

La spesa turistica in Trentino e il suo impatto sull'economia provinciale

Anno 2025

148,6 euro

La spesa media giornaliera pro capite dei turisti pernottanti in Trentino nel 2025

178,8 euro

La spesa media giornaliera in inverno
189,3 € negli alberghi
126,8 € nelle strutture extralberghiere

128,7 euro

La spesa media giornaliera in estate
147,5 € negli alberghi
94,0 € nelle strutture extralberghiere

11,9%

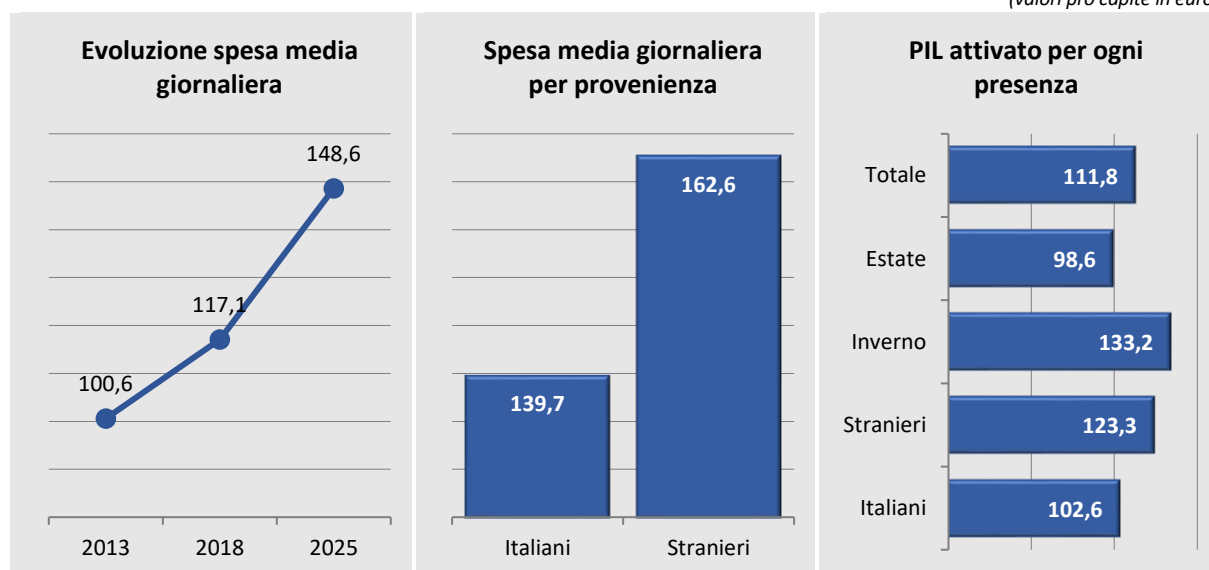
L'impatto sul PIL provinciale del turismo pernottante
4,1 mld € fatturato turistico
3,1 mld € valore aggiunto generato

La spesa media giornaliera pro capite dei turisti che hanno pernottato in Trentino nel corso del 2025 è stata pari a 148,6 euro: 178,8 euro il dato medio per la stagione invernale e 128,7 euro per la stagione estiva.

Tale spesa ha generato un fatturato turistico che supera i 4 miliardi di euro, per un impatto sul Prodotto interno lordo provinciale stimato intorno all'11,9%.

Fig. 1 – Elementi caratteristici della spesa turistica in Trentino (anno 2025)

(valori pro capite in euro)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, 2024/2025

Sommario

Introduzione.....	3
Capitolo 1. Scenari evolutivi e valore economico: il turismo come <i>driver</i> strategico nazionale e provinciale	4
Capitolo 2. La spesa media pro capite giornaliera: evoluzione storica	6
Capitolo 3. Dinamiche stagionali e funzioni di consumo	11
3.1 La stagione invernale 2024/2025	11
3.2 La stagione estiva 2025	20
Capitolo 4. Dinamiche territoriali.....	30
4.1 La spesa media per <i>cluster</i> turistico e stagione	30
4.2 La motivazione sci come <i>driver</i> della spesa invernale.....	34
4.3 La vocazione <i>open air</i> e l'eccezione culturale urbana della spesa estiva	35
Capitolo 5. L'impatto economico del turismo	37
5.1 Introduzione	37
5.2 L'impatto economico complessivo, per stagione e provenienza dei turisti	38
5.3 La forbice tra volumi fisici e valore economico: un'analisi comparata	45
5.4 La geografia del valore: fatturato, PIL attivato e moltiplicatori per cluster territoriali.....	48
5.5 Dalla creazione di ricchezza alla creazione di lavoro: l'impatto occupazionale (ULA)	54
Conclusioni	57
Nota metodologica	58
Schema campionario: distribuzione delle presenze e del campione per stagione, <i>cluster</i> e tipologia ricettiva	60
Composizione dei <i>cluster</i> turistici	61

Introduzione

L'Istituto di Statistica della provincia di Trento (ISPAT) presenta l'aggiornamento al 2025 dei dati sulla spesa turistica in Trentino. I dati utilizzati nel presente report derivano da un'indagine diretta condotta tra il 2024 e il 2025¹ su circa 2.800 nuclei turistici² (1.340 nella stagione invernale e 1.451 nella stagione estiva). Nella Nota metodologica posta alla fine del report sono descritte le caratteristiche principali dell'indagine e viene presentato lo schema campionario sottostante. La precedente stima della spesa turistica risale al periodo di effettuazione della precedente rilevazione, vale a dire gli anni 2017 e 2018.

Il report è strutturato in cinque capitoli. Il capitolo 1 apre con un inquadramento del ruolo strategico del turismo, inteso come pilastro fondamentale del sistema economico sia a livello nazionale che locale. Dopo questa introduzione descrittiva, il capitolo 2 analizza la spesa media giornaliera pro capite complessiva dei turisti pernottanti, rilevata nel 2025 attraverso il confronto longitudinale con le precedenti stime per identificare i *trend* storici e la resilienza del settore nel tempo. Nel capitolo 3 la spesa media giornaliera pro capite dei turisti pernottanti viene analizzata distintamente per entrambe le stagioni, secondo tutte le dimensioni possibili: per struttura ricettiva, per provenienza dell'ospite, per motivazione della vacanza, per composizione del nucleo turistico. L'analisi stagionale consente di apprezzare le fluttuazioni della domanda e la capacità di spesa nei diversi periodi dell'anno.

Il capitolo 4 è dedicato all'analisi territoriale secondo la consueta stratificazione per *cluster*. In questa parte del report la spesa turistica viene osservata in una logica spaziale per evidenziare la marcata eterogeneità territoriale connessa alle diverse tipologie di offerta e di densità delle infrastrutture turistiche. Vengono mappate le differenti gerarchie economiche dei territori secondo la loro capacità di attrazione della spesa ed è presentato un focus rispetto alla motivazione sci come *driver* della spesa invernale.

Il capitolo 5 è dedicato alla traduzione dei consumi turistici in indicatori macroeconomici. Lo studio va oltre la dimensione fisica del turismo, presentando una stima della sua capacità di generazione di Prodotto interno lordo (PIL) e occupazione. Questo processo analitico include la quantificazione dello *shock* di domanda, vale a dire dell'effetto economico immediato generato dalla spesa turistica, nonché le reazioni intersettoriali, ossia l'attivazione delle filiere trasversali (agricoltura, servizi, artigianato) che creano un effetto moltiplicatore che va ben oltre il comparto ricettivo. L'ultima parte del capitolo sposta l'attenzione sulla dimensione territoriale dell'impatto. Qui la ricchezza prodotta viene messa in relazione con i diversi livelli di turisticità dei territori. L'analisi permette di valutare il punto di equilibrio tra il beneficio economico generato e la vivibilità del territorio. Conclude questa sezione la valorizzazione dell'impatto del turismo dal punto di vista occupazionale.

¹ L'indagine 2024-2025 è stata curata da un team composito dell'Ufficio Rilevazioni e ricerche economiche di ISPAT. Il disegno e la progettazione dell'indagine hanno coinvolto Margherita Dei Tos, Roberta Savorelli e Mariacristina Mirabella, che ha anche coordinato l'intero percorso di lavoro e il team di ricerca e ha realizzato tutte le analisi e le simulazioni di impatto. L'implementazione del questionario elettronico è stata seguita da Laura Ingegneri con il supporto dell'Ufficio Sistemi informativi. La ricerca e la gestione dei rilevatori, nonché il monitoraggio costante dell'andamento dell'indagine, sono stati curati in particolare da Manuela Cumerlotti, Yasmine Valer e Benedetta Antonucci. Manuela Genetti ha supportato i contatti con le strutture ricettive e con le Aziende per il turismo. Gli aspetti contrattualistici connessi ai rilevatori esterni sono stati seguiti dal settore Amministrazione dell'ISPAT.

² Il "nucleo turistico" è inteso come l'insieme di persone, non necessariamente legate da vincoli di parentela e costituito anche da più nuclei familiari, che durante il periodo di vacanza fanno riferimento a un unico budget di spesa (si veda la Nota metodologica).

Capitolo 1. Scenari evolutivi e valore economico: il turismo come *driver* strategico nazionale e provinciale

L'analisi dei comportamenti di spesa turistica in Trentino non può prescindere da una preliminare contestualizzazione del tema all'interno del più ampio scenario macroeconomico nazionale, dove il comparto turistico ha ormai da tempo consolidato il proprio ruolo di pilastro per la crescita del PIL italiano. Superata definitivamente la fase di incertezza post-pandemica, il biennio 2023-2024 ha segnato il passaggio da una semplice fase di ripresa a una fase di strutturale consolidamento e crescita, confermando la capacità del settore di agire come ammortizzatore economico anche in contesti di rallentamento degli altri comparti produttivi.

Come evidenziato dalle più recenti rilevazioni contenute nel Rapporto sul Turismo Italiano (curato da CNR-IRISS e Istat) e dai dati diffusi dalla Banca d'Italia, il turismo rappresenta oggi una delle poche industrie in grado di garantire un saldo attivo costante nella bilancia dei pagamenti³. Le stime più aggiornate attribuiscono alla filiera turistica allargata un peso specifico che oscilla, a seconda delle metodologie di calcolo del conto satellite, tra il 10% e il 13% del Prodotto interno lordo nazionale. Il 2024, in particolare, si è configurato come un anno record, con un volume di presenze che ha superato la soglia critica dei 460 milioni di euro⁴, trainato in misura determinante dalla componente internazionale. È proprio il turismo *inbound* (presenze estere in Italia) ad aver mostrato il dinamismo più marcato, arrivando a rappresentare oltre il 54,5% delle presenze totali e compensando un mercato domestico che, pur rimanendo solido, mostra tassi di crescita più contenuti a causa dell'erosione del potere d'acquisto delle famiglie italiane.

Questa dinamica nazionale non è solo una questione di volumi, ma riflette una portata economica strategica per il valore in grado di generare. L'attenzione per l'industria dell'ospitalità si concentra sempre più, infatti, non solo sul semplice conteggio degli arrivi, ma sulla massimizzazione del valore aggiunto per presenza. Ciò rileva non solo per gli operatori che direttamente offrono sistemazioni ricettive, ma anche per tutte le filiere interconnesse attivate dal turismo: dall'agroalimentare ai trasporti, dai servizi culturali al commercio al dettaglio. Ogni euro speso dal turista attiva un moltiplicatore economico che si riflette ben oltre i confini delle strutture ricettive, generando ricchezza e occupazione diffusa, sostenendo il gettito fiscale locale e nazionale.

Nel contesto provinciale il turismo assume un ruolo ancora più importante, configurandosi non solo come settore economico, ma come elemento identitario e strutturale per la tenuta socio-economica del territorio. Il Trentino, per la sua particolare orografia e per la distribuzione demografica nelle valli, trova nell'economia dell'ospitalità il principale antidoto allo spopolamento delle aree periferiche e una leva per il mantenimento di elevati *standard* di servizi.

I dati recenti confermano che la crescita del PIL trentino (stimata intorno a +0,5% in termini reali per l'anno 2024) è stata sostenuta dalla *performance* del comparto turistico, che ha saputo controbilanciare la stagnazione di altri settori industriali e il rallentamento degli investimenti fissi lordi⁵. Il sistema turistico provinciale ha dimostrato una resilienza straordinaria, in particolare durante

³ Si veda il [Rapporto sul turismo italiano. XXVI edizione. 2022-2023](#), novembre 2023.

⁴ Si veda Istat, [I flussi turistici nel 2024](#), 9 marzo 2026.

⁵ Si veda ISPAT, [Stima anticipata del PIL e delle principali grandezze macroeconomiche in Trentino – Anno 2024](#), agosto 2025.

la stagione invernale 2024/2025, che ha registrato un incremento delle presenze totali nonostante la flessione della componente italiana, prontamente compensata da una robusta crescita della domanda straniera (+6% circa)⁶.

Questa capacità di sostituzione tra diversi mercati di origine evidenzia la maturità della destinazione Trentino, capace di attrarre flussi internazionali alto-spendenti (provenienti prevalentemente dall'area DACH⁷, ma anche dai mercati dell'Est Europa e degli Stati Uniti) che garantiscono una maggiore stabilità dei ricavi. L'elevata incidenza del turismo sull'economia provinciale impone quindi un monitoraggio costante non solo dei flussi fisici, ma anche della capacità di spesa dei visitatori, senza perdere di vista le esternalità negative legate all'*overtourism* o alla congestione stagionale.

È in questo scenario che si inserisce la necessità di analizzare nel dettaglio la spesa turistica rilevata attraverso l'indagine diretta. Limitarsi all'analisi degli arrivi e delle presenze offre infatti una visione parziale della *performance* di una destinazione. Il numero di notti vendute è un indicatore di pressione sulle infrastrutture, ma non è necessariamente un indicatore di benessere economico generato.

Il passaggio da una logica di volume a una logica di valore richiede strumenti di indagine più raffinati, capaci di disaggregare il comportamento di consumo del turista⁸. Comprendere quanto, come e dove il turista spende significa decodificare il posizionamento reale del *brand* Trentino. Significa capire se la destinazione è percepita come una meta *value-for-money* (scelta per il vantaggioso rapporto qualità-prezzo) o se è in grado di sostenere un *pricing power* elevato (vale a dire la capacità di imporre tariffe *premium*) grazie alla qualità dell'offerta. L'indagine sulla spesa permette di isolare il valore generato non solo per il comparto ricettivo (alloggio), ma per l'intera filiera allargata (ristorazione, *shopping*, servizi sportivi e culturali, mobilità interna), fornendo ai decisori politici e agli operatori privati le metriche necessarie per calibrare l'offerta.

I risultati presentati nelle pagine seguenti, frutto di una rigorosa rilevazione campionaria, non si limitano dunque a fornire una fotografia statica dello scontrino medio, ma offrono una chiave di lettura dinamica per interpretare le nuove abitudini di consumo. Dall'analisi emerge come la composizione del paniere di spesa stia evolvendo, riflettendo un turista sempre più attento all'esperienza e meno al possesso di beni materiali, un turista che cerca nel Trentino non solo il paesaggio, ma una piattaforma di servizi integrati ad alto valore aggiunto. La conoscenza di queste dinamiche diviene così uno strumento indispensabile per orientare le politiche di *marketing* territoriale e per validare gli investimenti infrastrutturali necessari a mantenere alta la competitività della provincia nel complesso scacchiere del turismo alpino ed europeo.

⁶ Si vedano i report di ISPAT sul movimento turistico in Trentino relativi all'[anno 2024](#) (maggio 2025) e all'[anno 2025](#) (aprile 2026).

⁷ Si tratta dei Paesi europei che fanno parte dell'area geografica e linguistica di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera).

⁸ Si veda M. Manente, *Economia del turismo e gestione del territorio: analisi dei flussi e impatto economico*. In CNR, *XVI Rapporto sul Turismo Italiano*, Milano, FrancoAngeli, 2010.

Capitolo 2. La spesa media pro capite giornaliera: evoluzione storica

L'analisi della *performance* economica del turismo trentino trova la sua sintesi più efficace nell'indicatore della spesa media giornaliera, una metrica che permette di superare la mera logica dei volumi fisici per intercettare il reale valore aggiunto generato dalla permanenza dell'ospite sul territorio. Osservando la serie storica dell'ultimo decennio, emerge con chiarezza come il posizionamento di mercato della destinazione abbia subito una progressiva rivalutazione, culminata nelle evidenze dell'ultimo anno.

Per il 2025 la spesa media giornaliera pro capite del turista in Trentino si è attestata a 148,6 euro ([figura 1](#) e [tavola 1](#)). Tale valore non costituisce un dato isolato, bensì il punto di arrivo di una traiettoria di crescita costante che evidenzia un incremento nominale decisamente significativo rispetto quanto rilevato in occasione delle precedenti indagini: si registra infatti una variazione positiva del +26,9% rispetto al *benchmark* pre-pandemico del 2018 (quando il valore a prezzi correnti si fermava a 117,1 euro) e addirittura del +47,7% nel confronto di lungo periodo con il 2013 (100,6 euro). Sebbene una quota rilevante di questo aumento sia fisiologicamente imputabile alla spinta inflattiva che ha interessato l'Area euro e i costi energetici nell'ultimo triennio, l'analisi disaggregata dei panieri di consumo esprime l'esistenza di una componente di crescita reale. I dati indicano un generale spostamento della domanda verso servizi di qualità superiore e una maggiore propensione all'acquisto di esperienze a valore aggiunto, confermando una maturazione del profilo del visitatore che sceglie il Trentino.

Tav. 1 – Spesa media giornaliera pro capite annua per le principali variabili di analisi. Anni 2013-2018-2025

(valori in euro a prezzi correnti)

	2013	2018	2025
Totale	100,6	117,1	148,6
- totale con seconde case	81,7	-	-
<i>Provenienza</i>			
Italiani	73,9	111,8	139,7
Stranieri	108,1	126,8	162,6
<i>Settore</i>			
Alberghi	113,8	127,0	166,6
Extralberghi	66,0	89,5	101,9
<i>Categoria</i>			
Alberghi (1, 2, 3 stelle)	104,4	117,1	149,3
Alberghi (3 superior, 4 e 4 superior, 5 stelle)	142,0	139,3	185,3
Extralberghi (B&B, affittacamere, agriturismi, ecc. esclusi CAV e campeggi)	80,0	109,1	128,1
Campeggi	61,6	63,2	72,3
Case e alloggi per vacanza (CAV)	62,8	110,3	123,3
Seconde case	60,0	-	-

	2013	2018	2025
<i>Ambito territoriale</i>			
Terme e laghi minori	59,1	84,3	89,5
Alta montagna a sviluppo intensivo	95,7	128,0	161,6
Media montagna di prossimità	74,1	104,0	146,5
Città, affari e cultura	109,8	123,2	168,0
Area Garda e Ledro	80,7	114,9	143,7
Aree natura & benessere e altre aree	59,5	108,3	113,8

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, anni vari

L'incremento non è uniforme. La spesa dei turisti che alloggiano in strutture alberghiere è salita a 166,6 euro (era 127,0 euro nel 2018), mentre quella nel comparto extralberghiero si ferma a 101,9 euro, pur mostrando una dinamica di crescita più accelerata in termini relativi rispetto al passato (+13,8% sul 2018), segno di una professionalizzazione dell'offerta da parte dei B&B e delle strutture che operano nell'agriturismo.

La polarizzazione della spesa risulta ancora più evidente analizzando le categorie alberghiere. Le strutture alberghiere di fascia medio-alta (3 stelle Superior, 4 e 5 stelle) registrano una spesa media giornaliera di 185,3 euro, un valore che distanzia nettamente quello delle categorie inferiori (1, 2 e 3 stelle standard), ferme a 149,3 euro. Tale divario (36 euro giornalieri) conferma la premialità riconosciuta dal mercato agli investimenti in riqualificazione e servizi di eccellenza. Nel segmento degli alberghi di categoria elevata si intercetta infatti la clientela "alto-spendente" che non si limita all'acquisto del pernottamento, ma fruisce intensamente dei servizi interni (*wellness*, ristorazione *gourmet*) ed esterni.

