerta verso il turismo lacustre e climatico, fungendo da contrappeso geografico e stagionale alla preponderanza alpina.

I segmenti intermedi e minori si attestano su quote di mercato più contenute, ma essenziali per la resilienza del sistema. Il *cluster* "Alta montagna di prossimità" contribuisce con l'11,0% delle presenze, suggerendo l'esistenza di un bacino turistico secondario, potenzialmente meno dipendente da investimenti infrastrutturali massivi. La rimanente quota di mercato (circa il 21% complessivo) è distribuita tra i *cluster* a vocazione più specifica. In ordine decrescente di peso economico, si collocano le "Città, affari & cultura" (7,1%) e le "Terme e laghi minori" (6,9%). Questi dati evidenziano che il turismo *city-break*, MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) e il turismo della salute (termalismo) rappresentano nicchie di mercato importanti per l'allungamento della stagionalità e l'innalzamento del valore medio per presenza, sebbene con un impatto volumetrico inferiore. I *cluster* "Aree natura & benessere" (5,3%) e "Aree prevalentemente produttive" (1,6%) completano poi la distribuzione ma suggeriscono un'ulteriore importante riflessione legata al crescente interesse verso

⁷ Si veda nella Nota metodologica la composizione territoriale dei singoli *cluster*.

forme di turismo diffuso e “slow”. Accanto al tradizionale turismo di montagna si riscontra infatti una crescita significativa di turisti interessati all’intero territorio provinciale coinvolgendo città, borghi, destinazioni più “marginali” ma ricche in termini di rete escursionistica e patrimonio culturale, storico e ambientale. La crescita importante registrata dalle città nelle e dalle aree che ricadono nel *cluster* “natura e benessere”, ma anche nelle aree “prevalentemente produttive” sta a significare che il lavoro per favorire una “biodiversità turistica” sta cominciando a dare i suoi frutti permettendo di far conoscere e raccontare il territorio attraverso la ricchezza e la varietà del suo paesaggio.

Fig. 7 – Distribuzione delle presenze turistiche in Trentino per *cluster* turistico (2024)

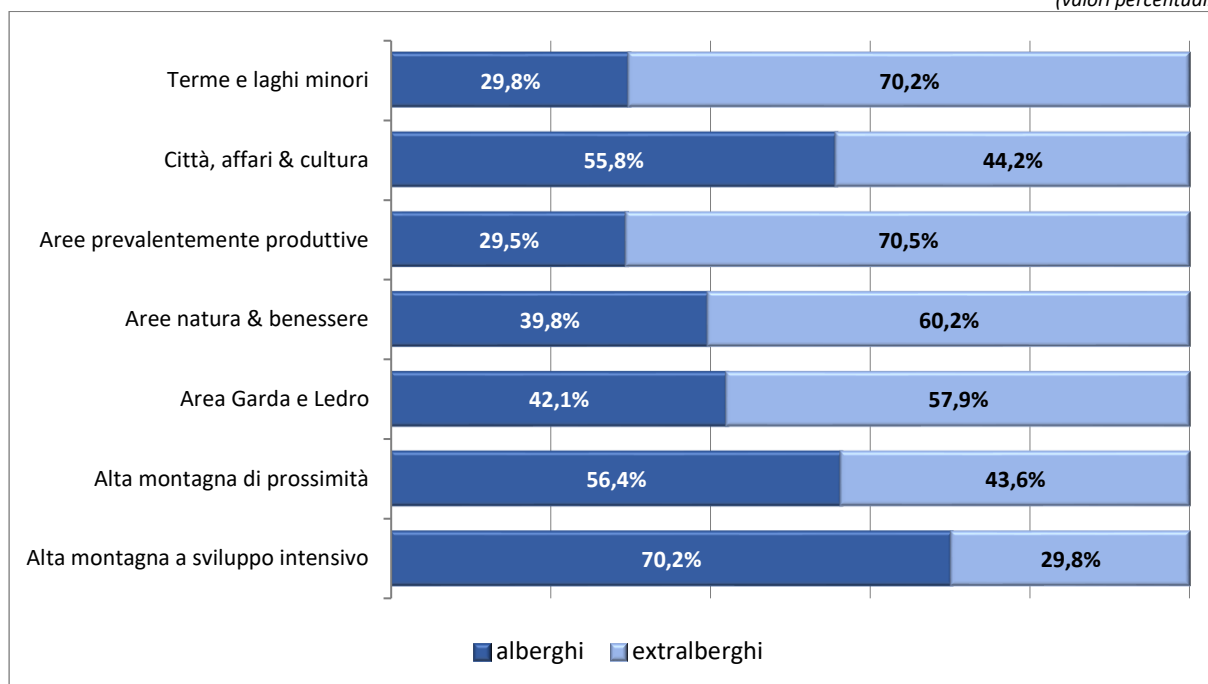


Fonte: Istat, Movimento dei clienti degli esercizi ricettivi – Elaborazione ISPAT

Rispetto al territorio, la concentrazione di posti letto riconducibili a strutture extralberghiere risulta relativamente maggiore nelle aree a minor vocazione turistica. Le strutture alberghiere prevalgono invece nelle aree di montagna ad alto sviluppo intensivo, nella montagna di prossimità e nelle città.

Fig. 8 – Distribuzione dei posti letto in Trentino per comparto e cluster turistico (2024)

(valori percentuali)



Fonte: Istat, Movimento dei clienti degli esercizi ricettivi – Elaborazione ISPAT

La governance del sistema turistico provinciale

Il sistema di *governance* del turismo in Provincia autonoma di Trento (PAT) è configurato come un modello a gestione integrata e partecipata, che mira a bilanciare l'indirizzo strategico pubblico (livello politico-amministrativo) con l'efficienza operativa (livello esecutivo) e la sussidiarietà territoriale (livello di destinazione). La struttura si basa su una legislazione provinciale specifica (L.P. 12 agosto 2020 n. 8)., unitamente alle Delibere di Giunta Provinciale – D.G.P. – attuative e di indirizzo) che attribuisce ruoli e responsabilità definite, garantendo un'azione coerente e coordinata.

La Provincia autonoma di Trento

Il vertice del sistema è detenuto dalla Provincia autonoma di Trento (PAT), che esercita le funzioni di indirizzo politico, di pianificazione, programmazione e coordinamento, facendosi garante dello sviluppo armonico ed equilibrato dell'offerta turistica del Trentino. L'Assessorato competente sul Turismo, attraverso le sue strutture, cura la definizione degli indirizzi strategici e delle priorità di sviluppo, l'approvazione dei piani operativi delle società strumentali, la concessione dei finanziamenti agli attori del sistema di *marketing* turistico territoriale, l'emanazione di norme e regolamenti di settore (ad esempio disciplina delle strutture ricettive, classificazione alberghiera), l'erogazione di incentivi al settore.

La struttura amministrativa di supporto è rappresentata dal Dipartimento competente in materia di turismo e, per quel che riguarda la *governance*, dal relativo Servizio provinciale; questi hanno il compito di attuare l'indirizzo politico, che include, tra l'altro:

- la gestione dei procedimenti amministrativi (ad esempio autorizzazioni, concessione di incentivi);
- la gestione dei rapporti istituzionali con lo Stato, l'Unione europea e le altre Regioni/Province;
- la supervisione e il controllo sulla corretta esecuzione dei rapporti convenzionali con gli organismi operativi (soprattutto Trentino Marketing S.r.l. e Trentino sviluppo S.p.A.).

Dal punto di vista organizzativo, il sistema di *marketing* turistico coordinato dalla Provincia autonoma di Trento è strutturato su più funzioni tra loro integrate, svolte da:

- Aziende per il turismo (APT);
- Agenzie territoriali d'area (ATA);
- una società per la promozione territoriale e il *marketing* turistico del Trentino (Trentino Marketing S.r.l.).