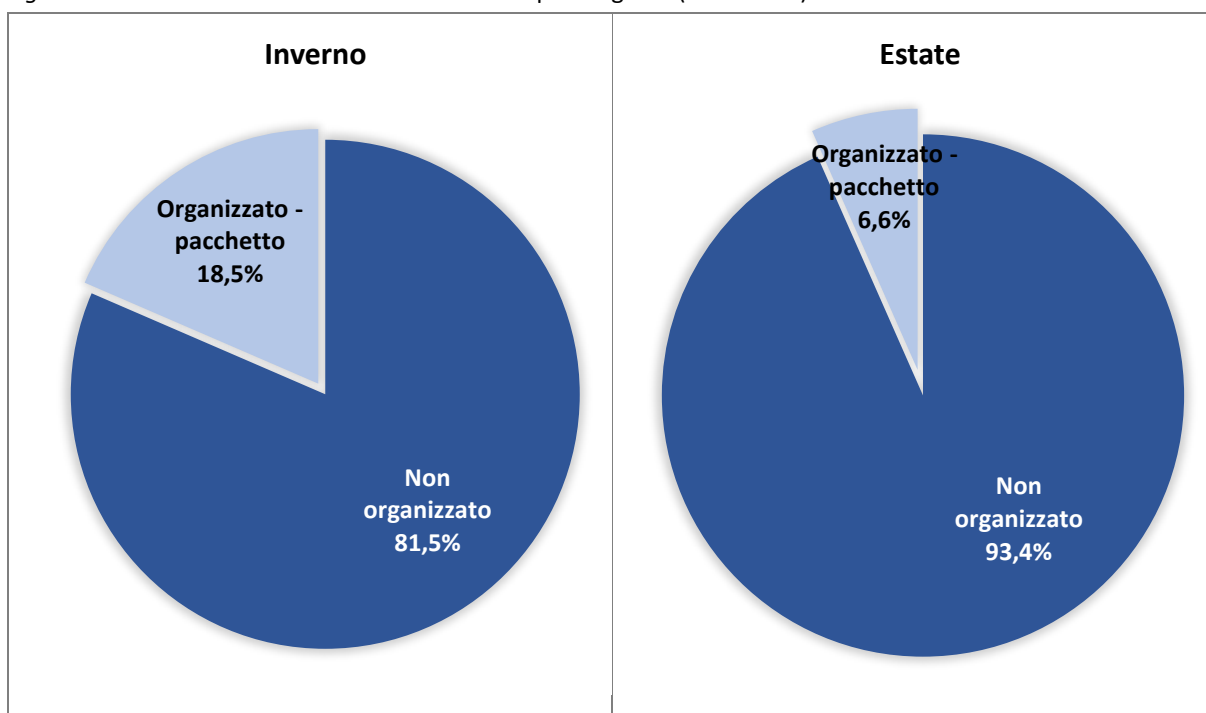
Parallelamente, nell'universo extralberghiero, si osserva una forte varianza: mentre i campeggi, pur in crescita, mantengono una spesa media contenuta (72,3 euro), coerente con la tipologia di vacanza *open-air*, le forme ricettive più strutturate come *bed and breakfast* (B&B), affittacamere e agriturismi salgono a 128,1 euro, avvicinandosi ormai alle *performance* degli hotel di fascia base, a testimonianza di un'evoluzione qualitativa che ha trasformato queste soluzioni da alternative economiche a vere e proprie scelte esperienziali.

Una seconda linea di analisi riguarda la provenienza dei flussi, che conferma il ruolo cruciale della componente internazionale per la tenuta economica del sistema. Il differenziale di capacità di spesa tra turisti stranieri e turisti domestici si è ulteriormente consolidato: nel 2025 il turista straniero spende mediamente 162,6 euro al giorno, contro i 139,7 euro del turista italiano. Questo *gap*, pari a circa 23 euro giornalieri, sottolinea l'importanza strategica dei mercati esteri (*in primis* l'area DACH) non solo per garantire i volumi di presenze nei periodi di spalla, ma soprattutto per innalzare la redditività media delle imprese, essendo il cliente internazionale storicamente più propenso al consumo di servizi accessori e considerando che la componente straniera tende ad avere soggiorni medi leggermente più lunghi.

Infine, la disaggregazione territoriale dei dati restituisce una geografia della spesa tutt'altro che omogenea, strettamente correlata alla vocazione dei singoli ambiti⁹. Il primato spetta all'ambito "Città, affari e cultura" (Trento, Rovereto e assi urbani), che con 168,0 euro medi giornalieri supera persino le rinomate destinazioni dello sci, beneficiando probabilmente del mix tra turismo *leisure* culturale e turismo *business*, quest'ultimo caratterizzato da *budget* di spesa tipicamente più elevati. Seguono a breve distanza le aree di "Alta montagna a sviluppo intensivo" (161,6 euro), dove il costo dello *skipass* e dei servizi invernali incide notevolmente sul paniere. Più distanziati appaiono gli ambiti lacustri (Area Garda e Ledro a 143,7 euro) e quelli legati al termalismo o alla natura (89,5 euro per Terme e laghi minori e 113,8 per le Aree natura & benessere e altre aree), dove prevale un turismo più stanziale e contemplativo, spesso associato a soggiorni più lunghi ma con una spesa giornaliera più contenuta.

L'analisi delle modalità di organizzazione della vacanza offre uno spaccato sul grado di autonomia del turista e sulla struttura della filiera distributiva che intercetta i flussi diretti verso il Trentino (figura 2). I dati confermano la tendenza globale alla disintermediazione, favorita dalla pervasività delle piattaforme digitali (*online travel agencies* – OTA e siti diretti), ma evidenziano anche una significativa asimmetria tra i due prodotti stagionali dettata dalla diversa complessità logistica ed economica della vacanza.

Fig. 2 – Livello di intermediazione della vacanza per stagione (anno 2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, 2024-2025

⁹ Per la composizione dei *cluster* turistici, si veda la Nota metodologica.

La stagione invernale mantiene infatti una quota rilevante di turismo intermediato o organizzato tramite pacchetto, che si attesta al 18,5% del totale, lasciando al “fai-da-te” l’81,5% del mercato. Sebbene la prenotazione diretta sia dominante, la percentuale di viaggi organizzati in inverno è quasi tripla rispetto all’estate. Come evidenziato in molte analisi del Ciset¹⁰ sulla filiera distributiva, la vacanza sulla neve si configura come un prodotto “complesso” e ad alto costo, composto da più elementi rigidi (*skipass*, noleggio, scuola sci, *transfer*). Questa complessità spinge una parte della domanda – specialmente quella internazionale o proveniente da lungo raggio – ad affidarsi a *tour operator* specializzati o ad agenzie che garantiscono un pacchetto “chiavi in mano”, riducendo il rischio percepito e ottimizzando la logistica degli spostamenti.

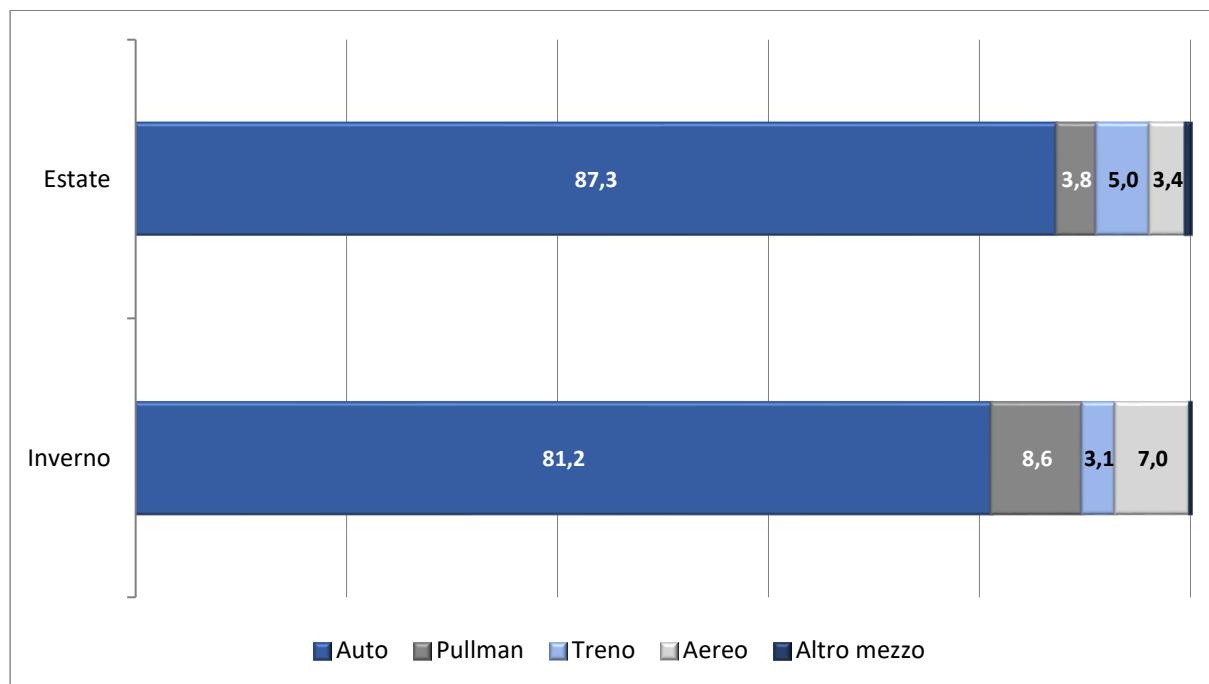
Molto diverso è lo scenario della stagione estiva, dove la disintermediazione raggiunge livelli quasi assoluti. La quota dei viaggi “non organizzati” sale al 93,4%, riducendo il turismo a pacchetto a una nicchia residua (6,6%). Questa polarizzazione riflette la natura stessa del turismo estivo alpino: più flessibile, spesso stanziale o itinerante in modo autonomo (*trekking*, laghi), e dominato da una componente domestica o di prossimità (area DACH) che possiede un’elevata familiarità con la destinazione.

Le modalità di accesso al territorio provinciale rappresentano, infine, un indicatore fondamentale per comprendere le esigenze di mobilità interna del turista ([figura 3](#)). Il dato macroscopico che emerge trasversalmente per entrambe le stagioni è la notevole incidenza sul sistema turistico trentino del trasporto su gomma privato. L’automobile si conferma il vettore principale dell’accessibilità alpina, scelta dall’87,3% dei visitatori in estate e dall’81,2% in inverno. Tale predominanza risponde alla necessità di gestire il cosiddetto “ultimo miglio” nelle valli e di trasportare attrezzature ingombranti (sci, biciclette), garantendo quella flessibilità di spostamento che il trasporto pubblico locale, per vincoli orografici, non sempre può assicurare in modo capillare.

È osservando le variazioni stagionali delle quote minoritarie che si colgono le dinamiche più interessanti dal punto di vista economico e logistico. La stagione invernale, pur rimanendo dominata dall’auto, registra una significativa apertura verso forme di trasporto collettivo o a lungo raggio, coerentemente con la maggiore incidenza dei pacchetti organizzati. L’utilizzo del pullman (bus turistici o navette *charter*) più che raddoppia rispetto all’estate, passando dal 3,8% all’8,6%. Questo dato riflette l’importanza dei “corridoi della neve” organizzati dai *tour operator*, specialmente dai mercati dell’Est Europa (Polonia, Repubblica Ceca), che movimentano grandi volumi di sciatori verso le Dolomiti tramite gomma pesante.

¹⁰ Centro Internazionale di Studi sull’Economia Turistica, Università Ca’ Foscari Venezia.

Fig. 3 – Mezzi di trasporti prevalenti utilizzati per arrivare nelle località di vacanza per stagione (anno 2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, 2024-2025

Ancora più rilevante è il dato relativo al trasporto aereo, che in inverno sale al 7,0% (contro il 3,4% estivo). Va precisato che, trattandosi di una rilevazione sul mezzo “prevalente”, questo valore intercetta i flussi internazionali a medio-lungo raggio (ad esempio Regno Unito, Scandinavia, Stati Uniti) che atterrano negli *hub* aeroportuali limitrofi (Verona, Bergamo, Venezia, Monaco) per poi raggiungere la destinazione finale tramite *transfer*. La crescita di questa voce è un segnale di qualità: indica la capacità del territorio di attrarre mercati lontani e alto-spendenti, disposti ad affrontare una logistica di viaggio complessa pur di sciare in Trentino. Al contrario, la stagione estiva vede una contrazione di queste modalità “organizzate” a favore di una mobilità quasi totalmente autonoma, con l’auto che sfiora il 90% delle preferenze. Unica eccezione è il treno, che registra una *performance* migliore nei mesi caldi (5,0% contro il 3,1% invernale), probabilmente favorita da un turismo più leggero (*backpackers*, *city break* urbani) o dall’utilizzo della ferrovia del Brennero per l’accesso dei cicloturisti dal Nord Europa, meno vincolati dal trasporto di attrezzatura sciistica pesante.

Capitolo 3. Dinamiche stagionali e funzioni di consumo

3.1 La stagione invernale 2024/2025

Nel tessuto economico del turismo trentino, la componente stagionale determina profonde oscillazioni nella composizione del valore aggiunto generato. Sebbene negli ultimi anni si sia assistito a un progressivo allungamento della stagionalità e a una valorizzazione dei mesi estivi e autunnali, il semestre freddo conserva ancora inalterato il suo ruolo di *asset premium* del sistema provinciale. La cosiddetta *white economy* si configura, infatti, come un'industria ad alta intensità di capitale e di servizi, capace di attivare una filiera di spesa estremamente articolata¹¹. A differenza della fruizione estiva, che può talvolta limitarsi a costi di soggiorno e vitto, l'esperienza turistica invernale impone l'accesso a un paniere di beni e servizi complementari onerosi e indispensabili – dagli impianti di risalita al noleggio delle attrezzature, dalle scuole di sci all'intrattenimento in quota – che moltiplicano le occasioni di consumo giornaliero. Questa complessità strutturale dell'offerta seleziona naturalmente una domanda caratterizzata da una più elevata capacità di spesa, rendendo la *performance* invernale cruciale per la sostenibilità dei bilanci aziendali e per il PIL provinciale.

I dati dell'indagine confermano l'inverno come la stagione a più alto valore aggiunto per l'economia trentina ([tavola 2](#)). La spesa media giornaliera nella stagione invernale 2024/2025 ha raggiunto i 178,8 euro, contro i 136,4 euro del 2017/2018. L'analisi disaggregata delle voci di spesa non rivela soltanto un aumento dei volumi monetari, ma evidenzia una modificazione nella struttura stessa del *budget* dell'ospite. Confrontando i dati attuali con lo storico 2012-2018 emerge infatti una progressiva rigidità della struttura di costo della vacanza sulla neve, dove le voci "incomprimibili" (alloggio e pratica sportiva) hanno eroso significativi margini di spesa precedentemente destinati ai consumi voluttuari o accessori¹².

Il dato più significativo riguarda l'incidenza del pernottamento, che nel 2025 arriva ad assorbire oltre la metà del *budget* giornaliero (52,3%, pari a 93,6 euro), segnando una discontinuità evidente rispetto al passato, quando tale voce oscillava intorno al 42% ([figura 4](#)). Questa dinamica riflette un *trend* macroeconomico internazionale che vede l'industria dell'ospitalità esposta a una forte pressione sui costi operativi (energia, personale, materie prime), traslata sui prezzi finali. Ma l'aumento della spesa per l'alloggio riflette anche un cambiamento nelle modalità di fruizione, con una preferenza per formule ricettive più complete (come la mezza pensione in hotel di fascia medio-alta) che finiscono per inglobare parte della spesa alimentare precedentemente contabilizzata sotto la voce "ristorazione e alimentari".

Non a caso, la spesa per ristorazione e alimentari mostra una contrazione in termini sia relativi che assoluti, scendendo a 31,6 euro (17,7% del totale) contro i 42,5 euro del 2018. Questo fenomeno sottende un comportamento del turista che tende a razionalizzare i pasti esterni o a prediligere pacchetti *all-inclusive* o *half-board*, spostando di fatto il flusso di cassa dal ristorante all'albergatore. Similmente, la voce "Altre spese" (*shopping*, artigianato, trasporti locali) si contrae all'8,1% del *budget*, confermando la tendenza globale, evidenziata anche da recenti studi di Mastercard Economics

¹¹ Si veda lo studio condotto da PwC per ANEF ([Il turismo montano moltiplicatore di investimenti per le economie locali](#), 16 marzo 2026).

¹² Si tratta di un fenomeno che trova riscontro in molte analisi sul turismo alpino dell'arco europeo.

Institute sui flussi turistici in Europa¹³, che vede i viaggiatori privilegiare l'acquisto di "esperienze" (il soggiorno, lo sport) a discapito dei "beni" materiali.

Tav. 2 – Spesa media giornaliera pro capite per le principali funzioni di spesa (inverno 2012/2013 – 2017/2018 – 2024/2025)

(valori in euro a prezzi correnti e composizioni percentuali)

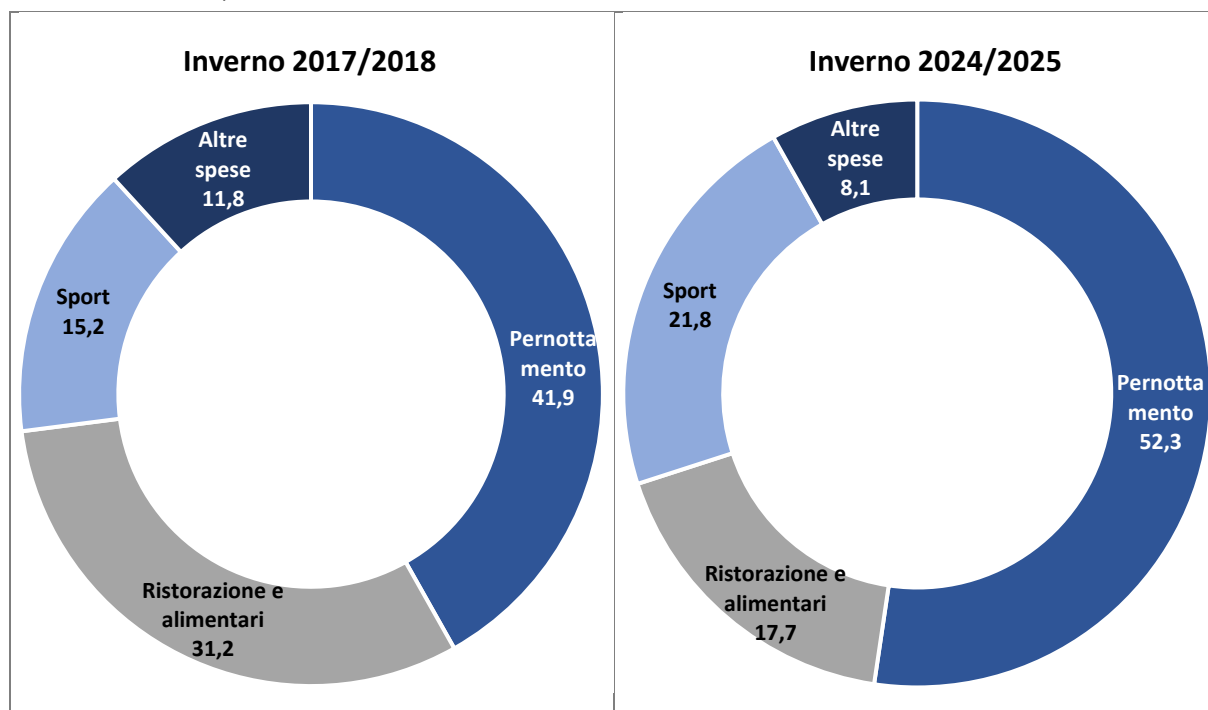
Macro funzione di spesa	Inverno 2012/2013		Inverno 2017/2018		Inverno 2024/2025	
	Spesa giornaliera pro capite	Comp. %	Spesa giornaliera pro capite	Comp. %	Spesa giornaliera pro capite	Comp. %
Totale	130,4	100,0	136,4	100,0	178,8	100,0
Pernottamento	55,1	42,3	57,1	41,9	93,6	52,3
Ristorazione e alimentari	27,7	21,2	42,5	31,2	31,6	17,7
Sport	30,3	23,2	20,8	15,2	39,0	21,8
Altre spese	17,3	13,3	16,1	11,8	14,6	8,1
Totale senza pernottamento	75,3	57,7	79,3	58,1	85,2	47,7

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica – stagioni invernali, anni vari

La seconda voce per importanza del paniere invernale si conferma essere lo sport, che con 39,0 euro medi giornalieri raggiunge un'incidenza del 21,8%, in forte crescita rispetto al 15,2% del 2018. Questo dato quantifica la cosiddetta "inflazione da sci" legata all'aumento dei costi di gestione degli impianti e dell'innevamento programmato, ma testimonia anche l'alta propensione alla spesa del turista attivo. Lo sci agisce di fatto come un bene a domanda rigida: chi sceglie la montagna d'inverno difficilmente rinuncia allo *skipass* o al noleggio, accettando i rincari a fronte della garanzia del servizio.

¹³ Si vedano il Rapporto annuale sui flussi turistici globali e l'indagine *Experience Economy in Europe* del Mastercard Economics Institute (<https://www.mastercard.com/am/en/news-and-trends/Insights/2024/travel-trends-2024-breaking-boundaries.html>).

Fig. 4 – Composizione percentuale della spesa media pro capite giornaliera (inverno 2017/2018 e inverno 2024/2025)



Fonte: ISPAT – Indagine sulla spesa turistica – stagioni invernali 2017/2018 e 2024/2025

L'analisi disaggregata per tipologia ricettiva relativa alla stagione invernale 2024/2025 permette di delineare due profili di turista economicamente distinti, non solo per capacità di spesa complessiva, ma per la diversa allocazione delle risorse all'interno del paniere di consumo. Il divario in termini di valore assoluto appare netto: il turista che soggiorna in strutture alberghiere genera una spesa media giornaliera di 189,3 euro, superiore di oltre il 49% rispetto ai 126,8 euro registrati nel comparto extralberghiero ([tavola 3](#)). Tale differenziale riflette una diversa composizione interna delle voci di spesa. La componente prevalente nel distanziare i due segmenti è infatti il costo del pernottamento: per l'ospite alberghiero questa voce ammonta a 102,6 euro (assorbendo il 54,2% del *budget* totale), valore più che doppio rispetto ai 49,1 euro spesi da chi alloggia in B&B, agriturismo, campeggi o appartamenti (38,7% del totale). Tale discrepanza si spiega non solo per un diverso posizionamento di prezzo, ma anche per una diversa configurazione del servizio: la tariffa alberghiera, incorporando spesso la mezza pensione o la pensione completa, internalizza una quota rilevante della spesa alimentare. Tra le strutture extralberghiere sono inclusi inoltre i campeggi, che solitamente presentano un costo a persona più contenuto rispetto ad altre tipologie di sistemazioni.