Il sistema è finanziato dal gettito dell'imposta provinciale di soggiorno (circa 30 milioni annui) e da ulteriori risorse definite dalla Giunta provinciale per quel che riguarda il finanziamento del sistema a livello centrale.

Alla Provincia compete poi il finanziamento dello sviluppo territoriale attraverso l'erogazione di contributi in conto capitale per il finanziamento di progetti infrastrutturali di interesse strategico provinciale (ad esempio riqualificazione di impianti, realizzazione di centri congressi) a favore di soggetti pubblici (Comuni, Comunità di valle) o privati (imprese). La Provincia non si limita al finanziamento di progetti infrastrutturali, ma finanzia anche gli incentivi diretti per l'ammodernamento e la riqualificazione delle strutture ricettive private, spesso attraverso bandi gestiti

dall’Agenzia provinciale per l’incentivazione delle attività economiche, mentre Trentino Sviluppo ha un ruolo di primo piano, anche attraverso partecipazioni societarie e realizzazione diretta di investimenti, anche nello sviluppo del settore funiviario.

Trentino Marketing

L’attuazione della strategia di *marketing* e la promozione su larga scala sono delegate a una società di scopo controllata al 100% da Trentino Sviluppo S.p.A.⁸ (Trentino Marketing S.r.l.), garantendo un’efficienza gestionale di tipo privatistico pur mantenendo la proprietà e l’indirizzo pubblico. Trentino Marketing (TM) è di fatto il braccio operativo della PAT per le politiche di promozione territoriale e *marketing* turistico del Trentino. TM promuove nello specifico il marchio territoriale “Trentino”, si occupa del presidio dei mercati nazionali e internazionali su cui proporre l’offerta turistica trentina, di sviluppare le competenze digitali e di gestire i sistemi di comunicazione e le piattaforme digitali funzionali al *marketing* turistico dell’intero territorio provinciale, del coordinamento e controllo delle Agenzie territoriali d’area e della gestione dei “grandi eventi” a elevata rilevanza turistica, nonché di valutare la coerenza tra l’attività svolta dalle APT e la propria attività di *marketing* turistico. L’interazione con TS permette di promuovere il Trentino in modo unitario, valorizzando l’integrazione tra la funzione turistica, l’innovazione aziendale e le filiere produttive. Il turismo è visto infatti come un forte veicolo promozionale che può fare da traino anche per i prodotti e le aziende locali.

Nello specifico, TM si dota di un Piano Marketing triennale scorrevole approvato dalla Giunta provinciale per singole annualità. La sua azione è centralizzata per massimizzare l’effetto scala nella promozione (*branding* “Trentino”) e nella promozione sui mercati nazionali e internazionali, oltre che nello sviluppare *hub* e piattaforme digitali per elevare l’esperienza dell’ospite sul territorio e garantire fruizione di esperienze e servizi. La gestione centralizzata di iniziative di *marketing*, di campagne di promozione, di marca e *branding* e di attività digitali permette di massimizzare l’impatto, elevare l’immagine e l’identità del territorio in maniera coordinata e ottenere un’integrazione dei dati in una piattaforma unica e scalabile.

Riguardo ai meccanismi di finanziamento, Trentino Marketing è finanziata prevalentemente tramite i trasferimenti provinciali, a cui si aggiungono i ricavi derivanti da attività commerciali (ad esempio *sponsorship*, progetti speciali) e co-finanziamenti con gli altri attori del sistema di *marketing* turistico.

Le Aziende per il turismo

Le Aziende per il turismo (APT) sono soggetti privati con forma giuridica societaria, finanziati dalla Provincia per lo svolgimento di attività di interesse generale relative al *marketing* turistico d’ambito. L’attività delle APT è finalizzata al presidio della qualità dell’ospitalità e dell’esperienza del turista e alla sua fidelizzazione. La loro funzione è quella di declinare a livello locale la strategia provinciale, integrata con le specificità e le esigenze del territorio di competenza. Sono responsabili della gestione diretta dei servizi al turista (informazione, accoglienza, ufficio IAT) e, in particolare, lavorando a stretto contatto con gli operatori locali, della creazione e dello sviluppo di prodotti ed esperienze turistiche coerenti con le caratteristiche del proprio territorio.

⁸ Trentino Sviluppo S.p.A. (TS), società posseduta al 100% dalla Provincia autonoma di Trento, funge da “braccio operativo” principale per lo sviluppo economico complessivo del territorio.

Le Agenzie territoriali d'area

Le Agenzie territoriali d'area (ATA) sono responsabili dello sviluppo del prodotto turistico inter-ambito. Operano come volano per l'innovazione, basandosi sull'analisi delle potenzialità della domanda e su attività di *benchmarking*. Inoltre, in collaborazione con le APT e gli enti preposti, promuovono la mobilità turistica da e per le destinazioni, potenziandone l'accessibilità e la fruizione. Fungono di fatto da "ponte" strategico tra il livello provinciale (Trentino Marketing) e quello locale (le APT). Il loro compito principale non è quindi l'accoglienza del singolo turista (che spetta alle APT), ma il coordinamento di prodotti ed esperienze per loro natura sovra-ambito e lo stimolo all'innovazione su aree vaste che raggruppano più ambiti turistici. Attualmente il sistema è diviso in quattro ATA, ognuna con una propria identità: ATA Dolomiti di Brenta, ATA Dolomiti, ATA Garda Trentino, ATA Città, Laghi e Altipiani.

Le ATA sono insediate in Trentino Marketing e ognuna è dotata di un nucleo tecnico per le attività di proposta relative alla programmazione e alle azioni per lo sviluppo dei prodotti turistici in coerenza con le indicazioni programmatiche del sistema del *marketing* turistico provinciale. Il nucleo tecnico è individuato sulla base di specifici requisiti professionali in termini di conoscenza del territorio e del *marketing* turistico territoriale. La composizione del nucleo tecnico di ciascuna ATA viene approvata, come atto di deliberazione della Giunta provinciale.

I meccanismi finanziari per la promozione del territorio

Il trasferimento dei fondi dalla Provincia autonoma di Trento (PAT) a Trentino Marketing S.r.l. non avviene direttamente, ma in modo indiretto e strutturato, attraverso la società controllante Trentino Sviluppo S.p.A., che funge da ente intermediario e gestore. Il meccanismo si basa sull'affidamento di fondi e sulla successiva gestione operativa, secondo quanto stabilito dalla normativa provinciale (principalmente la L.P. 6/1999 e successive modifiche) e da specifiche Convenzioni e Delibere di Giunta.

Le risorse finanziarie stanziare dalla Provincia nel proprio bilancio a favore di Trentino Sviluppo S.p.A. sono destinate al Fondo per lo Sviluppo dell'Economia Trentina. All'interno di questo Fondo più ampio, la PAT riserva una specifica Sezione Marketing destinata alle attività di promozione turistico-territoriale. La società Trentino Sviluppo (controllata al 100% dalla PAT) affida a Trentino Marketing (di cui è socio unico controllante) la gestione operativa della Sezione Marketing del Fondo. In tal senso, i fondi per le grandi campagne promozionali, gli eventi o il supporto alle APT non entrano nel bilancio operativo di Trentino Marketing come contributi diretti, ma vengono gestiti e rendicontati da Trentino Marketing per conto di Trentino Sviluppo. Le somme stanziare annualmente dalla Provincia direttamente nel proprio bilancio vengono quindi dirette, attraverso i meccanismi descritti, per l'attività di promozione turistica svolta da Trentino Marketing e dagli altri soggetti locali (come le APT).

Il finanziamento delle Aziende per il turismo in Trentino è stato profondamente riformato dalla Legge Provinciale 12 agosto 2020, n. 8. Questa normativa ha introdotto un nuovo modello di *governance*, trasformando le APT in società (solitamente S.r.l.) e definendo regole precise per il loro sostentamento economico. Il principio cardine della riforma è il passaggio a un sistema misto pubblico-privato, dove il sostegno pubblico è condizionato all'efficienza e alla maggior quota in partecipazione economica del settore privato.

L'imposta di soggiorno pagata dai turisti rappresenta la fonte principale di finanziamento pubblico delle APT, il restante avviene in forma privata (51%). Secondo l'art. 16 della legge la Giunta provinciale ripartisce il gettito dell'imposta tra la società provinciale (Trentino Marketing) e le singole APT. Una quota (almeno il 5%) è destinata alle Agenzie territoriali d'area (ATA), che coordinano ambiti geografici più vasti. Il gettito dell'Imposta Provinciale di Soggiorno (IPS) che la Provincia gira alle APT viene conteggiato come entrata di natura pubblica.

Il finanziamento pubblico non può superare il 49% del valore della produzione dell'APT. Questo vincolo serve a garantire che le APT siano realtà a trazione prevalentemente privata, spingendo gli operatori locali a investire direttamente nella promozione del proprio territorio. Nel calcolo del tetto massimo del 49% di natura pubblica rientrano anche i contributi con cui Comuni e Comunità di valle finanziano le attività delle APT. Per coprire il restante 51% (o più) del budget, le APT devono fare affidamento su:

- quote associative e investimenti dei privati: gli operatori turistici (alberghi, impianti a fune, commercianti) partecipano al capitale o finanziano progetti specifici;
- ricavi propri: vendita di servizi, *merchandising*, organizzazione di eventi o gestione di *card* turistiche, *ticketing*, gestione di beni e servizi turistici.

La spesa pubblica provinciale destinata al Turismo

Un inquadramento generale della spesa pubblica provinciale

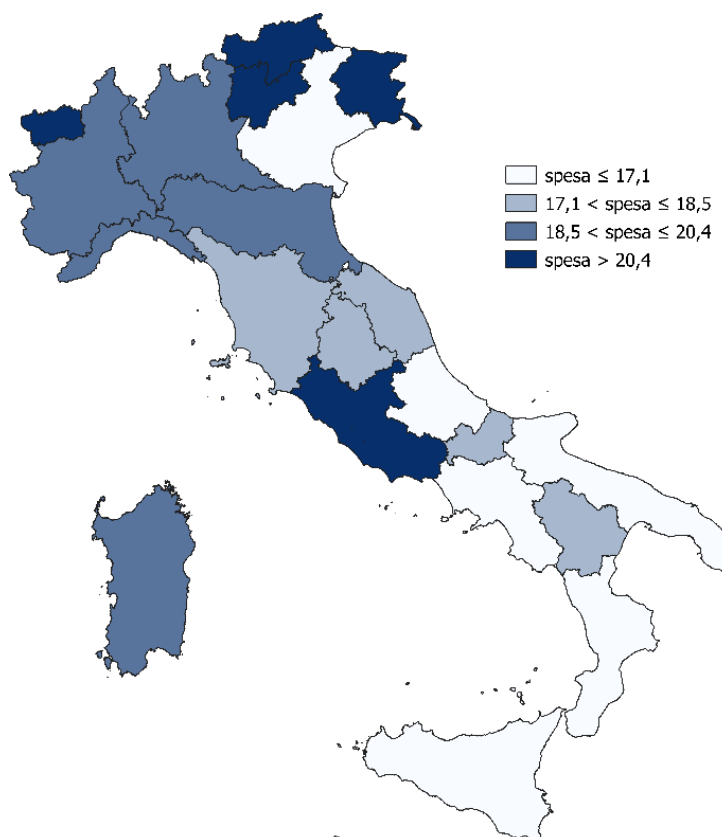
Il progetto Conti Pubblici Territoriali (CPT) nasce allo scopo di costruire “Conti consolidati” delle entrate e delle spese delle Regioni relativi al Settore Pubblico Allargato (SPA) che comprende sia la Pubblica Amministrazione (PA), sia i soggetti rientranti nel segmento dell’Extra PA (imprese pubbliche nazionali, regionali e locali). Quindi i CPT vanno oltre il perimetro stretto del bilancio pubblico, includendo flussi di spesa importanti (come quelli delle imprese pubbliche locali) che altrimenti non permetterebbero una visione completa dell’intervento pubblico territoriale.

L’aspetto più peculiare e rilevante del progetto CPT, soprattutto ai fini del confronto interregionale della spesa pubblica, è la sua capacità di fornire una misurazione funzionale e territoriale effettiva dei flussi finanziari pubblici. Grazie a specifici criteri che seguono una metodologia comune, il quadro finanziario di ogni regione rende possibile un confronto statistico più robusto e omogeneo tra i diversi territori in termini di livello pro capite di spesa pubblica effettivamente fruita o allocata nel territorio.

L’analisi del quadro finanziario costruito per il Trentino nel periodo 2019-2021 mostra, in generale, un valore medio di spesa pro capite che ammonta in Trentino a 24.522 euro. Si tratta di un livello tra i più elevati in Italia, ma inferiori a quelli della Valle d’Aosta e dell’Alto Adige.

Fig. 9 – Spesa pro capite del Settore Pubblico Allargato (SPA) per regione (media 2019-2021)

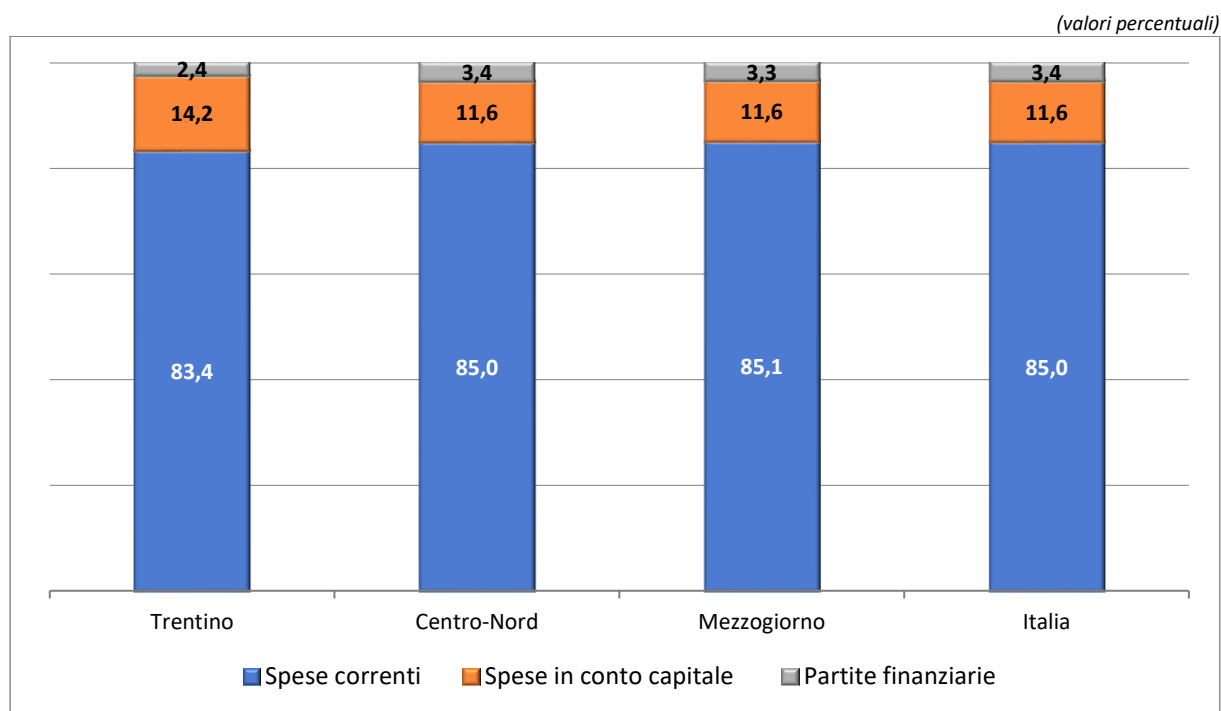
(valori in migliaia di euro)



Fonte: Dati Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

In termini di composizione della spesa, l'analisi CPT conferma un livello di spesa in conto capitale (al netto delle partite finanziarie) sostenuta dall'intero Settore Pubblico Allargato (SPA) maggiore rispetto al resto del Paese, con un'incidenza media del 14,2% contro l'11,6% nazionale.