Si osserva inoltre un'inversione di tendenza: il turista extralberghiero spende mediamente di più per i beni alimentari (39,4 euro, pari al 31,1% del suo *budget*) rispetto al turista alberghiero (30,0 euro, pari al 15,9%). Mentre l'ospite dell'hotel consuma infatti i pasti principali all'interno della struttura (costo contabilizzato nella voce pernottamento), l'ospite dell'extralberghiero attiva maggiormente la filiera della ristorazione locale e del commercio al dettaglio, distribuendo la propria spesa sul territorio in modo più capillare.

L'analisi della voce sport conferma la correlazione positiva tra la scelta di strutture ricettive di fascia alta e la propensione alla pratica attiva dello sci. Il turista alberghiero destina allo sport 41,6 euro al giorno, contro i 26,3 euro del turista extralberghiero. Nel comparto extralberghiero si colloca quindi probabilmente una quota più rilevante di turisti o famiglie che cercano di ottimizzare il costo complessivo della vacanza riducendo la frequenza di accesso alle piste. Osservando infine il totale della spesa al netto del pernottamento (il cosiddetto "indotto vivo" sul territorio), il divario si riduce ma non si annulla: l'ospite alberghiero immette nel sistema dei servizi e del commercio circa 86,7 euro al giorno, contro i 77,7 euro dell'ospite extralberghiero, confermando comunque il primo come un *driver* economico più potente per l'intera filiera turistica invernale.

Tav. 3 – Spesa media giornaliera pro capite per tipo di struttura ricettiva e principali funzioni di spesa (inverno 2024/2025)

(valori in euro a prezzi correnti e composizioni percentuali)

Macro funzione di spesa	Alberghi		Extralberghi	
	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale
Totale	189,3	100,0	126,8	100,0
Pernottamento	102,6	54,2	49,1	38,7
Ristorazione e alimentari	30,0	15,9	39,4	31,1
Sport	41,6	22,0	26,3	20,7
Altre spese	15,1	8,0	12,0	9,5
Totale senza pernottamento	86,7	45,8	77,7	61,3

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

L'analisi di dettaglio all'interno del comparto alberghiero, distinto per livello qualitativo dell'offerta, permette di isolare con maggiore precisione le determinanti della spesa turistica ([tavola 4](#)). Il confronto tra il *cluster* di fascia media (1, 2 e 3 stelle) e il *cluster* di fascia alta (3 stelle Superior, 4 e 5 stelle) rivela una dinamica di spesa duale: se da un lato il valore complessivo della vacanza diverge marcatamente, dall'altro i comportamenti di consumo extraricettivi mostrano una certa convergenza. In termini generali, il dato aggregato certifica il premio di prezzo riconosciuto all'offerta di qualità: il turista che soggiorna nelle strutture di fascia alta sostiene una spesa media giornaliera di 205,3 euro, superando di oltre 32 euro il valore registrato nel segmento inferiore, che si attesta a 173,2 euro. Tuttavia, scomponendo il paniere, appare evidente come questa "forbice" sia generata quasi interamente dalla voce pernottamento: per le categorie superiori il costo della camera sale a 117,4 euro (assorbendo il 57,2% del *budget* totale), contro gli 87,7 euro delle categorie base (50,6%). Il differenziale di spesa è assorbito quindi internamente dalla struttura ricettiva per remunerare i servizi di *hôtellerie* più sofisticati (*wellness*, *comfort*, servizi in camera).

L'aspetto economicamente più rilevante emerge però analizzando il totale della spesa senza pernottamento, ovvero la ricchezza distribuita sul territorio per servizi, vitto e attività. In questo ambito, il divario tra i due profili di turista si assottiglia fino quasi ad annullarsi: il turista "*premium*"

spende sul territorio 87,9 euro al giorno, una cifra quasi identica agli 85,6 euro spesi dal turista delle categorie base, segno che, una volta usciti dall'hotel, i turisti invernali fruiscono del territorio in modo quasi omogeneo. La spesa per lo sport è infatti praticamente uguale in valore assoluto (42,3 euro per la fascia alta contro 40,9 euro per la fascia media), confermando ancora una volta la natura di "costo fisso" dello sci: lo *skipass* e le attrezzature hanno un prezzo di mercato unico che impatta trasversalmente su tutti i segmenti di clientela, pur pesando percentualmente di più sul *budget* di chi alloggia in strutture economiche (23,6% contro 20,6%). Ancora più significativa è la dinamica della ristorazione: in termini assoluti, la spesa è addirittura leggermente superiore nel segmento 1-3 stelle (30,3 euro) rispetto al segmento lusso (29,8 euro). Ciò si spiega con la maggiore diffusione, negli hotel a 4 e 5 stelle, di formule di mezza pensione o pensione completa di alta qualità che disincentivano il consumo di pasti esterni, mentre la clientela di fascia media tende a rivolgersi più frequentemente alla ristorazione locale (rifugi, pizzerie, ristoranti), attivando in misura maggiore la filiera enogastronomica territoriale.

Tav. 4 – Spesa media giornaliera pro capite alberghiera per categoria alberghiera e principali funzioni di spesa (inverno 2024/2025)

(valori in euro a prezzi correnti e composizioni percentuali)

Macro funzione di spesa	Alberghi 1, 2 e 3 stelle		Alberghi 3s, 4, 4s e 5 stelle	
	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale
Totale	173,2	100,0	205,3	100,0
Pernottamento	87,7	50,6	117,4	57,2
Ristorazione e alimentari	30,3	17,5	29,8	14,5
Sport	40,9	23,6	42,3	20,6
Altre spese	14,3	8,3	15,8	7,7
Totale senza pernottamento	85,6	49,4	87,9	42,8

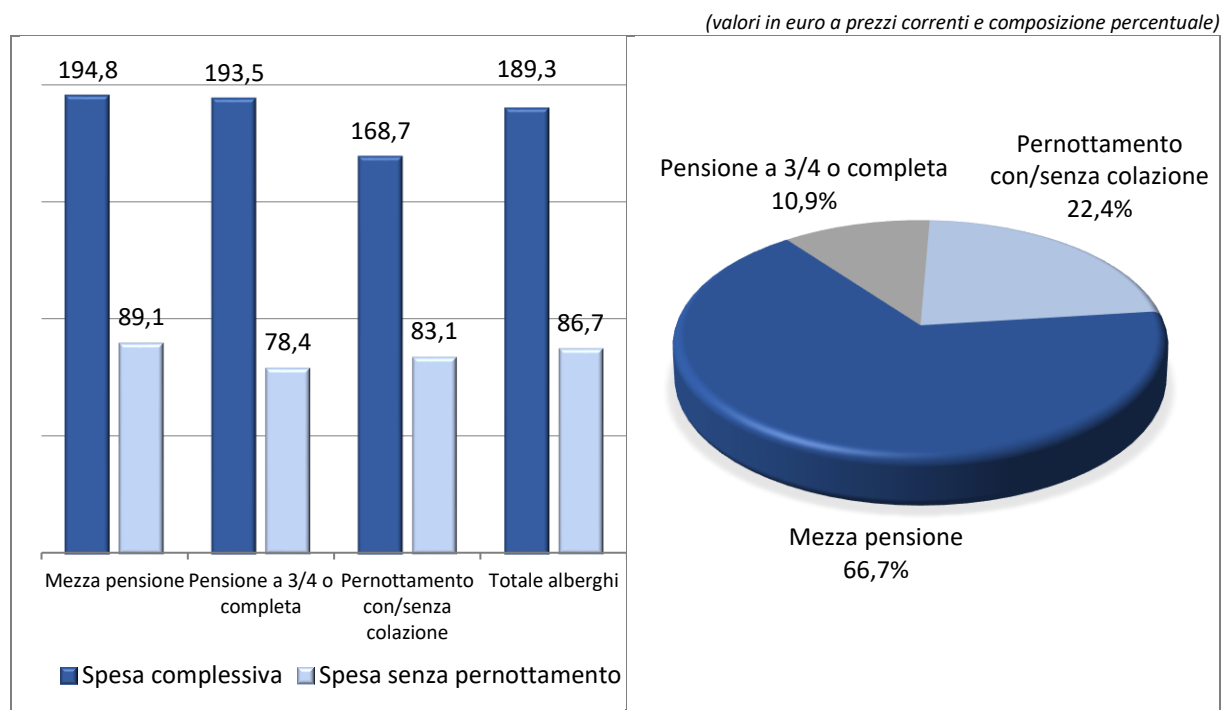
Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

L'analisi disaggregata della spesa turistica nel comparto alberghiero offre un'ulteriore chiave interpretativa sulle dinamiche di consumo, evidenziando una stretta correlazione tra la propensione all'esborso giornaliero e il grado di integrazione dei servizi inclusi nella tariffa di alloggio ([figura 5](#)). In termini di volumi di scelta, il mercato invernale conferma una marcata propensione verso il trattamento di mezza pensione, preferito dal 66,7% dei nuclei turistici, seguito dalla formula "bed & breakfast" (pernottamento e prima colazione) scelta dal 22,4% degli ospiti. Meno rilevanti, seppur indicative di specifiche nicchie di mercato, risultano le quote assorbite dalla pensione completa (10,9%). Sotto il profilo economico, la spesa media giornaliera pro capite registra il valore massimo in corrispondenza della mezza pensione (194,8 euro), seguita a breve distanza dalla pensione completa (193,5 euro). Al contrario, l'opzione solo pernottamento manifesta una contrazione del *budget* complessivo, fermandosi a 168,7 euro.

Risulta interessante il dato relativo alla spesa al netto del pernottamento. Si osserva infatti una correlazione inversa tra il grado di inclusività del trattamento e l'esborso sul territorio: mentre chi

usufruisce della mezza pensione genera l'indotto accessorio più elevato (89,1 euro), per i fruitori della pensione completa (78,4 euro) tale valore flette in modo significativo. Questo dato conferma una maggiore propensione al consumo di servizi esterni e attività complementari da parte di chi non è vincolato a un regime di pensione integrale.

Fig. 5– Spesa media giornaliera pro capite alberghiera per tipo di trattamento e incidenza percentuale delle modalità di trattamento (inverno 2024/2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

L'approfondimento che incrocia la provenienza dell'ospite con la tipologia ricettiva scelta restituisce una fotografia nitida della gerarchia economica dei flussi turistici in Trentino ([tavola 5](#)). Il dato generale conferma il ruolo del turista straniero come *"top spender"*: con una spesa media giornaliera complessiva di 192,0 euro, il visitatore internazionale supera di oltre 22 euro il valore espresso dalla domanda domestica (169,4 euro), un differenziale che si amplia ulteriormente se si focalizza l'attenzione sul solo segmento alberghiero.

È proprio nel *cluster* "Stranieri in albergo" che si registra il massimo di valore aggiunto per l'economia provinciale. Questa tipologia di ospite sostiene una spesa giornaliera media di 210,0 euro, staccando nettamente la controparte italiana che, nella medesima tipologia ricettiva, si ferma a 176,3 euro. Analizzando la composizione di questo divario (pari a circa 34 euro al giorno), si nota come la voce preponderante sia il costo del pernottamento: gli stranieri pagano mediamente per la stanza 113,6 euro contro i 95,7 euro degli italiani. Tale differenza riflette la maggiore propensione della clientela estera a prenotare strutture di categoria superiore (4 o 5 stelle) o camere *premium*, confermando un posizionamento di mercato più elevato.

Tav. 5 – Spesa media giornaliera pro capite per provenienza, tipo di struttura ricettiva e principali funzioni di spesa (inverno 2024/2025)

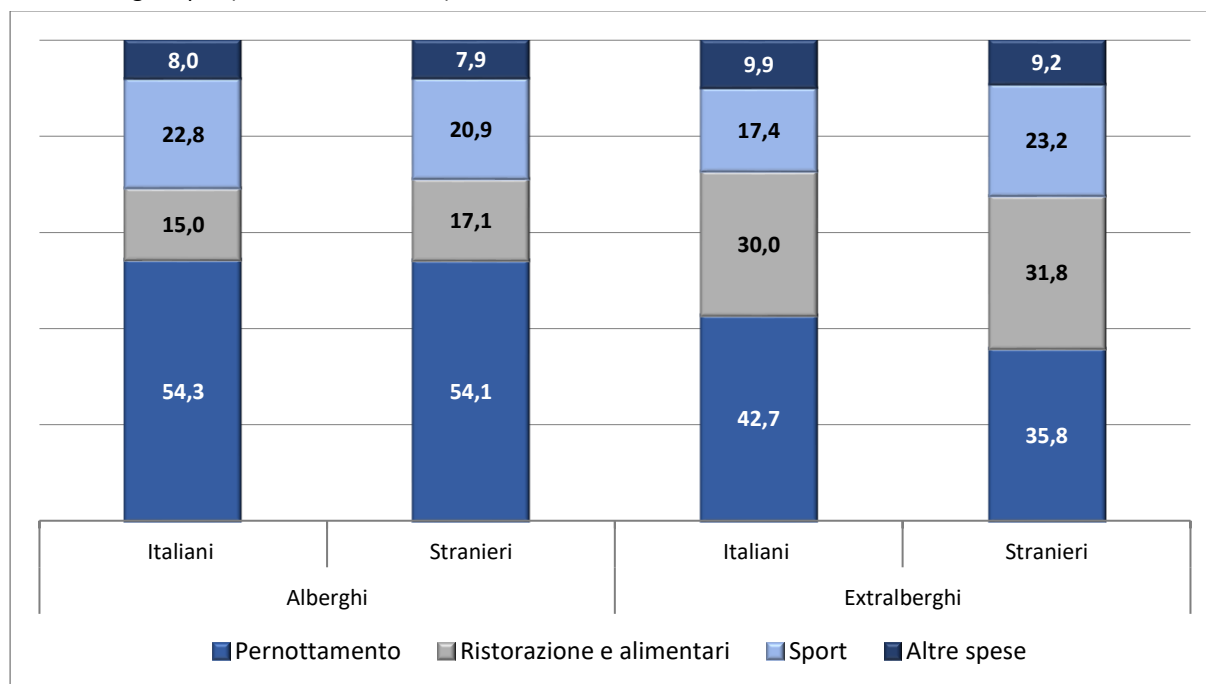
Macro funzione di spesa	(valori in euro a prezzi correnti)					
	Italiani			Stranieri		
	Alberghi	Extralberghi	Totale	Alberghi	Extralberghi	Totale
Totale	176,3	121,6	169,4	210,0	130,8	192,0
Pernottamento	95,7	52,0	90,2	113,6	46,9	98,4
Ristorazione e alimentari	26,4	36,5	27,7	35,8	41,6	37,2
Sport	40,2	21,1	37,8	43,9	30,3	40,8
Altre spese	14,1	12,1	13,8	16,6	12,0	15,6
Totale senza pernottamento	80,7	69,7	79,3	96,4	83,9	93,5

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

Il contributo del turista internazionale non si esaurisce nella tariffa della camera, ma genera un effetto traino superiore anche sull'indotto territoriale ([figura 6](#)). Osservando il “totale senza pernottamento” per chi alloggia in hotel, emerge che il turista straniero immette nell'economia locale (ristoranti, rifugi, negozi, servizi) 96,4 euro al giorno, contro gli 80,7 euro dell'italiano. Particolarmente significativa è la dinamica della ristorazione: pur usufruendo spesso dei servizi interni all'hotel, il turista straniero spende 35,8 euro in pasti e alimentari, sensibilmente più dei 26,4 euro spesi dal turista italiano in hotel. Questo dato riflette abitudini di consumo diverse: una maggiore frequenza di pranzi completi in rifugio, una più alta propensione all'acquisto di vini o prodotti tipici, o semplicemente un minor ricorso a formule di risparmio sui pasti extralberghieri. Anche sul fronte dello sport, il turista estero mantiene il primato con una spesa di 43,9 euro (nel caso di soggiorno in hotel) contro i 40,2 euro dell'italiano, evidenziando una fruizione della montagna “ad alta intensità”, che include probabilmente non solo lo *skipass* ma anche il noleggio di attrezzatura e lezioni con maestri di sci.

Spostando l'analisi sul settore extralberghiero, il differenziale tra le due provenienze, seppur presente, tende a comprimersi. La spesa totale dei turisti stranieri (130,8 euro) supera quella degli italiani (121,6 euro) di circa 9 euro. In questo contesto, dove viene meno il servizio di ristorazione interno, entrambe le categorie mostrano una spesa alimentare elevata e molto simile (41,6 euro per gli stranieri e 36,5 euro per gli italiani), confermando come il turismo extralberghiero agisca da potente attivatore per la ristorazione diffusa e il commercio al dettaglio, indipendentemente dalla nazionalità dell'ospite.

Fig. 6 – Composizione percentuale della spesa media giornaliera pro capite per struttura ricettiva e provenienza degli ospiti (inverno 2024/2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

L'analisi delle determinanti della spesa turistica invernale trova nella motivazione del viaggio la sua variabile esplicativa più potente. La distinzione tra chi raggiunge il Trentino specificamente per la pratica dello sci e chi vi soggiorna per altre motivazioni (relax, natura, benessere) delinea due panieri di consumo strutturalmente diversi, in cui la rigidità dei costi sportivi gioca un ruolo cruciale nell'allocazione del *budget* giornaliero ([tavola 6](#)). Il *cluster* della "Vacanza per sci" si conferma infatti il segmento a più alta intensità finanziaria. In questo ambito, il turista straniero sfiora la soglia dei 200 euro medi giornalieri (199,0 euro), mentre la controparte italiana si attesta a un comunque rilevante 181,5 euro. La caratteristica distintiva di questo profilo è l'incidenza della voce Sport, che per entrambe le provenienze si fissa a 51,2 euro al giorno. Questo dato evidenzia la natura globale del mercato sciistico: il costo degli impianti e delle attrezzature è una variabile esogena e incompressibile che impatta in modo identico su tutti gli utenti, agendo come una "tassa d'ingresso" all'esperienza alpina. Questo elevato impegno economico costringe il turista italiano sciatore a una certa razionalizzazione delle altre voci, in particolare la ristorazione, che si ferma a 24,8 euro (contro i 36,6 euro del turista straniero).

Diametralmente opposta è la dinamica osservata nel segmento "Vacanza per altro motivo". Qui il volume complessivo della spesa scende, attestandosi a 173,0 euro per gli stranieri e 142,4 euro per gli italiani, a causa del forte ridimensionamento della voce sportiva (che diventa residuale, tra i 7 e i 12 euro). Tuttavia, l'assenza del "costo fisso" dello *skipass* genera un interessante effetto di sostituzione o riallocazione delle risorse. Venuto meno l'onere dell'attività sportiva, il turista italiano incrementa infatti significativamente la propria spesa per la convivialità: la voce Ristorazione e alimentari sale a 34,1 euro, superando di quasi 10 euro quanto speso dai connazionali sciatori. Ancor più marcato è il

comportamento del turista straniero non sciatore, che si rivela un *target* strategico per il tessuto commerciale e culturale: la voce “Altre spese” (*shopping*, musei, artigianato) balza a 31,4 euro, un valore quasi triplo rispetto ai 9,7 euro dello straniero impegnato sulle piste.

Tav. 6 – Spesa media giornaliera pro capite per motivazione della vacanza, provenienza e principali funzioni di spesa (inverno 2024/2025)

(valori in euro a prezzi correnti)

Macro funzione di spesa	Vacanza per sci		Vacanza per altro motivo	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
Totale	181,5	199,0	142,4	173,0
Pernottamento	93,5	101,5	82,6	90,1
Ristorazione e alimentari	24,8	36,6	34,1	38,8
Sport	51,2	51,2	7,8	12,7
Altre spese	12,1	9,7	17,8	31,4
Totale senza pernottamento	88,0	97,5	59,7	82,9

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

L’ultimo livello di approfondimento dell’indagine invernale introduce una variabile sociodemografica determinante: la composizione del nucleo di viaggio. I dati confermano che la capacità di spesa non è uniforme, ma segue una curva che raggiunge il suo apice nella fascia adulta centrale, per poi modificarsi nei segmenti più giovani o senior, e contrarsi in termini pro capite nei nuclei familiari ([tavola 7](#)).

Il segmento “*top performer*” per l’economia turistica trentina è rappresentato dai gruppi di “soli adulti tra i 36 e i 60 anni”. Questa categoria, verosimilmente nel pieno della propria capacità reddituale e professionale, registra una spesa media giornaliera di 205,8 euro. Si tratta di un turista che investe molto nell’alloggio (107,7 euro) e registra un valore molto alto per la ristorazione (41,1 euro), confermando una ricerca di esperienze enogastronomiche di qualità superiore. Interessante è però anche la *performance* del segmento “soli giovani (18-35 anni)”, che con 186,0 euro medi giornalieri smentisce lo stereotipo del turismo giovanile necessariamente *low-cost*. Sebbene la spesa per l’alloggio sia leggermente inferiore a quella degli adulti (97,3 euro), i giovani mostrano un elevato dinamismo nei consumi attivi: la spesa per lo sport è molto sostenuta (39,9 euro), così come quella per la ristorazione (37,8 euro), delineando il profilo di un visitatore che vive il territorio intensamente, tra piste da sci e socialità *après-ski*.