Fig. 10 – Quota corrente e capitale della spesa complessiva del Settore Pubblico Allargato (SPA) per ripartizioni territoriali (media 2019-2021)



Fonte: Dati Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

La dimensione della spesa del Settore Pubblico Allargato (SPA)⁹ a supporto del turismo trentino

Per analizzare in modo specifico l'impatto e la gestione delle risorse pubbliche in un settore chiave per lo sviluppo territoriale, è necessario isolare e quantificare i flussi di spesa pubblica destinati direttamente e indirettamente al settore di interesse. L'identificazione di tale spesa avviene attraverso la riclassificazione funzionale dei dati contabili, mirando a determinare l'ammontare pro capite allocato per funzioni specifiche e a confrontarlo con la spesa complessiva regionale. Dato il ruolo strategico del turismo nell'economia regionale, che, come si è visto, incide significativamente sul PIL e sull'occupazione, l'analisi che segue è dedicata all'esame della spesa pubblica destinata a supportare tale settore. Lo scopo è quello di valutare l'entità dell'investimento pubblico a favore del turismo e di comprenderne la ripartizione per tipologia di intervento.

⁹ Nelle analisi specifiche sul turismo si considera la spesa delle Amministrazioni regionali e locali e delle Imprese pubbliche regionali e locali. Per ulteriori specificazioni si rimanda alla Nota metodologica.

In un'ottica di analisi settoriale, è fondamentale concentrare l'attenzione sui meccanismi di sostegno e promozione del settore turistico attraverso l'intervento pubblico¹⁰. La maggior parte degli interventi sono ricompresi all'interno del macrosettore "Industria, artigianato, commercio e turismo". L'obiettivo è evidenziare la quota specificamente indirizzata alle funzioni di promozione turistica e allo sviluppo delle infrastrutture di supporto, elementi cruciali per la competitività del sistema economico provinciale.

Già si è vista la difficoltà di perimetrare il turismo all'interno di una tassonomia statistica misurabile dalla Contabilità nazionale. La definizione dei contorni della spesa pubblica indirizzata al turismo presenta analoghe difficoltà che derivano da una serie di fattori legati alla delimitazione degli ambiti di intervento: opere viarie, interventi ambientali come le strade forestali o infrastrutture per i trasporti, ad esempio, finanziati per rendere una destinazione più attrattiva, classificati come interventi per opere pubbliche, potrebbero per certi versi essere ricondotti alla spesa per "Turismo". Vi sono poi limiti di comparabilità territoriale che derivano in parte dalle differenze nelle competenze e nei bilanci degli enti pubblici locali, in parte dalle differenze nella *governance* organizzativa di ogni territorio.

La *governance* del settore turistico in Italia è caratterizzata infatti da una notevole eterogeneità organizzativa, in linea con la decentralizzazione delle competenze in materia a livello regionale (confermata dal Titolo V della Costituzione). Di conseguenza, non esiste un unico modello per la promozione turistica, ma è possibile delineare due principali approcci strategici spesso coesistenti sul territorio nazionale:

- *Modello a Enti Strumentali Pubblici*: in alcune Regioni l'attività di promozione, accoglienza e informazione è demandata a enti pubblici strumentali. Questi sono organismi creati *ad hoc* e controllati direttamente dalla Regione o dalle Province (come le ex APT/ATL, oggi spesso riorganizzate come Agenzie o Fondazioni di natura pubblicistica). Questi enti operano con fondi prevalentemente pubblici e seguono una linea strategica definita direttamente dall'Amministrazione.
- *Modello di governance pubblico-privato*: in altre realtà, la funzione operativa di promozione è delegata a soggetti di natura privata, consortile o del Terzo settore (come consorzi di operatori, associazioni o istituzioni sociali). Questi attori agiscono come veri e propri Organismi di Gestione della Destinazione (DMO – *Destination Management Organization*). Sebbene abbiano una veste giuridica privata, essi sono funzionalmente legati al sistema pubblico, in quanto le loro attività operative di promozione e commercializzazione sono svolte grazie a convenzioni e finanziamenti diretti da parte di Comuni e Regioni.

Il Trentino tende a collocarsi prevalentemente nel secondo modello.

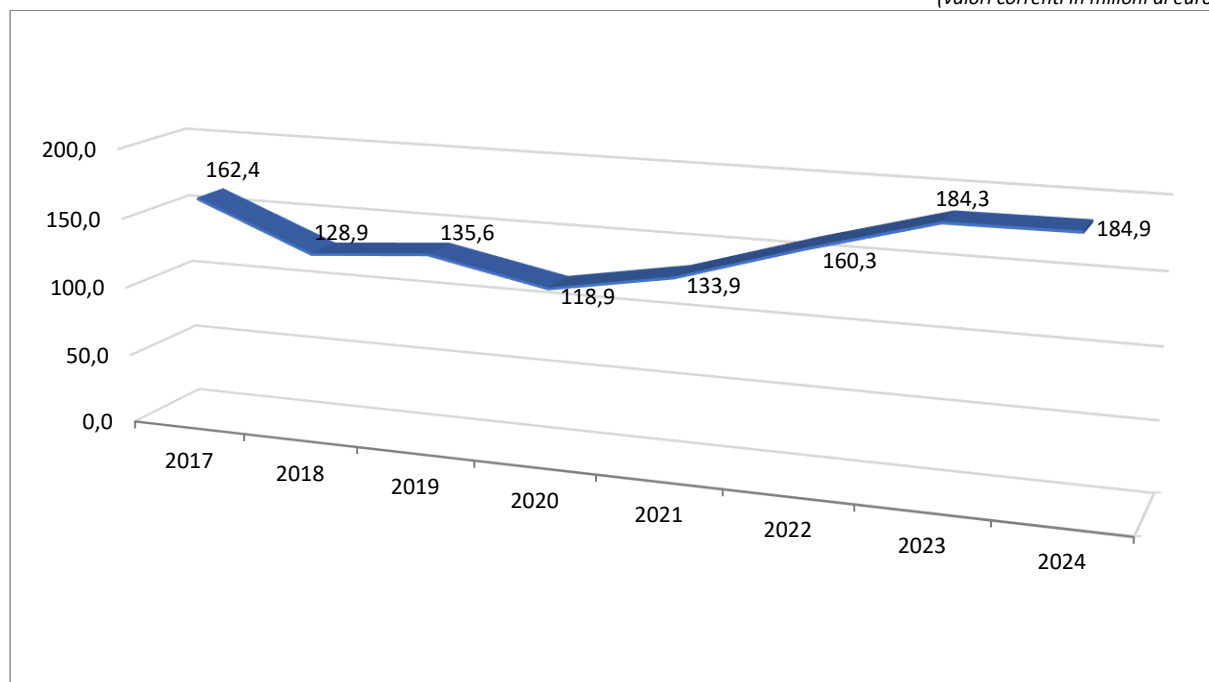
Con tutti i limiti del caso, il sistema dei Conti Pubblici Territoriali permette di fotografare, seppur con una certa approssimazione, il volume della spesa "core" del Settore Pubblico Allargato (SPA) indirizzata al settore del turismo. L'analisi dei dati evidenzia un incremento robusto e strategico del finanziamento destinato al turismo in Trentino nell'arco temporale esaminato. Il finanziamento totale ha mostrato una traiettoria di crescita significativa, passando da circa 162,4 milioni di euro nel 2017 a circa 184,9

¹⁰ Nel report l'attenzione è indirizzata agli interventi di competenza provinciale. Sono quindi esclusi gli interventi nazionali come, ad esempio, i bandi PNRR a favore delle strutture ricettive.

milioni di euro nel 2024. L'accelerazione più marcata si osserva nel biennio post-pandemico (2022-2024), quando la spesa totale ha registrato un tasso di crescita eccezionalmente elevato, a conferma di un massiccio intervento a supporto del rilancio¹¹.

Fig. 11 – Spesa del Settore Pubblico Allargato (SPA) destinata al turismo trentino (periodo 2017-2024)

(valori correnti in milioni di euro)



Fonte: Dati Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

La struttura della spesa può essere analizzata in quattro macrocomponenti principali, descritte di seguito.

- *Spesa degli enti territoriali*: si tratta di spese prevalentemente dei Comuni e in misura molto più marginale delle Comunità di valle per finanziare iniziative a favore del turismo locale e piccoli interventi strutturali per migliorare l'attrattività dei territori.
- *Spesa diretta della Provincia*: rappresenta la componente di indirizzo politico e sostegno istituzionale, all'interno della quale un ruolo centrale del finanziamento è attribuibile alla spesa per l'incentivazione diretta a favore dello sviluppo economico del settore.
- *Spesa per la gestione e lo sviluppo della destinazione turistica*: si tratta della spesa sostenuta dalle Aziende per il turismo destinata alla promozione e al *marketing* territoriale (campagne internazionali, fiere e creazione di contenuti digitali), alle spese per l'organizzazione degli uffici

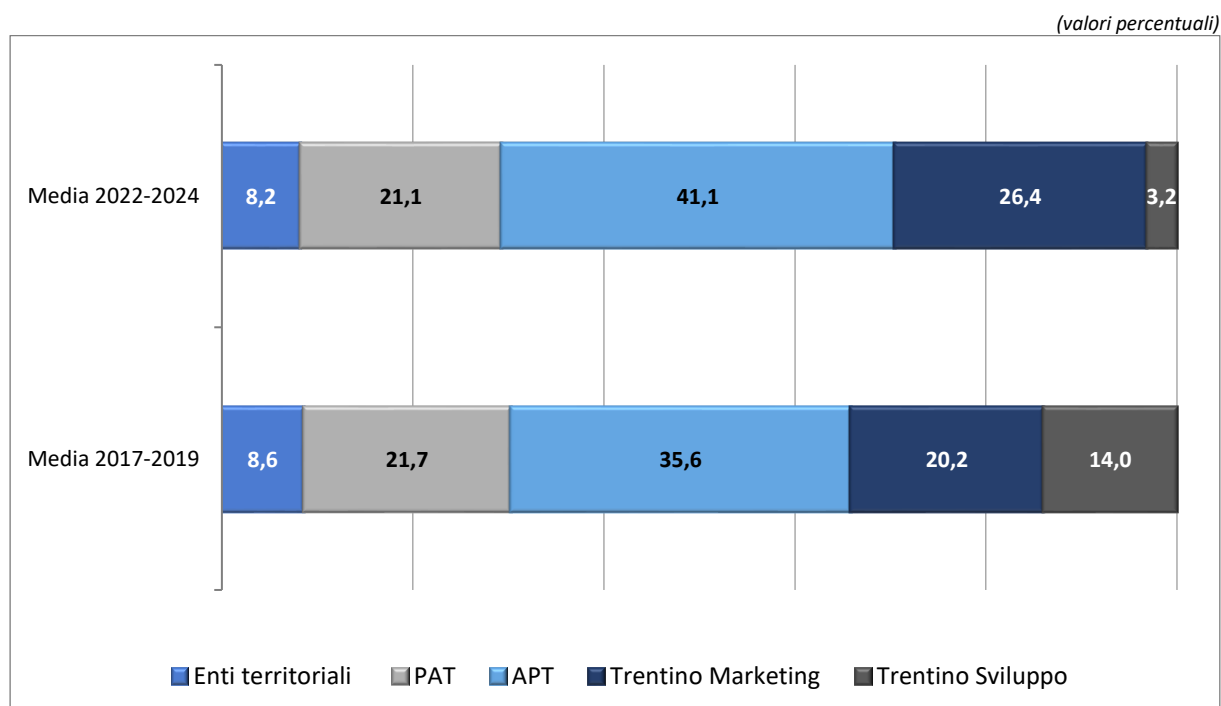
¹¹ In questa analisi è stata esclusa la spesa dell'Amministrazione Centrale che è costituita in modo prevalente da trasferimenti in conto corrente e in conto capitale ad imprese private. Tali trasferimenti negli anni della pandemia sono stati particolarmente significativi (59 milioni di euro nel 2020 e 183 milioni di euro nel 2021) in quanto comprensivi dei ristori pagati alle imprese del settore per mitigare gli impatti negativi della pandemia.

informativi, dei servizi di accoglienza, nonché le spese per la manutenzione/potenziamento delle infrastrutture turistiche leggere (sentieri, piste ciclabili, *bike sharing*). A tutto ciò si aggiungono le spese per lo sviluppo del prodotto turistico di ambito con investimenti volti a migliorare l'esperienza turistica (ad esempio turismo montano, termale, culturale).

- *Spesa per il marketing strategico*: si tratta del finanziamento delle attività della Trentino Marketing il cui ruolo strategico è fondamentale. Questi fondi sono tipicamente impiegati per la gestione del *brand* territoriale, la comunicazione istituzionale su larga scala e il coordinamento delle strategie di *marketing* a livello provinciale. Questa spesa non riguarda direttamente i servizi di accoglienza, ma l'attività di posizionamento strategico della destinazione a livello nazionale e internazionale. A questa spesa si aggiunge anche la quota dei finanziamenti gestiti da Trentino Sviluppo S.p.A. a supporto della qualità del sistema turistico provinciale.

I dati ricostruiti per i diversi livelli di governo documentano una strategia di sostegno al turismo provinciale in netta espansione, dove un ruolo predominante è assunto dalle Aziende per il turismo, che vedono aumentare nel tempo il loro peso specifico. Sostanzialmente stabile la quota di spesa degli Enti territoriali, così come l'impegno della Provincia per l'incentivazione diretta mediante l'Agenzia competente (APIAE). Cresce nel tempo anche la quota di spesa destinata al *marketing* strategico (attraverso Trentino Marketing) che riflette la volontà di consolidare la competitività del Trentino nel panorama turistico nazionale ed internazionale. Più marginale nel triennio 2022-2024 il ruolo dell'incentivazione mediata da Trentino Sviluppo che, rispetto al triennio 2017-2019, si stabilizza su una quota di spesa relativamente minore.