Diverso è il comportamento economico dei “soli over 65 anni”. Pur mantenendo una spesa media complessiva elevata (180,6 euro), la composizione del loro paniere riflette una fruizione della montagna meno legata all’agonismo. La voce sport scende infatti al minimo di categoria (26,3 euro), mentre sale al primo posto la voce “Altre spese” (23,2 euro). Questo dato, più che doppio rispetto ai giovani o alle famiglie, indica una elevata propensione all’acquisto di prodotti locali, artigianato, cultura e *shopping*, rendendo il turista *senior* un attore chiave per il commercio al dettaglio delle località turistiche. Infine, il dato relativo alle “famiglie con minori” mostra la spesa media pro capite

più contenuta, pari a 161,9 euro¹⁴. È tuttavia significativo notare come, anche in questo *cluster*, la spesa per lo sport rimanga molto alta (41,4 euro), addirittura superiore a quella dei soli giovani e degli adulti. Questo conferma che per le famiglie lo sci (scuola sci, noleggio per i bambini) rappresenta una voce di costo rigida e prioritaria, che viene compensata comprimendo le spese accessorie come lo *shopping* (fermo a 10,2 euro) e la ristorazione (27,1 euro).

Tav. 7 – Spesa media giornaliera pro capite per composizione anagrafica del nucleo e principali funzioni di spesa (inverno 2024/2025)

(valori in euro a prezzi correnti)

Macro funzione di spesa	Famiglie con minori	Solo over 65 anni	Solo giovani 18-35 anni	Solo adulti 36-60 anni	Over 18 anni senza minori
Totale	161,9	180,6	186,0	205,8	199,3
Pernottamento	83,2	100,6	97,3	107,7	103,0
Ristorazione e alimentari	27,1	30,4	37,8	41,1	33,8
Sport	41,4	26,3	39,9	36,6	47,3
Altre spese	10,2	23,2	11,1	20,4	15,2
Totale senza pernottamento	78,7	80,0	88,7	98,2	96,3

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

3.2 La stagione estiva 2025

Se l'analisi della stagione invernale restituisce l'immagine di un'industria turistica ad alta intensità di capitale, caratterizzata da barriere all'ingresso economiche più elevate e da una spesa concentrata su servizi rigidi (sci e impianti), lo scenario estivo risponde a logiche microeconomiche molto differenti. L'estate rappresenta per il Trentino una stagione a volumi più elevati ma a densità di valore pro capite strutturalmente diversa.

Il venir meno della voce di costo incompressibile rappresentata dallo *skipass* modifica in modo significativo la funzione di spesa del turista. La domanda diviene più elastica e il *budget* giornaliero, liberato dai costi fissi della pratica sportiva invernale, tende a frammentarsi in una miriade di micro-consumi esperienziali o a contrarsi, riflettendo una modalità di fruizione del territorio più "leggera" e accessibile. In questo contesto, la sfida per il Trentino non si gioca tanto sulla massimizzazione del ricavo per singola giornata, quanto sulla capacità di estendere la permanenza media e di valorizzare ambiti territoriali che d'inverno rimangono ai margini dei grandi flussi sciistici (come i laghi, i parchi naturali e i borghi).

I dati raccolti attraverso l'indagine estiva evidenziano un posizionamento di prezzo medio pro capite inferiore rispetto al picco invernale, ma cruciale per la sostenibilità annuale delle imprese ([tavola 8](#)).

¹⁴ Non si tratta di un dato che riflette necessariamente un minor benessere economico, ma di una spesa che viene distribuita su più componenti (i figli, non sempre completamente paganti), che abbassano la media aritmetica.

L'estate agisce come stabilizzatore del sistema, garantendo flussi di cassa essenziali e permettendo di ammortizzare i costi fissi strutturali su un arco temporale più vasto. All'interno di questa differenza strutturale si osserva anche come cambia la composizione del paniere quando il *driver* principale non è più lo sport "meccanizzato", ma la natura, il relax e la cultura.

Tav. 8 – Spesa media giornaliera pro capite per le principali funzioni di spesa (estate 2013-2018-2025)

(valori in euro a prezzi correnti e composizioni percentuali)

Macro funzione di spesa	Estate 2013		Estate 2018		Estate 2025	
	Spesa giornaliera pro capite	Comp. %	Spesa giornaliera pro capite	Comp. %	Spesa giornaliera pro capite	Comp. %
Totale	66,8	100,0	105,9	100,0	128,7	100,0
Pernottamento	31,2	46,7	59,2	55,9	72,1	56,1
Ristorazione e alimentari	18,6	27,8	27,6	26,1	33,4	26,0
Sport	1,4	2,1	0,9	0,8	2,1	1,7
Altre spese	15,6	23,4	18,3	17,3	21,0	16,3
Totale senza pernottamento	35,6	53,3	46,7	44,1	56,5	43,9

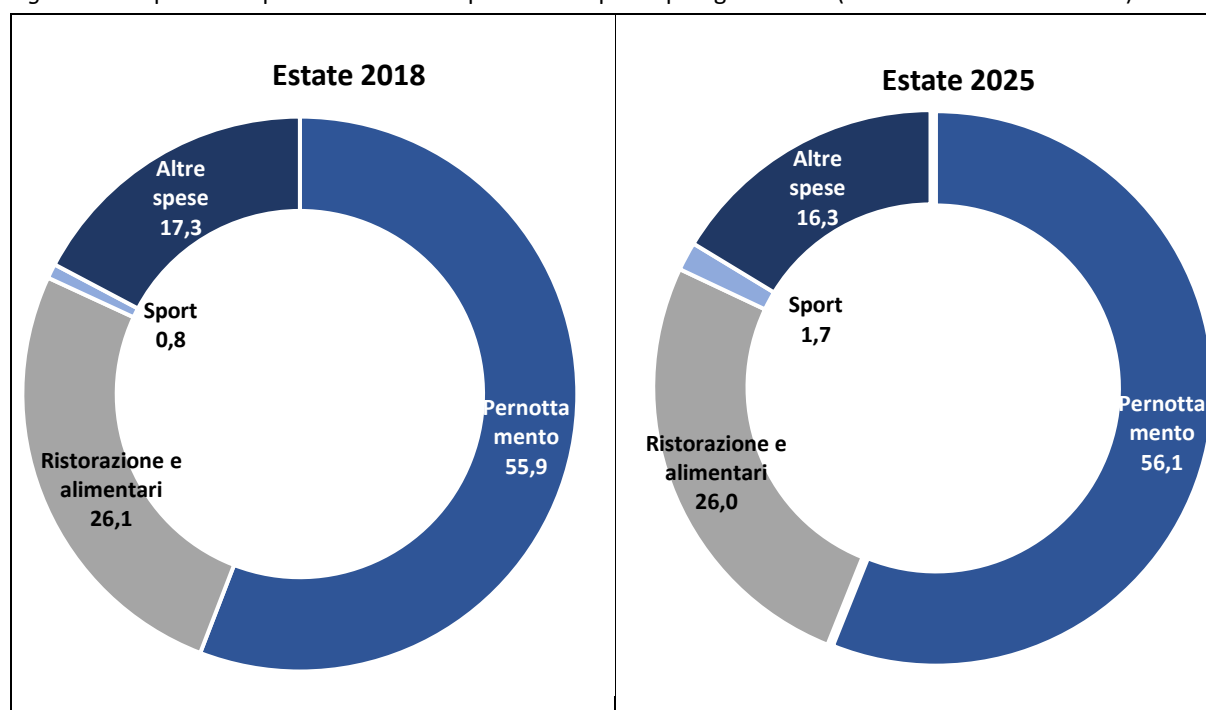
Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica – stagioni estive, anni vari

L'analisi dei dati relativi all'estate 2025 conferma la tesi di una strutturale diversità economica rispetto al semestre invernale. La spesa media giornaliera pro capite si attesta a 128,7 euro, un valore che, pur distanziandosi dai picchi invernali (inferiore di circa 50 euro rispetto ai 178,8 euro della *white economy*), segna una crescita robusta e costante nel tempo. Rispetto al 2018, quando il valore si fermava a 105,9 euro, l'incremento nominale è del 21,5%, ma appare ancora più significativo il confronto di lungo periodo con il 2013, anno in cui la spesa era di appena 66,8 euro. Questo raddoppio in dodici anni può rappresentare anche la capacità del Trentino di attrarre un turismo estivo sempre più qualificato e disposto a investire nella qualità del soggiorno.

La chiave di lettura, tuttavia, risiede nella ricomposizione interna del *budget* (figura 7). Se d'inverno la spesa è polarizzata, d'estate si assiste a una distribuzione più equilibrata ed omogenea delle risorse tra le diverse filiere. La voce pernottamento rimane predominante, assorbendo il 56,1% del totale (pari a 72,1 euro), una quota persino superiore a quella invernale. Questo dato riflette l'innalzamento qualitativo dell'offerta ricettiva trentina che, anche nei mesi caldi, riesce a sostenere prezzi medi in crescita grazie a investimenti in servizi *wellness* e *outdoor* che giustificano tariffe *premium*. La differenza più marcata rispetto alla stagione invernale emerge però analizzando le voci accessorie. La spesa per lo sport crolla drasticamente a soli 2,1 euro giornalieri (appena l'1,7% del totale), contro i quasi 40 euro dell'inverno. Questo sensibile calo, dovuto all'assenza di costi strutturali onerosi come lo *skipass* (la montagna estiva è un bene tendenzialmente "gratuito" o a basso costo d'accesso), libera una significativa capacità di spesa che il turista non risparmia, ma rialloca su altre voci. A beneficiare di questa riallocazione è *in primis* la filiera enogastronomica. La voce ristorazione e alimentari si attesta infatti al 26,0% del *budget* complessivo, con una spesa media di 33,4 euro, simile in livello alla spesa

media invernale pari a 31,6 euro, che incide però sul *budget* in modo decisamente superiore rispetto alla stagione invernale (che si fermava al 17,7%), segno che il turista estivo vive il territorio in modo più “aperto”, frequentando maggiormente ristoranti, malghe e negozi di prodotti tipici. Parallelamente, anche la voce Altre spese (shopping, cultura, artigianato, trasporti) registra una crescita importante raggiungendo i 21,0 euro giornalieri (16,3% del totale), un valore quasi doppio rispetto all’incidenza invernale. L’estate sembra quindi configurarsi come la stagione dello *shopping* e della scoperta culturale in cui il visitatore ha più tempo e risorse per dedicarsi all’acquisto di beni e alla fruizione di servizi ricreativi urbani o museali.

Fig. 7 – Composizione percentuale della spesa media pro capite giornaliera (estate 2018 e estate 2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagioni estive 2018 e 2025

Se a livello aggregato l’estate si caratterizza per una ripartizione più trasversale delle risorse, l’analisi disaggregata per tipologia ricettiva rivela comunque l’esistenza di due distinti modelli economici di vacanza ([tavola 9](#)). Anche nella stagione calda il comparto alberghiero funge da traino per il valore aggiunto complessivo, registrando una spesa media giornaliera di 147,5 euro, nettamente superiore ai 94,0 euro del comparto extralberghiero (+57% circa).

Tav. 9 – Spesa media giornaliera pro capite per tipo di struttura ricettiva e principali funzioni di spesa (estate 2025)

(valori in euro a prezzi correnti e composizioni percentuali)

Macro funzione di spesa	Alberghi		Extralberghi	
	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale
Totale	147,5	100,0	94,0	100,0
Pernottamento	89,1	60,5	40,8	43,4
Ristorazione e alimentari	32,8	22,2	34,5	36,7
Sport	2,1	1,4	2,2	2,4
Altre spese	23,4	15,9	16,5	17,5
Totale senza pernottamento	58,3	39,5	53,3	56,6

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, estate 2025

Il *driver* principale di questo divario rimane il costo del pernottamento, che per il turista alberghiero ammonta a 89,1 euro (assorbendo ben il 60,5% del *budget*), mentre per chi sceglie soluzioni alternative (B&B, agriturismi, campeggi, appartamenti) si ferma a 40,8 euro (43,4%). Questa forbice riflette la disponibilità dell'ospite dell'hotel a pagare un prezzo supplementare per il servizio e il comfort, una tendenza che d'estate si accentua ulteriormente grazie alla crescente richiesta di strutture dotate di piscine, spa e spazi verdi. Tuttavia, analizzando il "totale senza pernottamento" – ovvero la ricchezza riversata sul territorio per consumi attivi – le distanze si accorciano significativamente. Il turista in hotel spende sul territorio 58,3 euro al giorno, contro i 53,3 euro dell'ospite extralberghiero. La differenza di appena 5 euro testimonia come, al di fuori delle mura della struttura ricettiva, i comportamenti di consumo tendano a convergere verso uno standard comune di fruizione delle opportunità locali.

Un esempio di questa convergenza (o addirittura di sorpasso) si osserva nella voce ristorazione e alimentari. Qui, il turista extralberghiero spende in valore assoluto più della sua controparte in hotel: 34,5 euro (36,7% del *budget*) contro 32,8 euro (22,2%). Questo dato conferma il ruolo cruciale dell'extralberghiero come attivatore della filiera agroalimentare locale: non avendo spesso la pensione completa, questo tipo di turista si rivolge quotidianamente a ristoranti, pizzerie, malghe o negozi di alimentari per i propri pasti, garantendo una diffusione capillare del reddito anche nelle aree meno centrali. Infine, le voci relative allo sport e alle altre spese mostrano valori molto allineati tra i due comparti. La spesa sportiva è marginale per entrambi (2,1 euro per gli hotel e 2,2 euro per l'extralberghiero), confermando la natura "*low cost*" dell'attività fisica estiva (trekking, bike). Più rilevante è la voce per lo *shopping* e le attività ricreative ("Altre spese"), dove il turista alberghiero mantiene un leggero vantaggio (23,4 euro contro 16,5 euro), probabilmente correlato a una capacità di spesa superiore per acquisti voluttuari.

L'analisi per livello qualitativo all'interno del comparto alberghiero offre un'ulteriore conferma delle dinamiche di valore che governano l'estate trentina ([tavola 10](#)). Il confronto tra le strutture con 1, 2 e 3 stelle e quelle di fascia *premium* evidenzia come il differenziale di spesa complessiva sia quasi interamente assorbito dalla componente legata al pernottamento; per le altre voci di spesa si osserva invece una sostanziale uniformità nei comportamenti di consumo sul territorio.

Tav. 10 – Spesa media giornaliera pro capite alberghiera per categoria alberghiera e principali funzioni di spesa (estate 2025)

Macro funzione di spesa	(valori in euro a prezzi correnti e composizioni percentuali)			
	Alberghi 1, 2 e 3 stelle		Alberghi 3s, 4, 4s e 5 stelle	
	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale	Spesa giornaliera pro capite	Composizione percentuale
Totale	130,6	100,0	167,0	100,0
Pernottamento	75,3	57,6	105,2	63,0
Ristorazione e alimentari	32,7	25,0	32,9	19,7
Sport	1,8	1,3	2,5	1,5
Altre spese	20,9	16,0	26,4	15,8
Totale senza pernottamento	55,3	42,4	61,8	37,0

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione estiva 2025

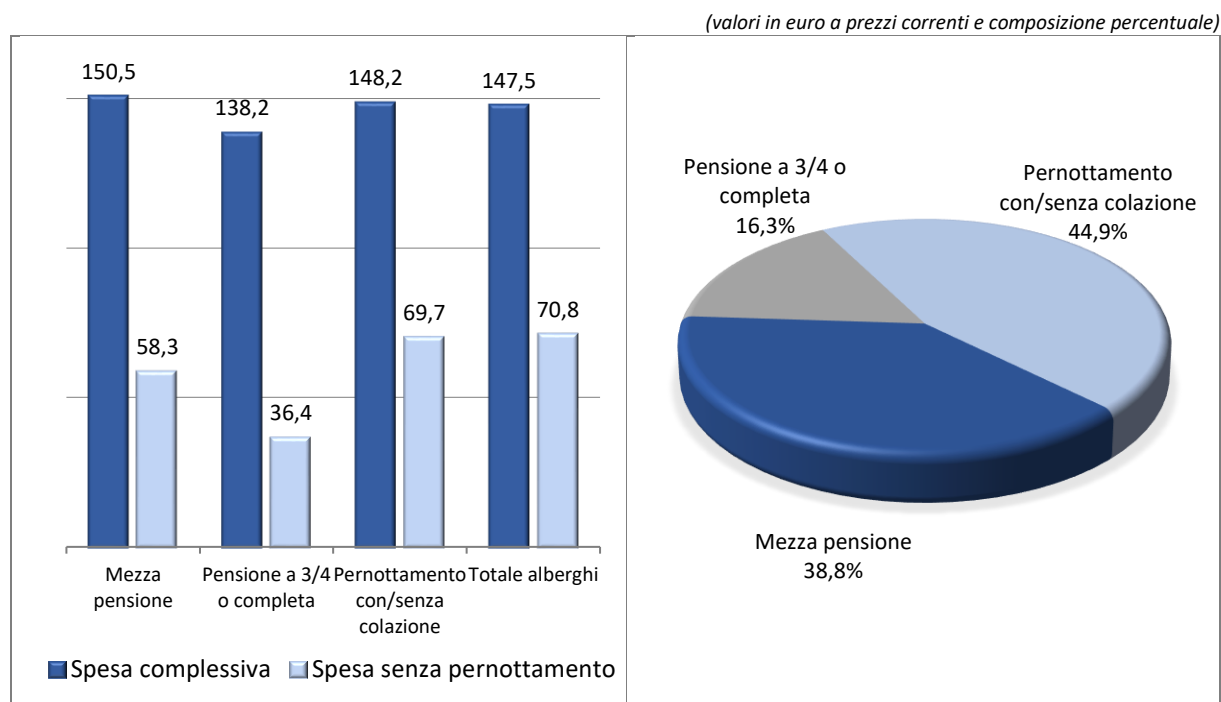
In termini aggregati, il turista che sceglie l'alta gamma sostiene una spesa giornaliera di 167,0 euro, distanziando di circa 36 euro il valore registrato nelle categorie inferiori, fermo a 130,6 euro. Tuttavia, analizzando la struttura di questo *gap*, si nota che esso è generato per oltre l'80% dal costo del pernottamento: la camera *premium* costa mediamente 105,2 euro (incidendo per ben il 63,0% sul *budget* totale), contro i 75,3 euro delle soluzioni più economiche (57,6%). L'aspetto economicamente più rilevante è rappresentato anche in questo caso dal "totale senza pernottamento". La ricchezza distribuita all'esterno dell'hotel mostra infatti un differenziale minimo: 61,8 euro per l'ospite di fascia alta contro 55,3 euro per quello di fascia media. Una differenza di appena 6,5 euro che testimonia come, una volta usciti dalla struttura ricettiva, i due profili di turista tendano a convergere verso stili di fruizione molto simili.

Questa evidenza trova conferma alla voce Ristorazione e alimentari, dove si registra una sostanziale sovrapposizione dei valori: 32,9 euro per i clienti degli hotel di categoria superiore e 32,7 euro per quelli degli hotel standard. A differenza dell'inverno, dove la mezza pensione crea disparità, d'estate la propensione a pranzare o cenare fuori, gustando i prodotti locali, è quindi identica indipendentemente dalla capacità di spesa per l'alloggio. Il sistema della ristorazione trentina sembra quindi beneficiare in modo egualitario di entrambi i flussi. L'unica voce che mantiene una correlazione positiva con la capacità di spesa è quella delle Altre spese (*shopping* e attività ricreative), dove il turista *high-spending* destina 26,4 euro contro i 20,9 euro della fascia media, confermando una maggiore elasticità della domanda per acquisti voluttuari. La spesa per lo sport rimane invece residuale e trascurabile per entrambi i *cluster* (2,5 euro vs 1,8 euro).

L'analisi dei dati sulla spesa alberghiera per tipo di trattamento preferito relativa alla stagione estiva evidenzia un assetto della domanda e dinamiche di spesa sensibilmente differenti rispetto al periodo invernale ([figura 8](#)): la composizione del mercato estivo appare meno polarizzata. Il segmento pernottamento con/senza colazione assume il ruolo principale con una quota del 44,9%, seguito dalla mezza pensione, che scende al 38,8% (a differenza della netta dominanza registrata in inverno). La formula della pensione completa o a 3/4 mantiene un ruolo minoritario, pur crescendo leggermente fino al 16,3%.

In termini di esborso pro capite, la spesa complessiva mostra una maggiore omogeneità tra le diverse categorie, con un valore medio generale di 147,5 euro, sensibilmente inferiore ai picchi invernali. Il massimale si riscontra nella mezza pensione (150,5 euro), seguita dal pernottamento e prima colazione (148,2 euro) e dalla pensione completa (138,2 euro).

Fig. 8 – Spesa media giornaliera pro capite alberghiera per tipo di trattamento e incidenza percentuale delle modalità di trattamento (estate 2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione estiva 2025

L'analisi della componente senza pernottamento evidenzia una dinamica di spesa sul territorio che tende a decrescere all'aumentare dell'inclusività del trattamento scelto. Il valore massimo di spesa si registra infatti nel segmento pernottamento con/senza colazione, dove i turisti generano un indotto medio giornaliero accessorio di 69,7 euro pro capite, valore sostanzialmente in linea con la media generale del comparto alberghiero (70,8 euro). Tale propensione al consumo flette moderatamente per i fruitori della mezza pensione, i quali attestano la propria spesa extra a 58,3 euro medi giornalieri, per contrarsi in modo significativo in corrispondenza della pensione completa o a $\frac{3}{4}$, che fa registrare il valore minimo di 36,4 euro. I dati mostrano quindi l'esistenza di una correlazione inversa tra il numero di pasti consumati in struttura e la capacità di spesa riversata nelle attività complementari esterne. La scelta di un trattamento "tutto compreso" agisce di fatto come un limitatore della spesa che si scarica direttamente sull'economia locale. In altre parole, l'alta inclusività del servizio alberghiero finisce per saturare le esigenze del turista e la sua propensione al consumo verso attività esterne.

Anche nella stagione estiva i dati confermano la maggiore capacità di spesa dei turisti stranieri rispetto a quelli domestici ([tavola 11](#)). Nello specifico, il turista internazionale registra una spesa media giornaliera di 140,9 euro, superando di quasi 20 euro il valore espresso dalla domanda italiana, che si attesta a 121,5 euro. Analizzando le determinanti di questo *gap*, si osserva come la componente alberghiera giochi ancora una volta un ruolo preponderante. Nel segmento hotel, lo straniero spende infatti complessivamente 180,8 euro contro i 134,2 euro dell'italiano, sostenendo un costo per il pernottamento decisamente più oneroso (106,6 euro contro 82,2 euro). Questo dato certifica una propensione della clientela estera verso strutture di categoria superiore o camere *premium*, mentre il mercato domestico sembra più sensibile alla leva prezzo nella scelta della sistemazione, sebbene sul *budget* il peso del pernottamento risulti leggermente superiore rispetto agli stranieri ([figura 9](#)).

Tav. 11 – Spesa media giornaliera pro capite per provenienza, tipo di struttura ricettiva e principali funzioni di spesa (estate 2025)

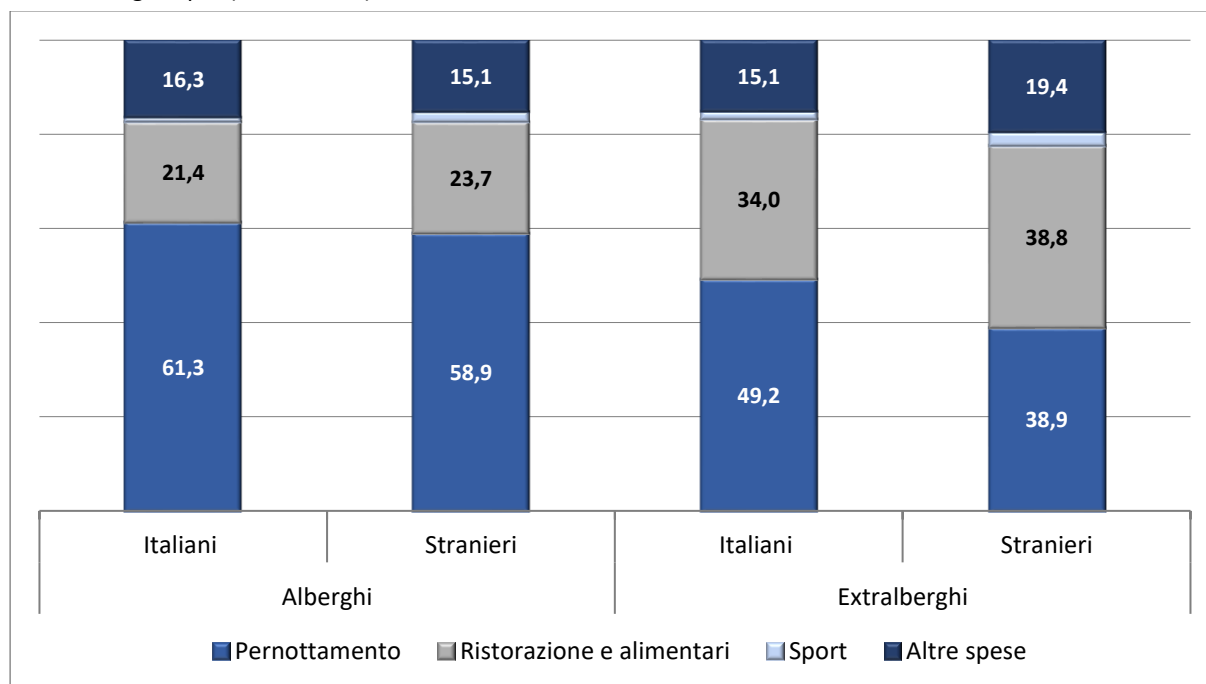
Macro funzione di spesa	Italiani			Stranieri		
	Alberghi	Extralberghi	Totale	Alberghi	Extralberghi	Totale
Totale	134,2	86,1	121,5	180,8	101,1	140,9
Pernottamento	82,2	42,4	71,7	106,6	39,4	72,9
Ristorazione e alimentari	28,8	29,3	28,9	42,9	39,2	41,0
Sport	1,4	1,4	1,4	4,0	2,9	3,5
Altre spese	21,9	13,0	19,5	27,4	19,6	23,5
Totale senza pernottamento	52,0	43,8	49,8	74,2	61,8	68,0

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione estiva 2025

Tuttavia, il dato forse più interessante emerge analizzando l'indotto vivo ("totale senza pernottamento"). I dati dell'estate 2025 mostrano che i turisti stranieri destinano risorse importanti alla voce ristorazione e alimentari: 41,0 euro al giorno, contro i 28,9 euro degli italiani. Questo divario di oltre 12 euro sembra riflettere un ospite internazionale che vive l'esperienza enogastronomica come un elemento centrale della vacanza, più propenso all'acquisto di vini, prodotti tipici e cene di qualità, mentre l'italiano sembra optare più frequentemente per soluzioni di risparmio o per la spesa al supermercato (specie nel comparto extralberghiero).

Da notare, infine, una piccola inversione di tendenza nel comparto extralberghiero (B&B, agriturismo, campeggi, appartamenti): qui il costo del pernottamento sostenuto dagli italiani (42,4 euro) è leggermente superiore a quello degli stranieri (39,4 euro), segno che probabilmente, quando sceglie l'appartamento, l'italiano cerca comfort e qualità, mentre una parte della domanda estera in questo segmento potrebbe essere focalizzata su soluzioni più *low-cost*. Ciononostante, grazie alla spesa per vitto e *shopping*, il totale giornaliero degli stranieri rimane superiore anche nell'extralberghiero (101,1 euro contro 86,1 euro).

Fig. 9 – Composizione percentuale della spesa media giornaliera pro capite per struttura ricettiva e provenienza degli ospiti (estate 2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, estate 2025

Profilare la domanda estiva risulta più complesso rispetto alla stagione invernale, dove la dicotomia “sciatori/non sciatori” offre uno spartiacque netto nei comportamenti di consumo. L’estate trentina si presenta infatti come un contenitore eterogeneo di esperienze; per isolare dinamiche di spesa significative, i nuclei familiari sono stati classificati in funzione delle attività prevalenti dichiarate, permettendo di distinguere il turismo “classico” (balneare lacustre o escursionistico montano) da un *cluster* motivazionale alternativo, legato a scopi culturali, di *business* o di visita a conoscenti.

I dati così organizzati restituiscono un quadro controintuitivo e di grande interesse: non è il turismo *outdoor* a generare la spesa media più elevata, bensì il segmento identificato come “Vacanza per altro motivo” (cultura, eventi, affari). Il *cluster* della “Vacanza al lago o in montagna”, che rappresenta lo zoccolo duro dei volumi estivi, registra infatti valori di spesa solidi ma relativamente più contenuti: il turista italiano spende mediamente 120,3 euro al giorno, mentre lo straniero sale a 139,6 euro. In questo segmento, la spesa per il pernottamento è sostanzialmente allineata tra le due provenienze (71,3 euro per gli italiani e 72,8 euro per gli stranieri), indicando standard ricettivi simili. La differenza si gioca, come di consueto, sulla “vita da vacanza”: il turista straniero spende oltre 10 euro in più al giorno per la ristorazione (40,4 euro contro 28,5 euro), confermando la centralità dell’esperienza culinaria anche nella vacanza attiva.

Tuttavia, è spostando l’analisi sul *cluster* “Vacanza per altro motivo” che si intercettano i veri “*top spender*” della stagione. Chi raggiunge il Trentino per visitare mostre, città d’arte, partecipare a eventi o per viaggi d’affari, mostra una capacità di spesa superiore. In questo ambito, il turista italiano sale a 135,5 euro giornalieri, ma è il turista straniero a registrare il picco massimo stagionale con 164,0 euro al giorno ([tavola 12](#)).

Tav. 12 – Spesa media giornaliera pro capite per motivazione della vacanza, provenienza e principali funzioni di spesa (estate 2025)

(valori in euro a prezzi correnti)

Macro funzione di spesa	Vacanza al lago o in montagna		Vacanza per altro motivo	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
Totale	120,3	139,6	135,5	164,0
Pernottamento	71,3	72,8	76,8	74,8
Ristorazione e alimentari	28,5	40,4	33,9	52,4
Sport	1,4	3,6	1,6	0,4
Altre spese	19,2	22,8	23,2	36,4
Totale senza pernottamento	49,0	66,8	58,7	89,2

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione estiva 2025

La composizione del paniere di questo “turista culturale/business” internazionale mostra una spesa per la ristorazione che raggiunge i 52,4 euro (il valore più alto registrato in estate) e la voce “Altre spese” (*shopping*, biglietti museali, servizi) raggiunge i 36,4 euro, distanziando in modo significativo i 22,8 euro del turista *outdoor*. Anche per l’italiano in questo *cluster*, le voci accessorie (ristorazione e *shopping*) sono superiori rispetto al connazionale che fa *trekking* o va al lago.

L’analisi della spesa estiva disaggregata per composizione del nucleo di viaggio conferma infine come l’età dei turisti influenzi in modo determinante non solo il volume complessivo del *budget*, ma anche la sua allocazione qualitativa ([tavola 13](#)). Sebbene la gerarchia della spesa ricalchi in parte quella invernale (con la fascia adulta centrale a guidare la classifica), le motivazioni d’acquisto appaiono molto diverse, svincolate dalla rigidità dei costi sportivi e più orientate al comfort e all’esperienza enogastronomica.

Il segmento che genera il maggior valore aggiunto per l’economia provinciale si conferma essere quello dei “soli adulti tra i 36 e i 60 anni”. Questa fascia registra una spesa media giornaliera di 152,4 euro, posizionandosi al di sopra della media stagionale. Il primato di questo *cluster* non deriva solo dalla capacità di spesa per l’alloggio (79,0 euro), ma soprattutto dalla elevata propensione al consumo sul territorio: con un “totale senza pernottamento” di 73,3 euro, il gruppo dei soli adulti rappresenta il motore trainante per la ristorazione (a cui vengono destinati 43,1 euro giornalieri) e per lo *shopping* e le attività culturali (27,1 euro).

Interessante è la dinamica del segmento “soli over 65 anni”, che si posiziona al secondo posto per spesa complessiva con 134,7 euro. Tuttavia, la struttura del paniere è sbilanciata verso la voce pernottamento, che raggiunge il valore massimo assoluto di 81,5 euro. Il turista *senior*, d’estate, privilegia quindi il comfort della struttura ricettiva (probabilmente hotel di fascia medio-alta con servizi inclusi), mentre risulta più contenuta la spesa per le attività esterne (53,2 euro di indotto vivo), destinando alla ristorazione meno di 30 euro al giorno.

Tav. 13 – Spesa media giornaliera pro capite per composizione anagrafica del nucleo e principali funzioni di spesa (estate 2025)

(valori in euro a prezzi correnti)

Macro funzione di spesa	Famiglie con minori	Solo over 65 anni	Solo giovani 18-35 anni	Solo adulti 36-60 anni	Over 18 anni senza minori
Totale	104,0	134,7	132,4	152,4	131,5
Pernottamento	58,1	81,5	69,9	79,0	73,9
Ristorazione e alimentari	28,4	29,6	39,4	43,1	34,0
Sport	2,3	0,9	4,2	3,1	1,9
Altre spese	15,2	22,6	19,0	27,1	21,6
Totale senza pernottamento	45,9	53,2	62,5	73,3	57,6

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione estiva 2025

Il *cluster* dei “soli giovani (18-35 anni)” mostra un comportamento molto dinamico. Con una spesa totale di 132,4 euro medi giornalieri, i giovani si avvicinano molto ai volumi dei *senior*, ma con una distribuzione opposta: risparmiano sull'alloggio (69,9 euro) per investire nell'esperienza attiva e sociale. La loro spesa per la ristorazione è elevata (39,4 euro), seconda solo a quella degli adulti; inoltre i giovani registrano la spesa più alta (seppur contenuta in valori assoluti) per lo sport (4,2 euro), confermando la vocazione *outdoor* (*bike, trekking*) di questa fascia d'età.

Infine, le “famiglie con minori” presentano una spesa media pro capite di 104,0 euro. A differenza dell'inverno, dove la spesa sportiva per i figli manteneva alto il *budget*, d'estate l'assenza di costi obbligati permette alle famiglie di contenere le uscite. Il valore del pernottamento scende a 58,1 euro a persona (con un maggior ricorso ad appartamenti o offerte *family* in hotel), e anche la ristorazione viene gestita con attenzione (28,4 euro). La famiglia rimane un soggetto economico fondamentale per i volumi che muove, pur generando una redditività unitaria inferiore rispetto ai viaggiatori *child-free*.

Capitolo 4. Dinamiche territoriali

4.1 La spesa media per cluster turistico e stagione

L'analisi della distribuzione spaziale dei flussi economici generati dal turismo in Trentino rivela una marcata eterogeneità territoriale che appare correlata alla tipologia di offerta e alla densità delle infrastrutture turistiche. Emerge infatti una relazione diretta tra l'intensità turistica dei territori — intesa come grado di specializzazione e concentrazione di strutture ricettive e servizi — e i livelli medi di spesa giornaliera pro capite.

I dati confermano che i *cluster* territoriali a maggiore “densità di opportunità di spesa” (servizi *skipass*, ristorazione di fascia alta, *shopping*, servizi *wellness*) sono quelli che riescono a massimizzare il valore aggiunto per presenza. Al contrario, i territori caratterizzati da un turismo più estensivo e naturalistico, pur fondamentali per la sostenibilità sociale e ambientale del sistema provinciale, registrano livelli di spesa pro capite più contenuti, riflettendo un paniere di consumo meno oneroso per il visitatore. Questa dicotomia si manifesta con evidenze diverse a seconda della stagione, disegnando una geografia economica del Trentino mutevole tra inverno ed estate.

Nella stagione invernale 2024/2025, il livello della spesa nei territori riflette fedelmente la specializzazione dello sci alpino, che funge da principale *driver* di spesa ([tavola 14](#)). Il *cluster* dell'Alta montagna a sviluppo intensivo (che comprende ambiti quali Primiero, Val di Fassa, Val di Sole, Madonna di Campiglio e Paganella) si conferma trainante, registrando la spesa media giornaliera più elevata, pari a 190,0 euro. In queste aree, la componente legata alla pratica sportiva (*skipass* e noleggio) si somma a costi di pernottamento mediamente superiori, delineando un profilo di turista alto-spendente la cui domanda è rigida rispetto ai prezzi dei servizi “core”.

Tav. 14 – Spesa media giornaliera pro capite per *cluster* turistico e principali funzioni di spesa (inverno 2024/2025)

(valori in euro a prezzi correnti)						
Macro funzione di spesa	Alta montagna a sviluppo intensivo	Media montagna di prossimità	Aree natura & benessere e altre aree	Città, affari e cultura	Area Garda e Ledro	Terme e laghi minori
Totale	190,0	171,7	122,9	139,6	154,2	117,7
Pernottamento	100,9	83,6	71,1	71,6	78,2	61,8
Ristorazione e alimentari	30,0	32,3	32,6	46,4	35,6	31,0
Sport	47,4	42,0	3,5	0,9	5,4	3,6
Altre spese	11,6	13,8	15,7	20,7	35,0	21,3
Totale senza pernottamento	89,1	88,1	51,8	68,0	76,0	55,9

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

Segue, con un distacco contenuto, la Media montagna di prossimità (ad esempio Alpe Cimbra, Monte Bondone, Val di Fiemme), dove la spesa si attesta a 171,7 euro. Interessante notare come l'Area Garda e Ledro, pur non essendo un *cluster* tipicamente sciistico, mantenga un posizionamento di rilievo con 154,2 medi euro giornalieri pro capite; questo dato suggerisce la capacità del comparto lacustre di attrarre, anche nei mesi freddi, un segmento di domanda focalizzato su benessere, ricettività di qualità e servizi non sciistici.

Chiudono la graduatoria invernale le Aree natura & benessere e le Terme e laghi minori, con valori rispettivamente di 122,9 euro e 117,7 euro. In questi ambiti, la minore incidenza dei costi legati agli impianti di risalita e una tipologia di ricettività spesso più orientata all'extralberghiero o alla conduzione familiare determinano un esborso giornaliero inferiore di oltre il 35% rispetto alle aree a sviluppo intensivo.

L'analisi della stagione estiva 2025 ([tavola 15](#)) presenta un fenomeno di "riconfigurazione delle opportunità di consumo": venendo meno il *driver* di spesa rigido e strutturale rappresentato dallo *skipass* (che caratterizza l'inverno), la capacità di attrarre spesa dei territori dipende quasi esclusivamente dalla densità di servizi commerciali, culturali e di intrattenimento disponibili. Se l'inverno premia l'infrastrutturazione sportiva, l'estate premia la complessità dell'offerta urbana e la maturità del prodotto lacustre. La correlazione tra intensità turistica e spesa media pro capite rimane positiva, ma cambiano le destinazioni: la geografia del valore si sposta dalle "terre alte" al fondovalle urbanizzato e alle rive dei grandi laghi, dove la propensione al consumo è stimolata da una maggiore varietà di occasioni d'acquisto.

Tav. 15 – Spesa media giornaliera pro capite per *cluster* turistico e principali funzioni di spesa (estate 2025)

(valori in euro a prezzi correnti)

Macro funzione di spesa	Alta montagna a sviluppo intensivo	Media montagna di prossimità	Aree natura & benessere e altre aree	Città, affari e cultura	Area Garda e Ledro	Terme e laghi minori
Totale	129,3	120,2	111,3	182,5	141,6	86,9
Pernottamento	76,2	70,2	65,6	96,6	72,5	50,9
Ristorazione e alimentari	28,9	28,4	28,9	55,9	42,1	23,5
Sport	1,5	2,1	2,6	2,9	3,4	0,6
Altre spese	22,6	19,4	14,2	27,1	23,6	12,0
Totale senza pernottamento	53,1	50,0	45,7	85,9	69,1	36,0

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione estiva 2025

Emerge dalla rilevazione estiva il primato del *cluster* Città, affari e cultura (Trento e Rovereto), che registra una spesa media giornaliera pro capite di 182,5 euro. Questo valore, nettamente superiore alla media provinciale di 128,7 euro, evidenzia come il turismo urbano intercetti un segmento di

domanda ad alta capacità di spesa, caratterizzato da soggiorni spesso più brevi ma ad elevata intensità di consumi.

In linea con le teorie sull'economia delle esperienze, la città offre un "palcoscenico" di consumo continuo: l'assenza di costi per la pratica sportiva viene più che compensata da una maggiore incidenza della ristorazione, dello *shopping* e dell'accesso a servizi culturali (musei, eventi, mostre). Il visitatore urbano, pur non acquistando un "biglietto d'ingresso" unico per la destinazione (come lo *skipass*), costruisce un paniere di spesa frammentato ma di valore complessivo elevato.

L'Area Garda e Ledro risulta il secondo polo economico della provincia nella stagione calda, con una spesa media di 141,6 euro. Questo territorio rappresenta l'esempio più compiuto di "destinazione matura" secondo il ciclo di vita del prodotto turistico: la capacità di mantenere prezzi sostenuti è garantita da un posizionamento internazionale consolidato e da un'offerta ricettiva che ha saputo innalzare costantemente gli *standard* qualitativi. Qui, la spesa è trainata da una componente "*lifestyle*", dove la fruizione del territorio si accompagna sistematicamente all'acquisto di servizi accessori (nautica, enogastronomia, *wellness*), confermando che un'elevata infrastrutturazione dell'offerta *leisure* genera ricadute economiche dirette superiori rispetto alla semplice fruizione balneare.

I *cluster* montani, che nella stagione invernale presentano i più elevati livelli di spesa media giornaliera, mostrano in estate dinamiche di spesa più contenute, riflettendo il passaggio da un turismo "ad alta intensità di capitale" (impianti di risalita) a un turismo "ad alta intensità naturale". L'Alta montagna a sviluppo intensivo registra infatti una spesa media giornaliera di 129,3 euro, un valore che si allinea alla media provinciale e che risulta inferiore di oltre 60 euro rispetto alla controparte invernale. In queste aree, così come nella Media montagna di prossimità (120,2 euro) e nelle Aree natura & benessere (111,3 euro), il turista beneficia di un bene pubblico gratuito o a basso costo: l'ambiente naturale. L'attività prevalente, l'escursionismo, presenta di fatto barriere all'ingresso economiche quasi nulle. Di conseguenza, il valore aggiunto economico generato dalla singola presenza si riduce, a meno che il territorio non proponga esperienze a pagamento strutturate. Le aree "Natura & Benessere e altre aree" attraggono un turismo spesso stanziale, familiare e fidelizzato, la cui sobrietà nei consumi extralberghieri rappresenta una caratteristica strutturale del segmento e non una debolezza congiunturale.