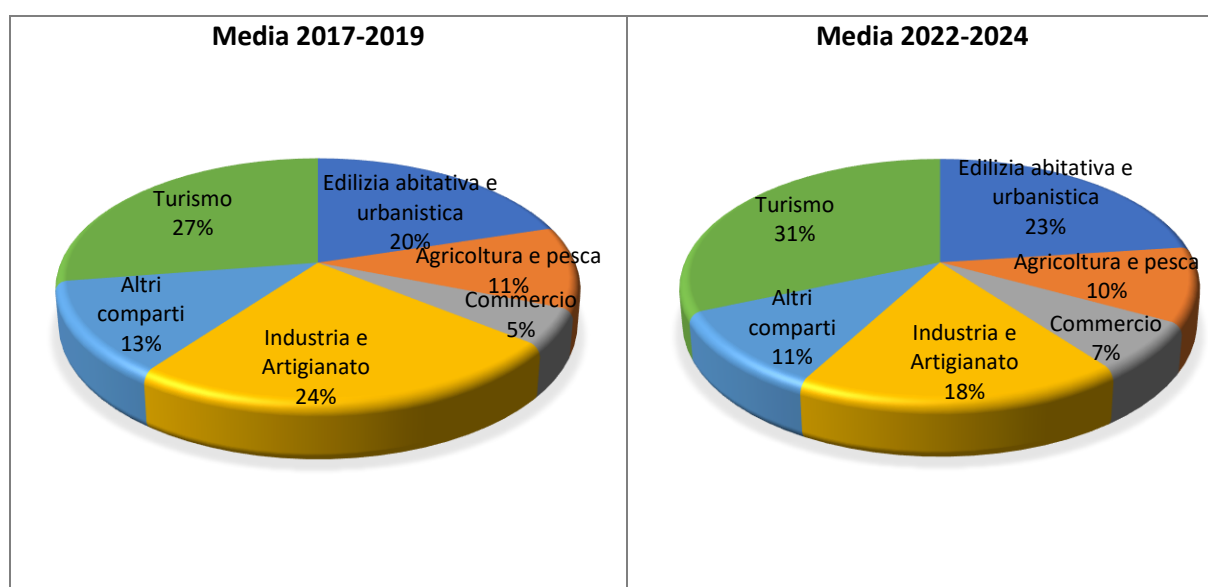
Fig. 12 – Quote percentuali della spesa del Settore Pubblico Allargato (SPA) per il turismo trentino per i principali *players* locali in due macroperiodi (anni 2017-2019 e 2022-2024)



Fonte: Dati Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

La spesa trentina destinata al settore Turismo rappresenta nel periodo 2017-2019 la quota più significativa tra i settori economici, attestandosi al 27%. Questa incidenza è un chiaro indicatore della rilevanza strategica attribuita al settore turistico nell’allocazione delle risorse provinciali. Dal punto di vista della politica economica il turismo è di fatto un *driver* fondamentale per la crescita economica, l’occupazione e la diversificazione produttiva del territorio, in linea con la vocazione alpina e la ricchezza paesaggistica della regione. L’obiettivo è massimizzare l’attrattività del territorio, sostenere l’innovazione nell’offerta turistica (ad esempio infrastrutture, servizi digitali, sostenibilità) e migliorare la competitività rispetto ad altre destinazioni, generando in prospettiva un elevato moltiplicatore economico in termini di valore aggiunto e gettito fiscale.

Fig. 13 – Incidenza percentuale della spesa del Settore Pubblico Allargato (SPA) per il turismo trentino rispetto al totale della spesa per i settori economici per i periodi 2017-2019 e 2022-2024



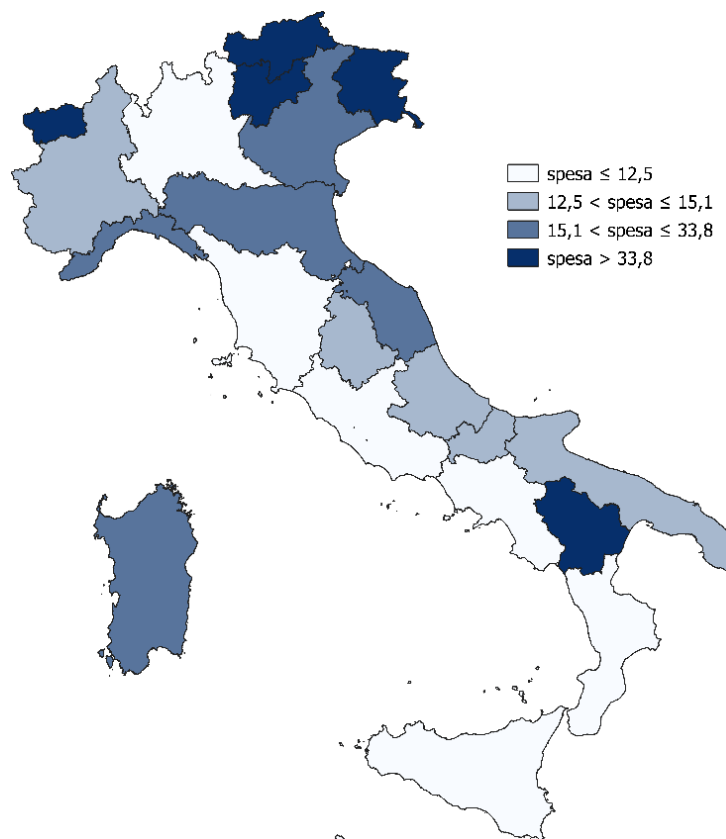
Fonte: Dati Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

I dati riferiti al triennio 2022-2024 amplificano questa tendenza strategica, evidenziando un ulteriore rafforzamento dell’impegno finanziario nel settore turistico. L’aumento di 4 punti percentuali è un segnale forte di una scelta di *policy* economica che assegna al turismo un ruolo sempre più centrale e prioritario nello sviluppo provinciale. Dal punto di vista economico, tale incremento riflette una potenziale maggiore enfasi sull’investimento in capitale umano, infrastrutture e promozione per accrescere la capacità di carico turistico (in termini sia quantitativi che qualitativi) e di resilienza del settore.

Lo sguardo dei differenti livelli di spesa pro capite per il solo settore turismo analizzato per tutte le regioni conferma il posizionamento al vertice delle province di Trento e di Bolzano. Si osserva peraltro che regioni turistiche quali Sicilia, Toscana, Campania e Lazio presentano una spesa pro capite marcatamente molto bassa all’interno del panorama italiano, probabilmente, in parte, anche per effetto della loro elevata densità demografica.

Fig. 14 – Spesa del Settore Pubblico Allargato (SPA) nel settore Turismo (media 2019-2021)

(valori in euro pro capite)