L'estate evidenzia quindi come la spesa turistica sia molto elastica rispetto alla tipologia di offerta: laddove il territorio propone servizi a valore aggiunto (cultura in città, servizi nautici/*lifestyle* al lago), la spesa sale; laddove l'attrattiva principale è la libera fruizione della natura, il moltiplicatore economico si riduce, demandando la redditività del settore quasi interamente alla componente ricettiva.

L'analisi dei dati relativi alla sola ricettività alberghiera non stravolge l'analisi territoriale emersa dal dato complessivo, ma ne consolida le distanze, offrendo una conferma delle diverse vocazioni degli ambiti trentini ([tavola 16](#)). La geografia della spesa per i soli ospiti nelle strutture alberghiere non subisce infatti variazioni strutturali, ma restituisce un quadro ancor più nitido della capacità di attrarre spesa e generare valore da parte dei diversi territori. Se d'inverno il differenziale è dettato dallo sci, d'estate è la capacità delle strutture di intercettare *target* ad alta capacità di spesa a fare la differenza.

In inverno la graduatoria dei *cluster* conferma il primato indiscusso dell'Alta montagna a sviluppo intensivo, dove la concentrazione di strutture di fascia medio-alta e l'integrazione con i servizi sciistici spingono la spesa media verso i massimi livelli provinciali, evidenziando una correlazione positiva tra la maturità del sistema turistico locale e la redditività media per presenza. In estate la spesa turistica estiva risulta polarizzata verso il fondovalle urbanizzato e i grandi specchi d'acqua, dove si concentrano i servizi a maggior valore aggiunto. Il primato del *cluster* Città, affari e cultura e la forte tenuta dell'Area Garda e Ledro risultano ancor più evidenti riuscendo a mantenere un *pricing* medio sostenuto grazie alla rigidità della domanda (*business* e culturale per le città, internazionale *lifestyle* per il lago).

Tav. 16 – Spesa media giornaliera pro capite alberghiera per stagione, *cluster* turistico e principali funzioni di spesa – valori a prezzi correnti (anno 2025)

(valori in euro a prezzi correnti)

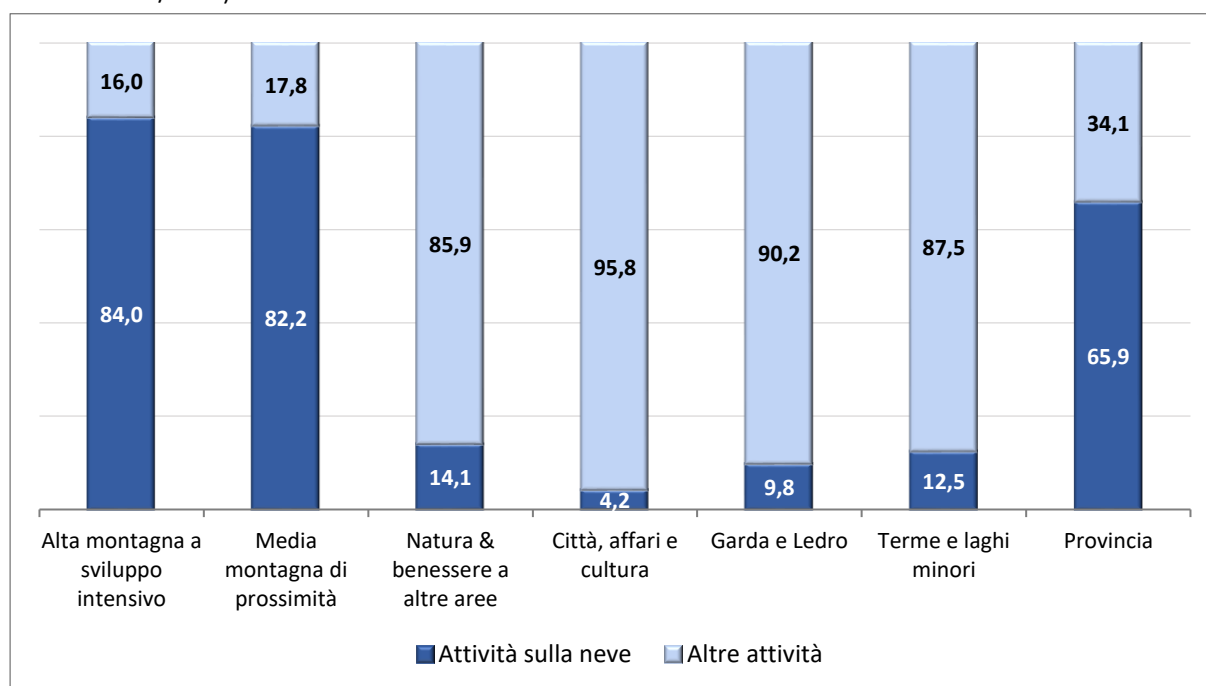
Macro funzione di spesa	Alta montagna a sviluppo intensivo	Media montagna di prossimità	Aree natura & benessere e altre aree	Città, affari e cultura	Area Garda e Ledro	Terme e laghi minori
Stagione invernale						
Totale	197,9	176,6	130,7	140,8	186,5	137,2
Pernottamento	107,8	90,5	81,1	72,6	103,8	78,4
Ristorazione e alimentari	29,1	29,8	30,3	49,1	30,7	30,6
Sport	48,7	41,9	2,4	0,0	8,1	3,1
Altre spese	12,3	14,4	16,9	19,2	43,9	25,0
Totale senza pernottamento	90,1	86,1	49,6	68,2	82,7	58,8
Stagione estiva						
Totale	139,8	129,9	127,3	199,7	172,5	121,7
Pernottamento	84,4	81,3	82,9	115,6	100,2	83,0
Ristorazione e alimentari	29,3	25,1	27,9	54,9	43,1	20,7
Sport	1,2	1,9	3,5	4,2	3,6	0,7
Altre spese	24,9	21,6	13,1	24,9	25,5	17,2
Totale senza pernottamento	55,5	48,6	44,5	84,1	72,2	38,7

Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, 2024/2025

4.2 La motivazione sci come driver della spesa invernale

L'analisi delle motivazioni di vacanza offre una chiave di lettura per interpretare la geografia della spesa soprattutto a livello territoriale. Per la stagione invernale si osserva una correlazione quasi perfetta tra la propensione allo sci e l'allocatione del *budget* turistico ([figura 10](#)). I dati evidenziano infatti una polarizzazione molto elevata: nei *cluster* dell'Alta montagna a sviluppo intensivo e della Media montagna di prossimità, lo sci non rappresenta un'attività accessoria ma la ragione stessa del viaggio, citata come motivazione prevalente rispettivamente dall'84,0% e dall'82,2% dei visitatori.

Fig. 10 – Quote percentuali di turisti per *cluster* e motivazione Attività sulla neve/altre attività (inverno 2024/2025)



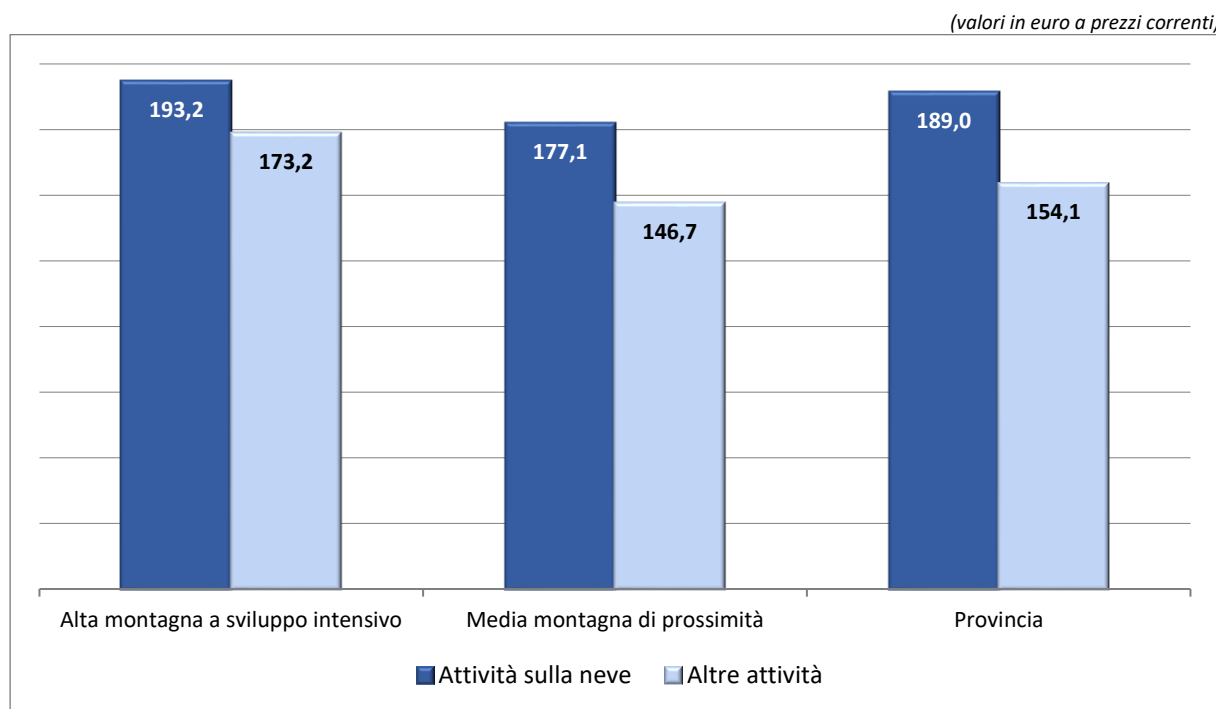
Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

Tale saturazione del target “sciatori” spiega i livelli di spesa per la voce “Sport” che nei due *cluster* di montagna risultano significativamente elevati (47 e 42 euro rispettivamente per la montagna intensiva e quella di prossimità). Il costo dello *skipass* e del noleggio attrezzature appare in questi ambiti una *commodity* irrinunciabile per oltre quattro turisti su cinque, impattando sulla spesa complessiva. Negli altri *cluster* territoriali la pratica dello sci diventa una motivazione residuale — scendendo al 14,1% nelle Aree natura & benessere e altre aree, al 9,8% nell’Area Garda e Ledro e al 4,2% nelle Città — determinando il calo verticale della spesa sportiva, che in questi territori assume un peso del tutto marginale nel paniere di consumo.

Approfondendo l’analisi sui due *cluster* a maggior vocazione invernale — Alta montagna a sviluppo intensivo e Media montagna di prossimità — emerge come la motivazione prevalente del viaggio non influenzi solo la fruizione del territorio, ma determini la struttura della spesa media giornaliera ([figura 11](#)). In questi ambiti, la *performance* economica è strettamente dipendente dalla capacità di

attrarre il segmento “*active*”: esiste infatti una dicotomia netta tra il profilo di spesa dello sciatore e quello del turista che frequenta la montagna invernale per relax o altre motivazioni.

Fig. 11 – Spesa media giornaliera pro capite per i due cluster di montagna e motivazione Attività sulla neve/altre attività (inverno 2024/2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione invernale 2024/2025

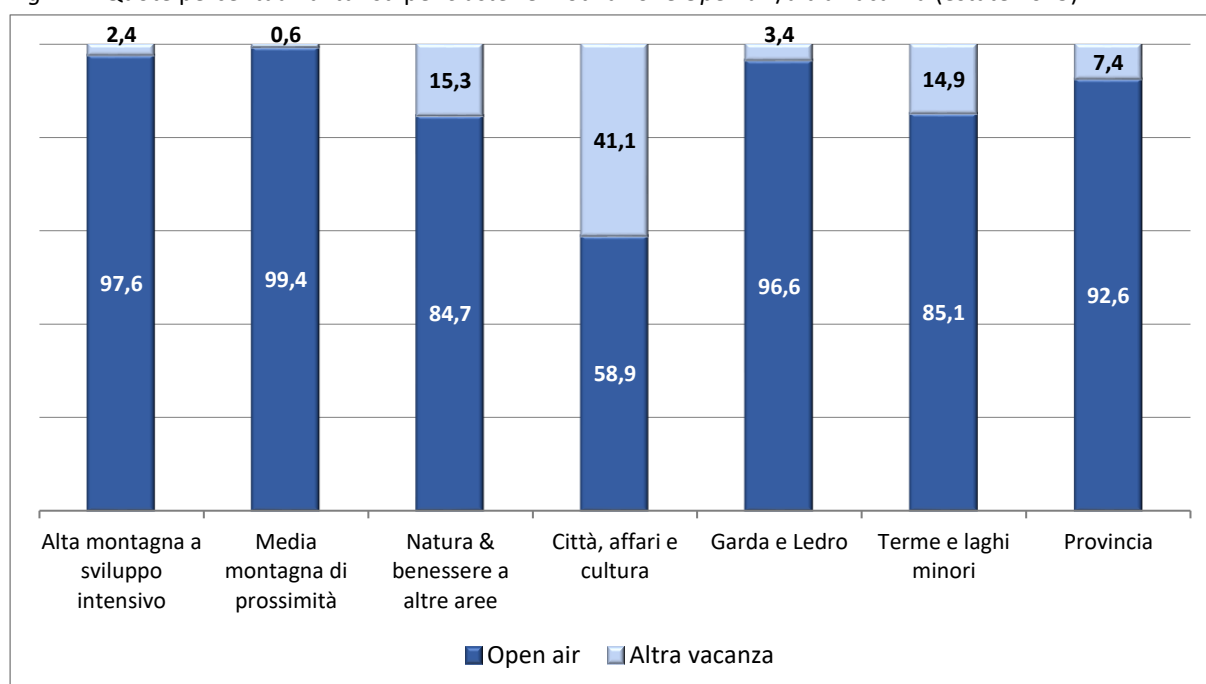
Nei territori dell’Alta montagna a sviluppo intensivo, dove la quota di turisti che dichiara lo sci come motivazione principale raggiunge l’84,0%, la spesa media complessiva per chi presenta il profilo della “vacanza neve” è sensibilmente maggiore rispetto a chi non pratica lo sci (193,2 euro contro 173,2 euro). Il differenziale è trainato proprio dalla voce di spesa “Sport” che assorbe risorse significative per l’acquisto di *skipass* e servizi connessi. Dinamica analoga si riscontra nella Media montagna di prossimità dove l’incidenza degli sciatori si attesta all’82,2%. Anche qui la spesa media degli sciatori è più elevata (177,1 euro contro 146,7 euro dei non sciatori). Venendo meno la spesa sportiva, il valore giornaliero generato da questo segmento subisce una contrazione fisiologica.

4.3 La vocazione open air e l’eccezione culturale urbana della spesa estiva

L’analisi delle motivazioni prevalenti per la stagione estiva restituisce l’immagine di un Trentino a forte vocazione naturalistica, dove il binomio “lago o montagna” non rappresenta solo una cornice paesaggistica, ma il *driver* esclusivo della vacanza per la quasi totalità dei flussi (figura 12). I dati descrivono una sostanziale convergenza motivazionale nei *cluster* alpini e lacustri legata ad un unico fattore attrattivo: nell’Alta montagna a sviluppo intensivo (97,6%), nella Media montagna di prossimità (99,4%) e nell’Area Garda e Ledro (96,6%), la scelta della destinazione è dettata infatti quasi interamente dal desiderio di un’esperienza *open air*, sia essa attiva (sport) o contemplativa (relax). In

questo scenario di estrema omogeneità, il *cluster* Città, affari e cultura rappresenta l'unica, significativa eccezione strutturale. Qui la motivazione naturalistica, pur presente e maggioritaria (58,9%), cede il passo per oltre il 40% dei casi ad "altre motivazioni" (interessi culturali, eventi, affari, shopping). Questo dato, letto in termini di spesa (che nelle città risulta la più alta in estate), conferma che la diversificazione del prodotto turistico — slegandolo dalla sola fruizione ambientale — permette di intercettare segmenti di domanda disposti a valorizzare economicamente anche servizi e *asset* intangibili (mostre, eventi, atmosfera urbana), riducendo la dipendenza dal fattore climatico e ambientale.

Fig. 12 – Quote percentuali di turisti per *cluster* e motivazione *Open air*/altra vacanza (estate 2025)



Fonte: ISPAT, Indagine sulla spesa turistica, stagione estiva 2025

Nei *cluster* dell'Alta montagna a sviluppo intensivo e della Media montagna di prossimità, la motivazione "Vacanza al lago o in montagna" copre rispettivamente il 97,6% e il 99,4% della domanda. Di conseguenza, non risulta statisticamente rilevante analizzare i differenziali con le "altre motivazioni" (che contano su una numerosità esigua), quanto piuttosto osservare come la prevalenza assoluta del turismo *open air* definisca il livello della spesa media. La spesa giornaliera rilevata in questi ambiti (129,3 euro in Alta montagna e 120,2 euro in Media montagna – si veda la [tavola 15](#)) riflette fedelmente il costo della "vacanza natura". Il paniere di spesa estivo del turista montano risulta quindi "alleggerito" dalla componente sportiva obbligatoria e la ricchezza prodotta si concentra quasi interamente sui servizi di ricettività e ristorazione. La montagna estiva, dunque, attrae volumi ingenti grazie all'accessibilità economica della sua offerta primaria, generando valore attraverso la filiera dell'ospitalità.

Capitolo 5. L'impatto economico del turismo

5.1 Introduzione

La misurazione dell'impatto economico del turismo rappresenta un passaggio imprescindibile per la piena comprensione delle dinamiche di sviluppo di un territorio a forte vocazione attrattiva. Spingendosi oltre la tradizionale quantificazione dei flussi fisici, misurati in termini di arrivi e presenze, la statistica economica si pone l'obiettivo di stimare la ricchezza generata dal settore, ovvero il Valore aggiunto o il Prodotto interno lordo (PIL) attivato sul territorio. Coerentemente con gli approcci metodologici e la letteratura di settore, il turismo non viene interpretato come un singolo comparto produttivo, ma come un aggregato economico trasversale. La spesa del visitatore agisce infatti come uno *shock esogeno positivo* sulla domanda finale, innescando un complesso meccanismo di propagazione intersettoriale che attiva non solo le branche caratteristiche dell'ospitalità (ricettività, ristorazione, impianti a fune), ma si riverbera sull'intero tessuto produttivo locale attraverso una combinazione di effetti diretti, indiretti e indotti.

Tuttavia, calare questo sofisticato impianto contabile in un ambito dimensionale ristretto, quale la provincia di Trento, introduce sfide metodologiche di notevole entità. A differenza del contesto nazionale, per il quale viene elaborato il Conto Satellite del Turismo, un'economia regionale si configura come un sistema marcatamente "aperto", caratterizzato da un'elevata permeabilità dei confini commerciali e da catene di fornitura interregionali. La stima del moltiplicatore turistico trentino deve pertanto misurarsi rigorosamente con il fenomeno delle "dispersioni" (*leakages*): una quota della spesa turistica e della domanda intermedia attivata dalle imprese ricettive defluisce inevitabilmente al di fuori dei confini provinciali per l'importazione di beni e servizi non prodotti localmente ma necessari al soddisfacimento del turista. La corretta parametrizzazione di queste interdipendenze settoriali e spaziali risulta dirimente per evitare sovrastime macroeconomiche e per restituire la reale capacità del sistema Trentino di "trattenere" e capitalizzare la ricchezza immessa dai visitatori.

L'esercizio di simulazione d'impatto, sviluppato a partire dall'aggiornamento dei panieri di consumo rilevati dall'ultima indagine sulla spesa turistica, permette di superare tali complessità, offrendo una misurazione robusta del contributo strutturale del turismo all'economia provinciale. Nelle sezioni che seguono, l'analisi quantifica in prima istanza l'entità complessiva del PIL attivato dal turismo a livello trentino, per poi declinare questo aggregato lungo tre dimensioni di analisi. Vengono dapprima esplorati i differenziali di attivazione economica legati alla stagionalità e all'origine dei flussi (italiani e stranieri), evidenziando come i diversi profili di consumo alterino la composizione dell'impatto. Viene approfondita la forza attivante del turismo per generare valori lungo tutta la filiera, turistica e non turistica, per poi concentrarsi sulla comparazione tra la dimensione fisica e la dimensione economica dell'impatto del turismo in Trentino. Infine, l'analisi si cala nella dimensione spaziale, misurando il contributo specifico alla formazione del valore aggiunto turistico apportato dai singoli *cluster* territoriali, disegnando una geografia del valore che è espressione diretta delle diverse specializzazioni e del grado di maturità dei micro-sistemi di offerta della provincia. Il capitolo prosegue con la quantificazione dello *shock* positivo della spesa turistica in termini di fabbisogno occupazionale.

5.2 L'impatto economico complessivo, per stagione e provenienza dei turisti

L'applicazione del modello intersettoriale¹⁵ ai dati di spesa del 2025 consente di misurare empiricamente l'ampiezza dell'effetto moltiplicatore sul territorio trentino della spesa dei turisti. Come sintetizzato nella [figura 13](#), il punto di partenza dell'analisi è costituito dal fatturato turistico, ovvero l'iniezione primaria di liquidità generata dagli acquisti dei visitatori pernottanti nel corso dell'anno. Questo *shock esogeno iniziale*, quantificabile in quasi 4,1 miliardi di euro, rappresenta la domanda finale rivolta direttamente alle imprese turistiche caratteristiche (ricettività, ristorazione, impianti a fune e servizi accessori).

Tuttavia, il reale beneficio per l'economia provinciale risulta strutturalmente superiore al solo fatturato diretto, grazie all'innescò di rilevanti processi di interdipendenza settoriale. Attraverso gli effetti indiretti — legati agli acquisti di beni e servizi intermedi da parte delle imprese turistiche presso le catene di fornitura locali — e gli effetti indotti — derivanti dalla spesa per consumi finali finanziata dai redditi distribuiti ai lavoratori del comparto — il sistema economico trentino è in grado di capitalizzare e amplificare l'impulso iniziale. Il risultato finale di tale processo di propagazione è la generazione di un PIL attivato pari a 3,1 miliardi di euro.

Il rapporto tra questi due macro-aggregati definisce il moltiplicatore turistico per la provincia di Trento. Tale indicatore testimonia la capacità della filiera locale di "trattenere" la ricchezza sul territorio, pur al netto delle fisiologiche dispersioni (*leakages*) legate all'importazione di beni da altre regioni o dall'estero. Questo significativo salto dimensionale tra fatturato e valore aggiunto mostra che il turismo non è unicamente una leva di ricavo per i settori *core* dell'ospitalità, ma si configura come un motore di sviluppo trasversale, capace di trasferire stabilmente ricchezza all'intero sistema produttivo provinciale, dall'agricoltura all'artigianato, fino ai servizi avanzati alle imprese.

Fig. 13 – Fatturato turistico e PIL attivato dal turismo in Trentino (anno 2025)



Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina e indagine sulla spesa turistica

¹⁵ Il modello utilizza le matrici SUT (*Supply and Use Tables*) costruite per il Trentino per l'anno 2018. I dati dell'indagine sulla spesa turistica, opportunamente elaborati per funzione di spesa prima (COICOP) e per branca di attività economica poi (NACE-rev), vengono applicati al modello intersettoriale come *shock esogeno* di domanda. Il modello produce l'impatto diretto sui settori attivati dalla spesa, nonché le attivazioni intersettoriali innescate dalla domanda intermedia (impatto indiretto) e le attivazioni generate dai redditi distribuiti grazie alla domanda turistica (impatto indotto).

La quantificazione in valore assoluto del PIL attivato assume il suo pieno significato economico solo se rapportata alla dimensione complessiva dell'economia provinciale. Rapportando la ricchezza generata dal turismo al Prodotto interno lordo totale del Trentino, si ottiene un'incidenza dell'11,9%¹⁶. Questo indicatore sintetico fotografa il grado di specializzazione turistica del territorio: quasi 12 euro ogni 100 prodotti all'interno della provincia sono direttamente o indirettamente riconducibili alla spesa dei visitatori.

Per comprendere appieno la portata di questo valore (11,9%), risulta fondamentale l'esercizio di *benchmarking* con i livelli nazionali. Secondo le più recenti stime del Conto Satellite del Turismo (CST) rilasciate dall'Istat per l'anno 2023¹⁷, l'impatto diretto e indiretto del turismo sull'economia italiana si attesta al 9,6% del PIL nazionale. Il Trentino, posizionandosi oltre due punti percentuali al di sopra della media nazionale, si conferma dunque come un'area a forte vocazione e specializzazione turistica, capace di una *performance* migliore rispetto al Sistema Paese. Ciò appare ancora più evidente considerando che l'incidenza dell'11,9% sul PIL provinciale riflette il valore aggiunto generato in via esclusiva dal cosiddetto "turismo pernottante", ovvero dai visitatori che registrano almeno un pernottamento nelle strutture ricettive del territorio. Rimane escluso quindi dal perimetro di simulazione del modello l'intero comparto del turismo escursionistico (i visitatori in giornata), un fenomeno che, per ragioni orografiche e di prossimità ai grandi bacini di domanda del Nord Italia, assume in Trentino volumi fisici di assoluto rilievo. La sua inclusione nel computo contabile porterebbe a una revisione significativamente al rialzo del moltiplicatore complessivo. Sebbene l'escursionista non generi ricadute dirette sul comparto ricettivo, la sua spesa si concentra sui servizi di ristorazione, sugli impianti a fune, sui trasporti e sul commercio al dettaglio, elementi che espanderebbero ulteriormente la base di calcolo del PIL turistico, confermando come l'attuale stima rappresenti, di fatto, il limite inferiore del reale impatto economico del settore.

Allargando lo sguardo oltre i confini nazionali, il dato trentino risulta ancor più rilevante se confrontato con i principali *competitor* dell'area mediterranea. La Spagna, nazione *leader* in Europa per flussi turistici internazionali e tradizionalmente caratterizzata da una fortissima dipendenza dal settore *leisure*, registra un impatto (diretto e indiretto) del turismo pari al 12,3% del proprio PIL. Il Trentino, con il suo 11,9%, si allinea alle *performance* delle economie turistiche più mature e intensive d'Europa, dimostrando una straordinaria capacità di generare valore pur operando in un contesto dimensionalmente limitato.

Un'ulteriore chiave di lettura, utile per comprendere la reale portata macroeconomica del fenomeno turistico, risiede nell'analisi della distribuzione settoriale della ricchezza generata¹⁸. I risultati della stima confermano empiricamente l'elevata trasversalità del settore: la creazione di valore non è appannaggio esclusivo del comparto dell'ospitalità in senso stretto ([figura 14](#)). I dati evidenziano,

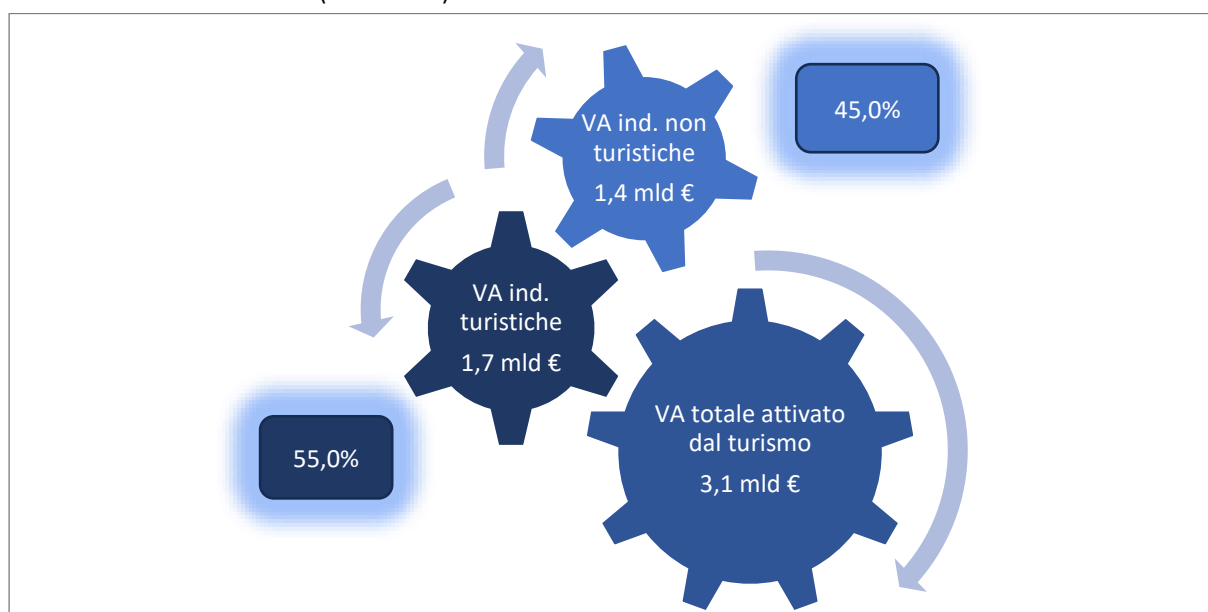
¹⁶ L'incidenza è calcolata rendendo coerente il vettore di attivazione espresso a prezzi 2025 con il modello SUT 2018.

¹⁷ Si veda Istat, "[Conto Satellite del Turismo per l'Italia – Anno 2023](#)", 12 dicembre 2025. Il Conto include nella stima anche il turismo non pernottante.

¹⁸ Si precisa che, nell'affrontare l'analisi della disaggregazione settoriale, l'aggregato macroeconomico di riferimento utilizzato è il Valore aggiunto (VA) e non il Prodotto interno lordo (PIL). Il valore aggiunto, infatti, misura l'apporto specifico alla produzione al netto dei consumi intermedi per ogni singola branca economica. Il PIL costituisce invece un aggregato di sintesi a livello di intera economia, in quanto include anche le imposte indirette sui prodotti al netto dei contributi alla produzione, elementi non imputabili al singolo settore.

infatti, una sostanziale bipolarità nella formazione della ricchezza. Le cosiddette “Industrie turistiche” caratteristiche (strutture ricettive, ristorazione, servizi ricreativi, impianti a fune, agenzie) intercettano poco più della metà del valore aggiunto turistico complessivo, pari al 55%. Il restante 45% viene generato dalle “Altre industrie”, ovvero da branche dell’economia non primariamente turistiche. Questa architettura distributiva dimostra come la spesa del visitatore si comporti a tutti gli effetti come un moltiplicatore diffuso, capace di attivare una “filiera lunga” che coinvolge l’intero tessuto produttivo provinciale, trasferendo quote significative di ricchezza all’agricoltura, all’artigianato, al comparto edile (legato alle manutenzioni delle strutture) e ai servizi generali.

Fig. 14 – Contributo delle industrie “turistiche” e “non turistiche” alla creazione del Valore aggiunto generato dal turismo in Trentino (anno 2025)



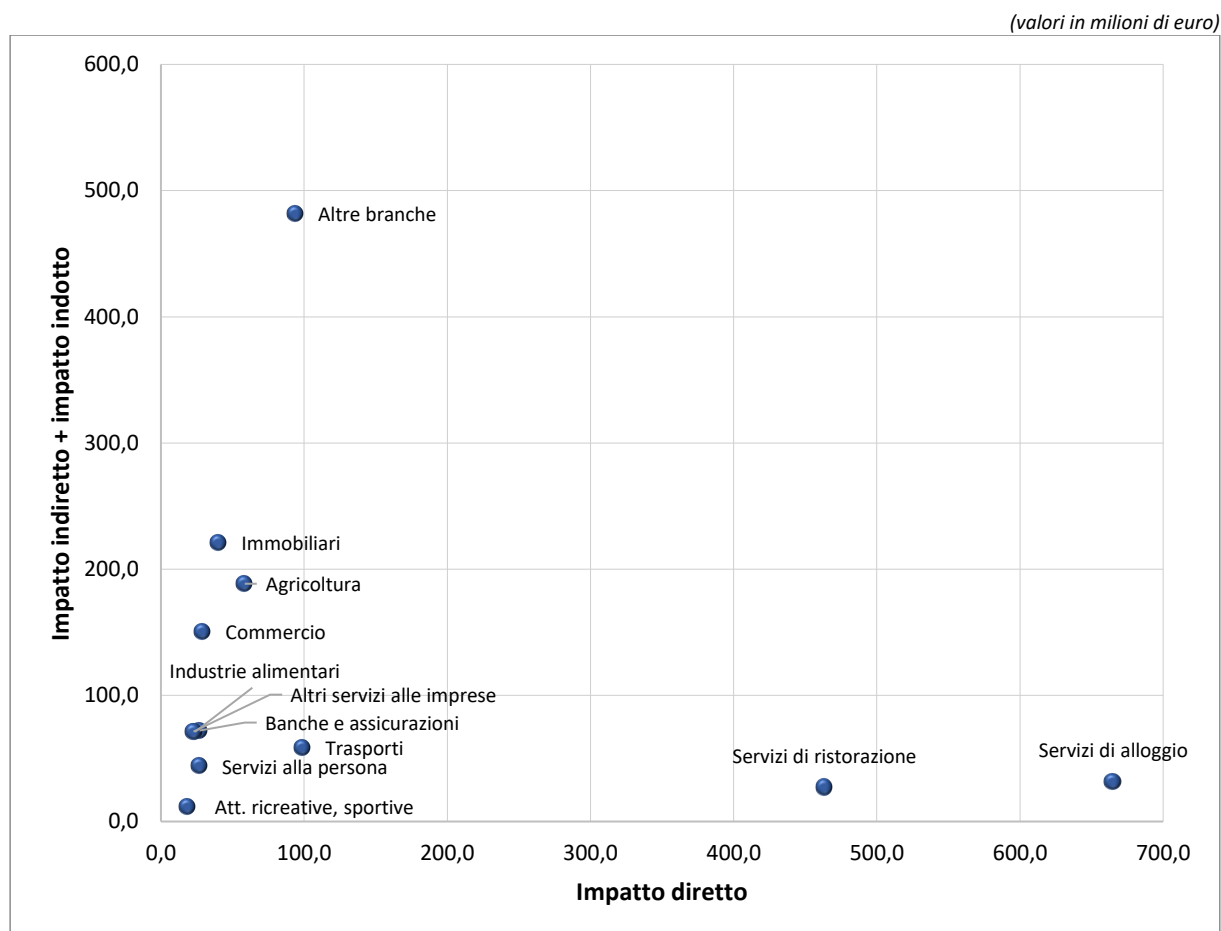
Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell’economia trentina e indagine sulla spesa turistica

Disaggregando le dinamiche interne alle sole industrie turistiche, emerge il ruolo di traino del comparto Servizi di alloggio e ristorazione, che da solo contribuisce alla formazione di quasi il 40% dell’intero Valore aggiunto turistico provinciale. Tale incidenza riflette un livello di dipendenza strutturale degli operatori da questo segmento di domanda: si stima, infatti, che il 71,6% del fatturato di questo specifico settore sia direttamente sostenuto dai consumi dei turisti pernottanti. La quota residua (pari al 28,4%) è da attribuirsi alla domanda interna (i consumi della popolazione residente in bar e ristoranti) e, in misura considerevole, ai flussi del turismo escursionistico non pernottante che, come osservato in precedenza, costituiscono un’ulteriore iniezione di liquidità nel sistema non computata in questa specifica simulazione.

La forza attivante del turismo in Trentino risiede nella capacità di fare da traino anche ad altri settori apparentemente meno coinvolti (Agricoltura, Immobiliare, Manifattura/Servizi *business-to-business*), convertendo la domanda esterna in domanda interna. Per comprendere la natura della distribuzione della ricchezza generata dal turismo è utile mettere in relazione l’impatto diretto della spesa del turista

con la somma degli impatti indiretti attivati dai legami intersettoriali (*backward linkages*) e degli impatti indotti attivati dall'effetto reddito ([figura 15](#)).

Fig. 15 – Relazione funzionale tra l'impatto diretto e la somma dell'impatto indiretto e indotto nella creazione del Valore aggiunto generato dal turismo in Trentino (anno 2025)



Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina e indagine sulla spesa turistica

Osservando la dispersione dei punti, è possibile estrapolare tre macro-categorie settoriali con ruoli economici profondamente diversi:

- i percettori di *front-line* (servizi di alloggio, servizi di ristorazione, trasporti, specificatamente impianti a fune), che costituiscono la “porta d'ingresso” della spesa, catturando quasi tutto lo *shock* esogeno iniziale, ma generando pochissimo impatto su loro stessi nelle fasi successive¹⁹;

¹⁹ Le imprese turistiche non comprano servizi turistici locali per funzionare, e i lavoratori locali non spendono i loro salari in hotel e ristoranti locali.

-
- i beneficiari dell'indotto (immobiliari, agricoltura, commercio), che rappresentano il vero "motore nascosto" su cui si scarica il moltiplicatore²⁰;
 - i settori a minor coinvolgimento (alimentari, attività ricreative e sportive, altri servizi alle imprese, banche e assicurazioni, servizi alla persona), che presentano legami più deboli con l'ecosistema turistico pur distinguendosi per essere beneficiari, in parte, della spesa dei turisti in modo diretto.

Tutte le altre 33 branche che compongono l'economia provinciale costituiscono il macro settore "altre branche" che si caratterizza per una debole spesa diretta a fronte di elevati valori moltiplicativi indiretti e indotti. Si tratta di un aggregato che esprime la necessità della catena del valore turistico di poter contare su un forte supporto logistico, energetico e manifatturiero locale per operare.

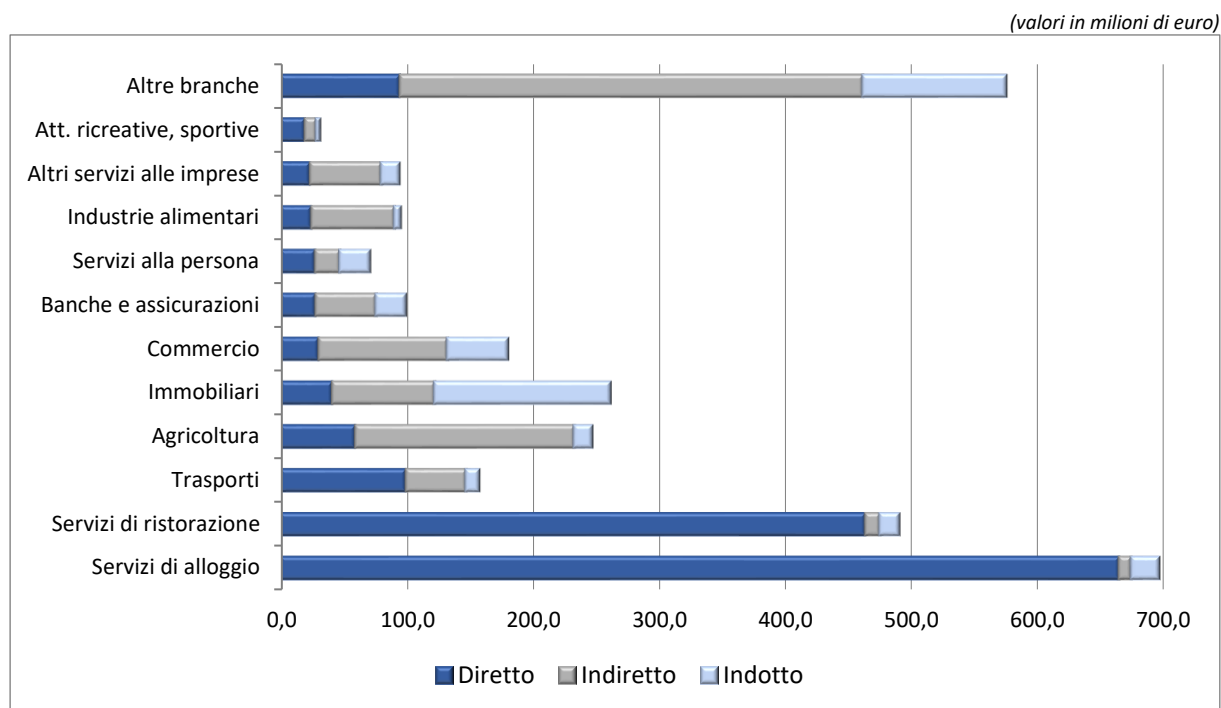
Dalla lettura incrociata dei dati emergono altre considerazioni importanti per l'economia trentina:

- l'effetto redistributivo (*spillover*): il turismo in Trentino ha un potere di attivazione fortemente asimmetrico. La ricchezza entra in modo concentrato attraverso pochi canali, ma si redistribuisce in modo molto più diffuso sul resto del tessuto economico (dispersione sull'asse Y);
- il punto "Agricoltura" posizionato così in alto sull'asse Y (a fronte di un impatto diretto relativamente limitato) dimostra un eccellente *backward linkage*. Ciò potrebbe significare che la ristorazione e la ricettività trentina si approvvigionano massicciamente da filiere agricole locali, trattenendo la ricchezza sul territorio anziché importarla (riducendo le cosiddette "perdite per importazione" del moltiplicatore).

La [figura 16](#) permette di apprezzare distintamente la distribuzione del peso economico dell'impatto diretto, indiretto e indotto, in particolare per il macroaggregato "Altre branche", dove la somma degli effetti indiretti misurati dalle 33 branche che compongono l'aggregato risulta particolarmente elevata.

²⁰ I turisti spendono poco direttamente in questi settori, ma questi settori sono essenziali per far funzionare la macchina turistica (forniture agricole per i ristoranti) o assorbono i salari dei lavoratori del turismo (affitti/immobiliari, commercio al dettaglio).