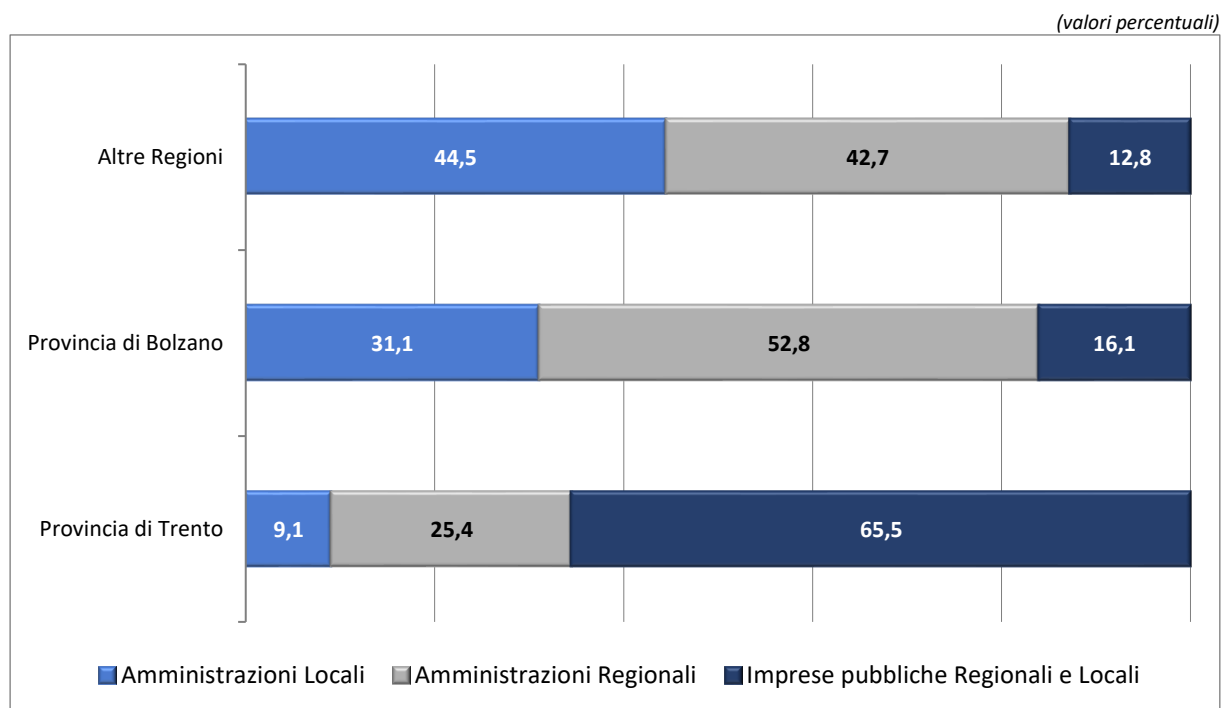


Fonte: Dati Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

Il dettaglio per livello di governo mostra infine che la maggior parte della spesa in provincia di Trento è sostenuta dalle Imprese pubbliche regionali e locali (65,5%) e dalle Amministrazioni regionali (25,4%), seguite dalle Amministrazioni locali (9,1%). Molto diversa è la *governance* della spesa per la provincia di Bolzano, che viene sostenuta in modo preminente dalle Amministrazioni regionali (52,8%) e, secondariamente, dalle Amministrazioni locali¹² (31,1%). Le Imprese pubbliche regionali e locali altoatesine sostengono invece il 16,1% della spesa per il *marketing* turistico. La struttura della spesa rilevata mediamente per le altre Regioni italiane evidenzia infine una maggiore incidenza delle Amministrazioni locali (44,5%) e di quelle regionali (42,7%).

¹² La riscossione dell'imposta di soggiorno in provincia di Bolzano è di competenza delle Amministrazioni comunali.

Fig. 15 – Spesa del Settore Pubblico Allargato (SPA) nel settore Turismo per livello di governo* (media 2019-2021)



Nota. * Per il Trentino, nelle Amministrazioni regionali rientrano la Provincia autonoma di Trento e l’Agenzia provinciale per l’incentivazione delle attività economiche (APIAE). Le Amministrazioni locali comprendono i Comuni, le Comunità montane e le Unioni varie. Nelle Imprese pubbliche regionali e locali vengono raggruppate le Aziende per il turismo, le società partecipate comunali e le due società Trentino Marketing S.r.l e Trentino Sviluppo S.p.A. Per l’Alto Adige rientra nelle Imprese pubbliche regionali e locali la società IDM Südtirol – Alto Adige.

Fonte: Dati Conti Pubblici Territoriali – Elaborazione ISPAT

Nota metodologica

I Conti Pubblici Territoriali sono prodotti ed elaborati dall'Unità Tecnica Centrale, operante a seguito delle disposizioni della Legge 21.4.2023, n. 41 e della soppressione dell'Agenzia per la coesione territoriale, nell'ambito del Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud – Presidenza del Consiglio dei Ministri, con la collaborazione di una Rete formata da 21 Nuclei Operativi delle regioni e province autonome. Il Nucleo provinciale è composto da funzionari del Dipartimento Affari finanziari e dell'Istituto di Statistica della provincia di Trento (ISPAT) ed è stato recentemente aggiornato con Determinazione del Dirigente del Servizio per il coordinamento della finanza degli enti del sistema finanziario pubblico provinciale n. 3379/2024.

La rilevazione dei flussi di entrata e di uscita consente di ottenere, a livello regionale, informazioni con riferimento a due distinti universi:

- la **Pubblica Amministrazione (PA)**, che si suddivide in Amministrazioni centrali, regionali e locali ed è costituita da Enti che, in prevalenza, producono servizi non destinabili alla vendita;
- il **Settore Extra PA**, che è composto da entità sottoposte al controllo pubblico, impegnate nella produzione di beni e servizi destinabili alla vendita con finalità di pubblica utilità ed è rappresentato dalle Imprese pubbliche nazionali e da quelle regionali e locali.

L'universo di riferimento comprende un insieme di soggetti, non necessariamente aventi natura giuridica pubblica, che concorrono ad attuare le politiche pubbliche attraverso la gestione e la produzione di servizi pubblici.

L'Universo di riferimento dei Conti Pubblici Territoriali non si identifica con quello adottato dalla Contabilità Nazionale, ossia con le Unità Istituzionali presenti nella Lista S13.

I soggetti rilevati vengono classificati Pubblica Amministrazione o Extra PA in base alla personalità giuridica, ma per garantire omogeneità negli universi regionali è possibile che un ente, appartenente da un punto di vista giuridico alla Pubblica Amministrazione, sia stato classificato come Extra PA. Per il Trentino, ad esempio, gli Enti Parco figurano nel settore Extra PA.

Con riferimento all'anno 2023 il Settore Pubblico Allargato (SPA) elaborato per il Trentino considera i rendiconti/bilanci di 292 soggetti (considerando ogni singolo Ente locale) elaborati direttamente dal Nucleo provinciale, più 26 soggetti elaborati dall'Unità Tecnica centrale o da altri Nuclei regionali nel caso di soggetti multiregionali. Il riparto territoriale dei flussi relativi ad Enti operanti su scala sovraregionale è tra gli aspetti maggiormente complessi della costruzione di un conto consolidato dell'operatore pubblico a livello regionale.

Sia per le entrate che per le spese i criteri applicabili sono molteplici, con risultati significativamente diversi. Il criterio di base della ripartizione regionale delle spese nei Conti Pubblici Territoriali è principalmente quello della localizzazione dell'intervento dell'operatore pubblico, in termini di flussi finanziari pubblici gestiti nei diversi territori regionali.

Per i flussi di spesa diretta, quelli legati alla produzione di beni e servizi e all'incremento di uno *stock* di capitale non finanziario, la ripartizione territoriale avviene sulla base dell'allocazione fisica dei fattori produttivi impiegati e quindi dell'attività economica svolta, mentre per i flussi di altra natura si adotta il criterio della destinazione delle risorse erogate.

Per le entrate, la logica adottata nei Conti Pubblici Territoriali è quella della costruzione del bilancio di un Operatore Pubblico Regionale virtuale in cui siano presenti le entrate di tutti i livelli di governo le cui azioni producono effetti economici diretti sul territorio. Secondo tale approccio, la regione deve essere considerata alla stregua di una nazione, nel cui ambito agisce un operatore pubblico che si presume dotato di propria capacità decisionale.

Struttura del Settore Pubblico Allargato in Trentino – Anno 2023

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE (PA)		EXTRA PA	
Amministrazioni pubbliche centrali		Imprese Pubbliche Nazionali	
Stato		Cassa Depositi e Prestiti	
Altri Enti dell'Amministrazione Centrale:		Poste Italiane	
CNR - CRI - INFN - AGEA - CONI		Gruppo Ferrovie	
Agenzie fiscali		Gruppo ENI	
		ACI	
Enti di previdenza		Gruppo RAI	
Enti di previdenza		Gruppi: ENEL - GSE - TERNA	
Amministrazioni pubbliche regionali e locali		Imprese Pubbliche regionali e Locali	
R.T.A.A. (quota Trento definita in base alla popolazione media)		Consorzi BIM ed altri Consorzi di enti locali	
Provincia autonoma di Trento		Fondazioni della ricerca	
Agenzie provinciali		Fondazioni della cultura	
Enti strumentali Provincia autonoma di Trento		Società partecipate livello comunale	
Azienda provinciale per i servizi sanitari		Società partecipate livello provinciale/regionale	
Amministrazioni Comunali		Aziende speciali comunali	
Comunità di Valle ed Unioni di comuni		Enti Parco	
Università e Conservatorio		Aziende per il turismo	
Altri enti		Società partecipate a livello sovra-regionale	
CCIAA		Enti/Fondazioni a livello sovra-regionale	

Natura delle informazioni e classificazioni

Dal punto di vista metodologico, il CPT adotta un procedimento rigorosamente *bottom-up*, basato sulla ricostruzione effettiva a partire dai documenti contabili pubblici. Le informazioni rilevate sono di tipo finanziario; i flussi consolidati vengono ricostruiti, di norma, sulla base dei bilanci consuntivi degli enti considerati, registrando le entrate e le spese effettivamente realizzate (i fondi di cassa iniziali dei bilanci finanziari non vengono considerati). La rilevazione della componente allargata del Settore Pubblico (Extra PA) viene effettuata tramite l'applicazione di una specifica metodologia di conversione che riporta i flussi dalla contabilità economica, propria della maggior parte delle unità che costituiscono tale componente, alla contabilità finanziaria.

Data la natura finanziaria della Banca Dati, le informazioni disponibili con riferimento agli aggregati economici desumibili dai bilanci consuntivi degli enti rilevati sono:

Entrate

- titolo: incassi correnti, incassi di capitale;
- categoria economica: entrate tributarie, redditi di capitale, vendita di beni e servizi, trasferimenti, alienazione di beni patrimoniali, ecc.

Spese

- titolo: spese correnti, in conto capitale;
- categoria economica: spese di personale, acquisto beni e servizi, trasferimenti, beni ed opere immobiliari, ecc.

Per un supporto efficace all'attività di analisi e di programmazione, la rilevazione e l'elaborazione dei flussi di spesa viene articolata secondo la finalità perseguita con la loro erogazione. Pertanto in coerenza con il sistema di Classificazione delle Funzioni delle Amministrazioni Pubbliche (COFOG), la ricostruzione dei Conti Pubblici Territoriali viene effettuata secondo una classificazione settoriale a 30 voci (sicurezza pubblica, istruzione, sanità industria e artigianato, viabilità, ecc.).

I singoli settori sono poi raggruppati in specifici macrosettori secondo il seguente schema.

Macrosettore	Settore
Ambiente e gestione del territorio	Ambiente
	Smaltimento dei rifiuti
	Altri interventi igienico sanitari
Amministrazione generale	Amministrazione generale
Attività produttive e opere pubbliche	Edilizia abitativa e urbanistica
	Agricoltura
	Pesca marittima e acquicoltura
	Turismo
	Commercio
	Industria e artigianato
	Altre opere pubbliche
	Altre in campo economico
Ciclo integrato dell'acqua	Servizio Idrico Integrato
Conoscenza, cultura e ricerca	Istruzione
	Formazione
	Ricerca e Sviluppo (R. & S.)
	Cultura e servizi ricreativi
Mobilità	Altri trasporti
	Viabilità
Politiche sociali	Interventi in campo sociale
	Lavoro
	Previdenza e integrazioni salariali

Macrosettore	Settore
Reti infrastrutturali	Telecomunicazioni
	Energia
Sanità	Sanità
	Difesa
Servizi generali	Sicurezza pubblica
	Giustizia
	Oneri non ripartibili

Voci considerate e consolidamento

Secondo la metodologia Conti Pubblici Territoriali tutte le poste di entrate ed uscite entrano nel conto consolidato, comprese le poste correttive di entrate e di uscite e le partite finanziarie.

Vengono invece esclusi dal lato entrate: i trasferimenti su conti Ue e dal lato spese: i trasferimenti al resto del mondo (estero) e gli oneri sociali relativi alle spese di personale.

Ciascun soggetto rilevato viene considerato quale erogatore di spesa finale, attraverso l'eliminazione dei flussi di trasferimento intercorrenti tra gli enti appartenenti al medesimo livello di governo o universo di riferimento. Tale processo di consolidamento consente di ottenere il valore complessivo delle spese direttamente erogate sul territorio o delle entrate effettivamente acquisite, senza il rischio di duplicazioni. Entrate e spese sono quindi "finali" e al netto di eventuali fondi di cassa iniziali.

Composizione dei *cluster* turistici

Alta montagna a sviluppo intensivo	Alta montagna di prossimità
Andalo	Bocenago
Campitello di Fassa-Ciampedél	Brentonico
Canazei-Cianacèi	Caderzone Terme
Carisolo	Castello-Molina di Fiemme
Commezzadura	Cavalese
Dimaro Folgarida	Cavedago
Fai della Paganella	Croviana
Giustino	Folgaria
Mazzin-Mazin	Lavarone
Mezzana	Luserna-Lusérn
Moena-Moena	Malè
Molveno	Massimeno
Peio	Ossana
Pinzolo	Panchià
Predazzo	Pellizzano
Primiero San Martino di Castrozza	Pelugo
San Giovanni di Fassa-Sèn Jan	Porte di Rendena
Soraga-Soraga	Spiazzo
Tre Ville	Spormaggiore
Vermiglio	Strembo
	Tesero
	Ville di Fiemme
	Ziano di Fiemme
Area Garda e Ledro	Città, affari & cultura
Arco	Rovereto
Drena	Trento
Dro	
Ledro	Terme e laghi minori
Riva del Garda	Baselga di Pinè
Tenno	Bedollo
	Bondone
	Calceranica al Lago
	Caldonazzo
	Cavedine
	Comano Terme
	Levico Terme
	Madruzzo
	Pergine Valsugana
	Tenna
	Vallelaghi
	Vignola-Falesina

Aree natura & benessere e aree produttive

Altavalle	Stenico
Altopiano della Vigolana	Terragnolo
Amblar-Don	Terzolas
Bleggio Superiore	Valdaone
Borgo d'Anaunia	Valfloriana
Borgo Lares	Vallarsa
Borgo Valsugana	Ville d'Anaunia
Bresimo	Ala
Caldes	Albiano
Canal San Bovo	Aldeno
Capriana	Avio
Castel Condino	Besenello
Castel Ivano	Bieno
Castello Tesino	Borgo Chiese
Cavareno	Calliano
Cavizzana	Campodenno
Cembra Lisignago	Carzano
Cimone	Castelnuovo
Cinte Tesino	Civezzano
Cis	Contà
Cles	Denno
Dambel	Fornace
Fiavè	Giovo
Fierozzo-Vlarötz	Grigno
Frassilongo-Garait	Isera
Garniga Terme	Lavis
Imer	Mezzocorona
Livo	Mezzolombardo
Lona-Lases	Mori
Mezzano	Nogaredo
Novella	Nomi
Palù del Fersina-Palai en Bersntol	Novaledo
Pieve Tesino	Ospedaletto
Predaia	Pieve di Bono-Prezzo
Rabbi	Pomarolo
Romeno	Ronchi Valsugana
Roncegno Terme	Roverè della Luna
Ronzo-Chienis	Samone
Ronzone	San Michele all'Adige
Ruffrè-Mendola	Sporminore
Rumo	Storo
Sagron Mis	Telve
San Lorenzo Dorsino	Telve di Sopra
Sant'Orsola Terme	Terre d'Adige
Sanzeno	Tione di Trento
Sarnonico	Ton
Scurelle	Torcegno
Segonzano	Trambileno
Sella Giudicarie	Villa Lagarina
Sfruz	Volano
Sover	

© Provincia autonoma di Trento ISPAT

Coordinamento e supervisione: Vincenzo Bertozzi

Elaborazione dati e testi: Mariacristina Mirabella
Manuela Cumerlotti
Nicoletta Funaro
Yasmine Valer

Layout grafica e pubblicazione on-line: Davide Bortoli

Supplemento al Foglio Comunicazioni - Direttore responsabile: Giampaolo Pedrotti
Aut. Trib. di Trento n. 403 del 02/04/1983