Fig. 16 – Valore dell’impatto diretto, indiretto e indotto nella creazione del valore aggiunto generato dal turismo in Trentino (anno 2025)

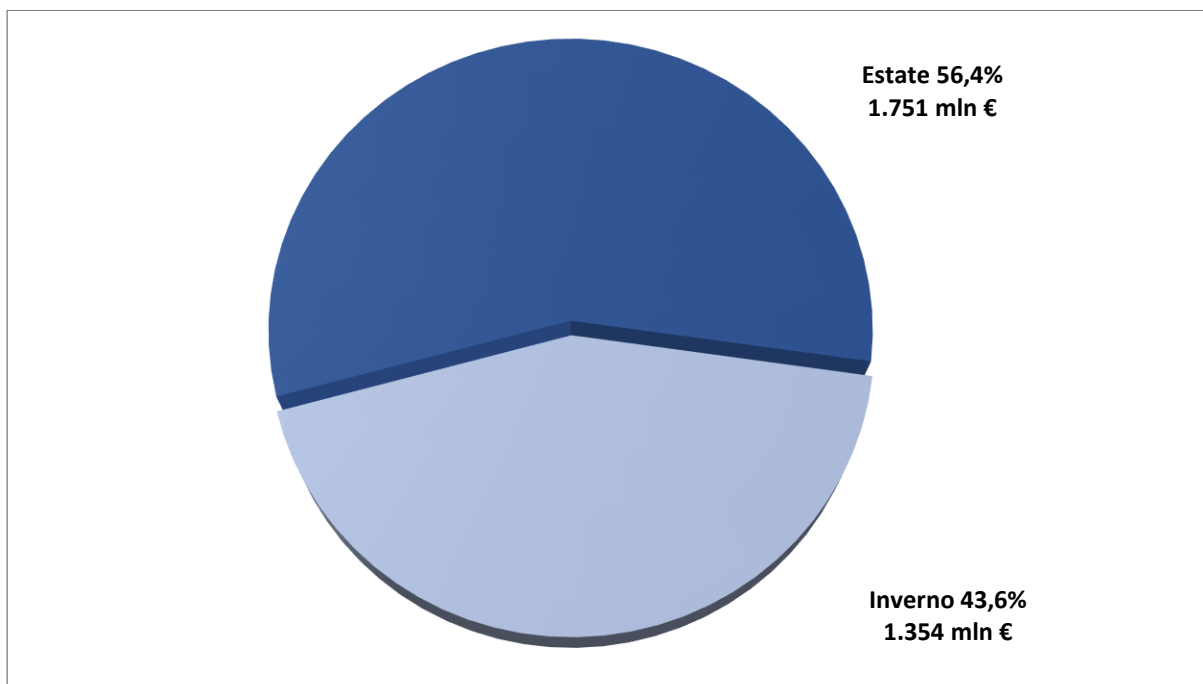


Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell’economia trentina e indagine sulla spesa turistica

L’analisi del contributo stagionale ([figura 17](#)) fornisce un’altra chiave di lettura sulle dinamiche di accumulazione della ricchezza sul territorio. Il comportamento di consumo del turista in Trentino è soggetto a una marcata eterogeneità tra i mesi freddi e quelli caldi. La stagione invernale, trainata dal prodotto “neve” e dai costi incompressibili connessi all’impiantistica sportiva, esprime una spesa media giornaliera pro capite sensibilmente più elevata, pari a 178,8 euro. Al contrario, la stagione estiva, pur caratterizzata da una spesa pro capite inferiore (128,7 euro) e da una domanda maggiormente orientata alla fruizione gratuita o a basso costo del capitale naturale, beneficia di una diversa estensione temporale e di volumi di presenze più ampi. La misurazione del PIL attivato per stagione rappresenta, di fatto, la sintesi macroeconomica di queste due forze complementari: l’intensità della spesa individuale da un lato e la magnitudo dei flussi fisici dall’altro.

I risultati della simulazione evidenziano che la stagione estiva genera un PIL attivato pari a 1.751 milioni di euro, giungendo a rappresentare il 56% del totale annuo. La stagione invernale, dal canto suo, contribuisce alla formazione della ricchezza provinciale per i restanti 1.354 milioni di euro, spiegando il 44% dell’impatto complessivo.

Fig. 17 – PIL attivato dal turismo in Trentino per stagione (anno 2025)



Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina e indagine sulla spesa turistica

Questa specifica architettura stagionale del valore aggiunto conferma un modello turistico trentino che si fonda su due pilastri strutturalmente differenti, ma parimenti essenziali per la sostenibilità del sistema. L'inverno agisce come un acceleratore di redditività ad alta intensità di capitale, dove la maggiore propensione marginale al consumo, spinta dall'acquisto di *skipass*, attrezzature e ricettività di fascia alta, garantisce un'attivazione di valore elevato per singola presenza. L'estate, viceversa, si configura come un motore economico di tipo estensivo: pur a fronte di panieri di spesa individualmente più "leggeri", la capacità di attrazione del territorio in termini di presenze, unita alle elevate *performance* urbane e lacustri, riesce a compensare abbondantemente il differenziale negativo della spesa giornaliera, garantendo al tessuto produttivo locale una massa critica di liquidità fondamentale per l'occupazione e per la tenuta dell'indotto non strettamente turistico.

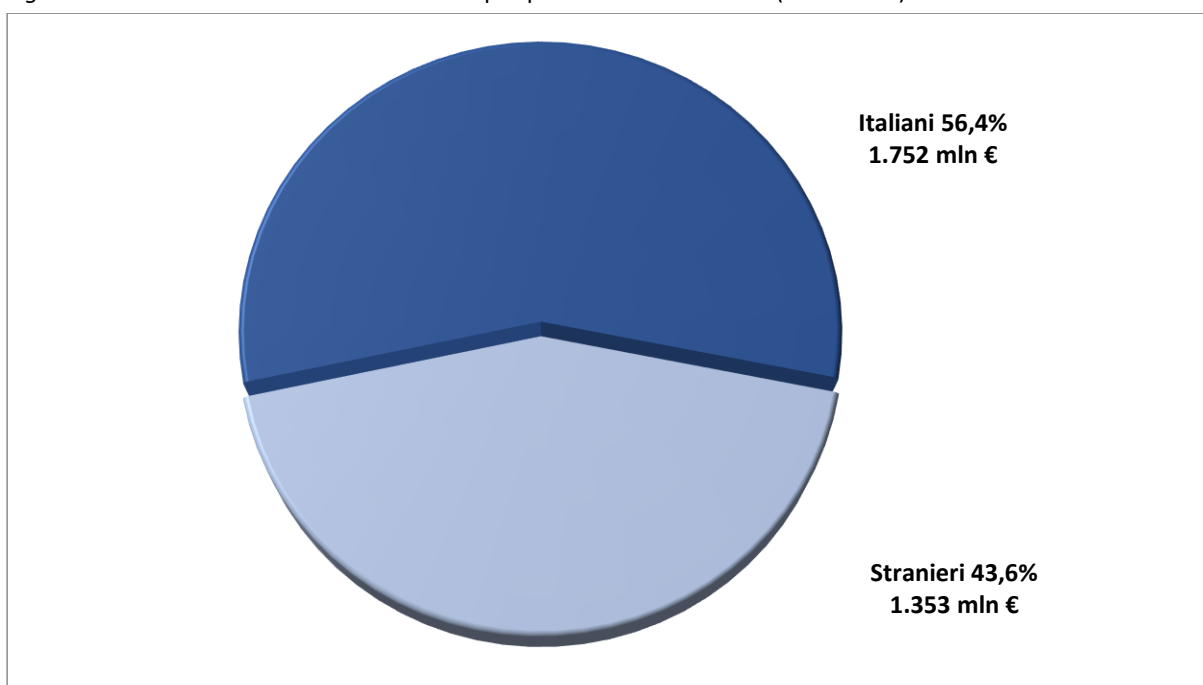
Un'ulteriore prospettiva di scomposizione dell'impatto macroeconomico riguarda l'origine geografica dei flussi che innescano il moltiplicatore turistico ([figura 18](#)). L'analisi del PIL attivato disaggregato per provenienza degli ospiti, distinguendo tra bacino domestico e mercati esteri, permette di quantificare l'effettiva capacità del Trentino di attrarre ricchezza "nuova" dall'esterno dei confini nazionali, configurando a tutti gli effetti il turismo *inbound* come una esportazione di servizi.

Come già evidenziato nell'analisi dei comportamenti di consumo, il turista straniero si caratterizza per una propensione di spesa superiore: con un *budget* medio giornaliero di 162,6 euro, supera di oltre 20 euro la capacità di spesa del turista italiano (139,7 euro). Questa asimmetria si riflette in modo proporzionale, e per certi versi amplificato, nella capacità di attivazione economica complessiva. L'esercizio simulativo evidenzia infatti che i flussi internazionali generano sul territorio provinciale un PIL attivato pari a 1.353 milioni di euro, giungendo a pesare per il 44% del totale. Parallelamente, la

componente italiana, storicamente rilevante in termini di volumi e capillarità territoriale, attiva ricchezza per 1.752 milioni di euro, spiegando il restante 56%.

Tale composizione del valore aggiunto evidenzia il ruolo determinante dei mercati esteri (*in primis* area DACH ed Est Europa d’inverno) nel sostenere la redditività del sistema. Il differenziale di impatto non è unicamente riconducibile al maggior esborso giornaliero, ma è l’esito di un mix di fattori che vede il turista internazionale orientarsi con maggiore frequenza verso strutture alberghiere di fascia alta e registrare permanenze medie tendenzialmente più lunghe. Il mercato domestico, d’altro canto, si conferma un asse portante: pur caratterizzato da una maggiore attenzione al prezzo e da un utilizzo più diffuso di soluzioni extralberghiere, garantisce la tenuta dei flussi nei periodi di spalla e contribuisce in modo vitale alla stabilizzazione dei ricavi per un’ampia platea di piccoli operatori locali.

Fig. 18 – PIL attivato dal turismo in Trentino per provenienza dei turisti (anno 2025)



Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell’economia trentina e indagine sulla spesa turistica

5.3 La forbice tra volumi fisici e valore economico: un’analisi comparata

La stima del PIL attivato offre l’opportunità per una riflessione strutturale sul modello turistico trentino, evidenziando quello che in economia del turismo viene definito il “disaccoppiamento” tra la dimensione fisica dei flussi e la reale estrazione di valore economico. Se si osserva il settore attraverso la lente tradizionale delle presenze (i pernottamenti), la scomposizione per stagione e per provenienza restituisce asimmetrie che vengono profondamente ricalibrate quando si passa alla misurazione della ricchezza prodotta.

La dicotomia più evidente riguarda la stagionalità. In termini di volumi fisici²¹, la stagione estiva è preponderante, assorbendo il 61,9% dei pernottamenti annuali grazie alla fruibilità diffusa dell'intero territorio provinciale. Tuttavia, traslando questa dimensione sul piano macroeconomico, la forbice si restringe significativamente: l'estate genera infatti il 54,6% del PIL turistico (figura 19). L'inverno, di converso, pur movimentando una quota minoritaria di presenze fisiche (38,1%), esprime una capacità di attivazione economica proporzionalmente superiore, giungendo a pesare per il 45,4% della ricchezza complessiva. Questa efficienza economica è diretta conseguenza della diversa struttura dei panieri di consumo: la maggiore spesa quotidiana invernale agisce come un moltiplicatore accelerato, massimizzando la redditività per singola presenza. L'inverno si conferma dunque una stagione ad "alta intensità di valore", mentre l'estate consolida il suo ruolo di bacino ad "alta intensità di volumi".

Un quadro analogo emerge dall'analisi dei mercati di provenienza. Depurando il perimetro d'osservazione dal fenomeno delle abitazioni a disposizione — dominato dalla domanda domestica e caratterizzato da panieri di consumo atipici — la forbice tra volumi fisici e valore economico si manifesta con assoluta chiarezza a vantaggio della domanda internazionale.

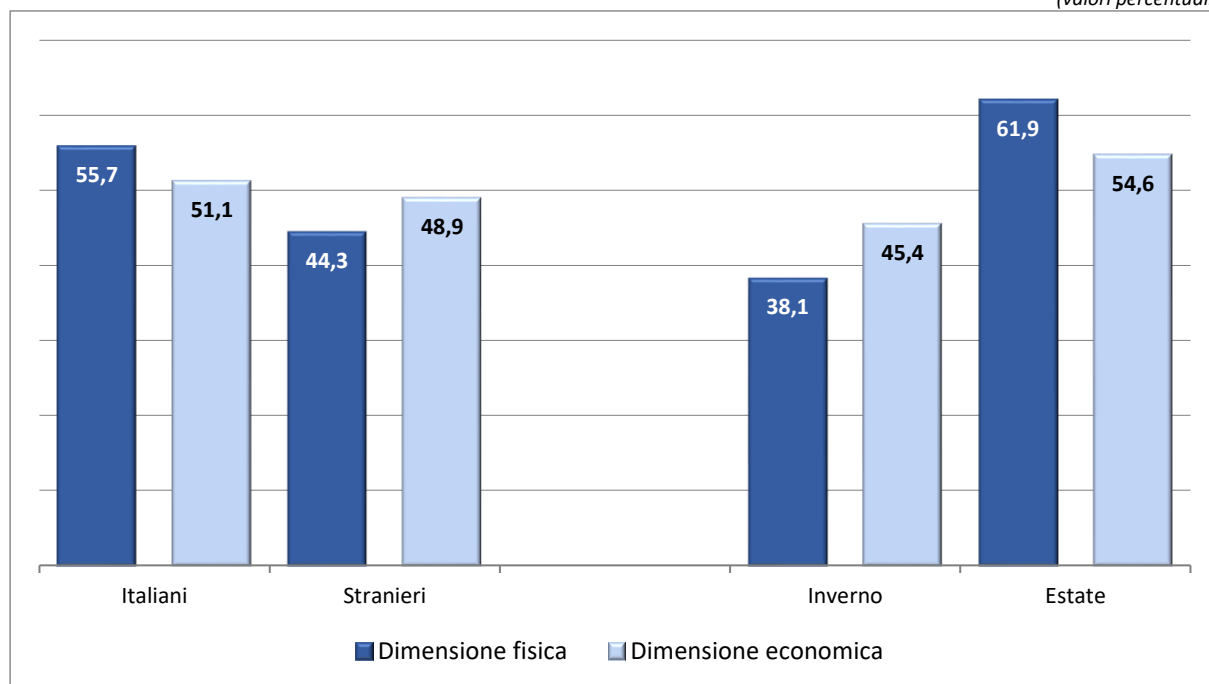
Il bacino domestico (gli italiani) rappresenta la maggioranza assoluta delle presenze fisiche nel comparto ricettivo di mercato, attestandosi al 55,7% dei pernottamenti. Tuttavia, spostando l'asse di osservazione sulla ricchezza effettivamente prodotta, la componente italiana vede ridurre il proprio peso relativo, scendendo al 51,1% del PIL attivato. I flussi internazionali, dal canto loro, compiono il percorso inverso: pur rappresentando una quota minoritaria delle presenze (44,3%), arrivano a sfiorare la parità economica, intercettando il 48,9% del PIL provinciale.

Questa dinamica certifica la maggiore redditività per presenza della domanda estera all'interno della filiera ricettiva commerciale. Il turista straniero, svincolato dalle logiche del turismo di prossimità, esprime infatti una propensione marginale al consumo sensibilmente più elevata: si orienta con maggiore frequenza verso l'*hôtellerie* di fascia medio-alta (effetto *up-selling*) e manifesta una maggiore rigidità rispetto all'acquisto di servizi *premium* e accessori. Di conseguenza, ogni singola presenza internazionale agisce come un moltiplicatore di valore più potente, garantendo alla destinazione una redditività superiore rispetto alla controparte nazionale.

²¹ Il confronto è stato condotto considerando il movimento dei turisti nelle strutture ricettive certificate (alberghiere ed extralberghiere) e la stima dei turisti ospitati negli alloggi turistici. Sono state escluse le abitazioni a disposizione. In tal senso, anche la stima del PIL attivato dalla spesa turistica è stata ricalcolata escludendo l'apporto della spesa dei proprietari che utilizzano le loro abitazioni non principali per vacanza. Per tale ragione le percentuali relative al peso economico per stagione e per provenienza differiscono leggermente rispetto alle stime complessive riportate nelle figure 17 e 18.

Fig. 19 – Incidenza del movimento dei turisti nelle strutture certificate e negli alloggi turistici (dimensione fisica) e del PIL attivato (dimensione economica) in Trentino per stagione e provenienza (anno 2025)

(valori percentuali)

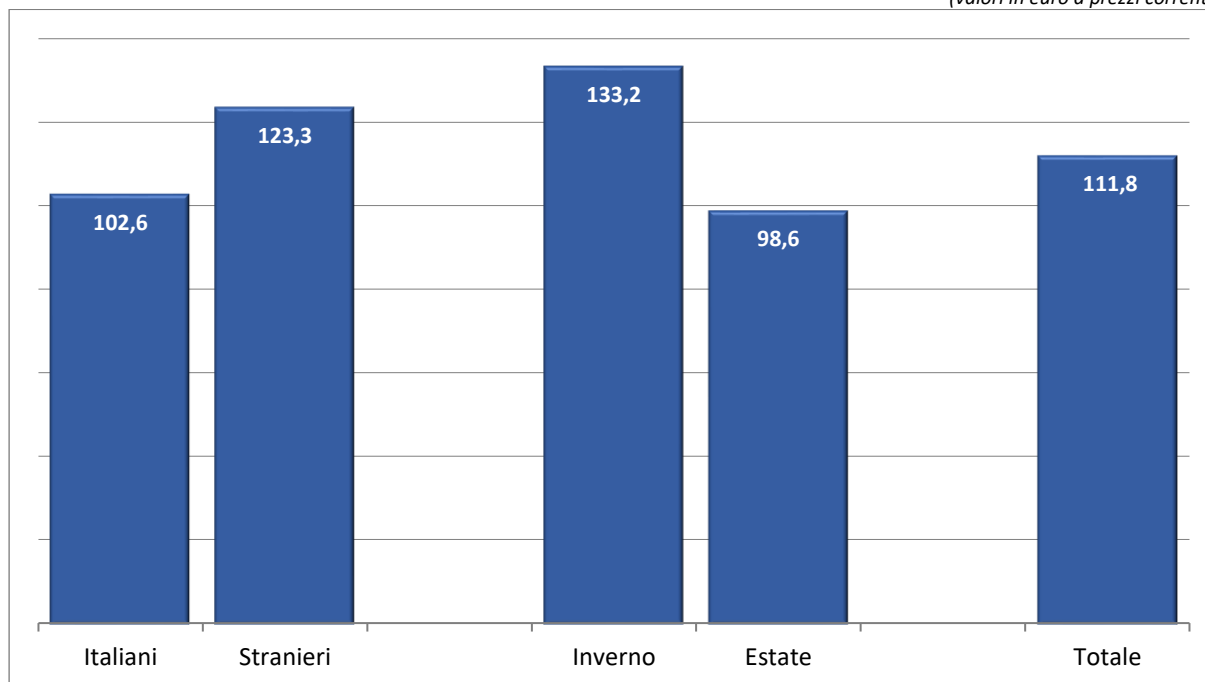


Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina; Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

A corollario di questa analisi comparata tra i volumi fisici e gli aggregati macroeconomici risulta di particolare utilità la costruzione di un indicatore di sintesi capace di tradurre l'impatto complessivo in un indicatore di immediata leggibilità: il PIL attivato per singola presenza turistica ([figura 1](#) e [figura 20](#)). Rapportando la ricchezza netta generata dal comparto al numero totale dei pernottamenti registrati nell'anno, si ottiene la misura del "rendimento territoriale" del turismo, ovvero la quota di valore aggiunto che ogni singola notte trascorsa in Trentino lascia in dote all'economia locale. Mentre la spesa giornaliera ci dice quanta liquidità viene immessa dal turista, il PIL per presenza indica quanta ricchezza netta rimane sul territorio per ogni notte in Trentino, al netto delle dispersioni. È un indicatore strategico per il territorio perché mette in relazione l'impatto della presenza fisica (infrastrutture, traffico, consumo di suolo) con il suo "ritorno" reale in termini di ricchezza locale.

Per il totale della provincia si stima che ogni presenza turistica attivi un PIL pari a quasi 112 euro. Questo dato rappresenta in modo sintetico l'efficienza della filiera, testimoniando la capacità del sistema di trasformare il transito fisico dei visitatori in un dividendo economico strutturale per la comunità ospitante. Tuttavia, è declinando questo indicatore secondo i mercati di provenienza che emergono le sfumature più interessanti. Applicando il medesimo rapporto alle diverse tipologie di clientela, si osserva infatti che una presenza generata dal mercato domestico attiva un PIL di 102,6 euro, mentre un pernottamento ascrivibile al mercato internazionale genera una ricchezza netta pari a 123,3 euro. Ancora più ampia risulta la distanza tra il PIL per turista secondo l'analisi per stagione: l'inverno genera 132,2 euro per turista contro i 98,6 euro della stagione estiva.

Fig. 20 – PIL attivato in media da ogni presenza turistica per provenienza, stagione e nel complesso (anno 2025)
(valori in euro a prezzi correnti)



Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina; Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

5.4 La geografia del valore: fatturato, PIL attivato e moltiplicatori per cluster territoriali

Il passaggio dalla dimensione macroeconomica aggregata all'analisi di dettaglio spaziale aiuta a comprendere le complesse dinamiche turistiche trentine. Il dato medio provinciale, che vede un fatturato complessivo di 4,1 miliardi di euro tradursi in un PIL attivato di 3,1 miliardi, con un moltiplicatore medio di 0,76, pur indispensabile per misurare il peso del comparto sull'economia generale, per sua natura tende a omogeneizzare le profonde eterogeneità che caratterizzano i diversi microsystemi di offerta del territorio. La disaggregazione del fatturato e del PIL attivato secondo le vocazioni territoriali (i *cluster*) permette di mappare quella che possiamo definire la "geografia del valore". Questo esercizio contabile evidenzia come le specializzazioni territoriali (l'alta e la media montagna, i sistemi lacustri, i contesti urbani) si traducano in capacità radicalmente diverse non solo di generare volumi di spesa, ma soprattutto di innescare ricchezza strutturale.

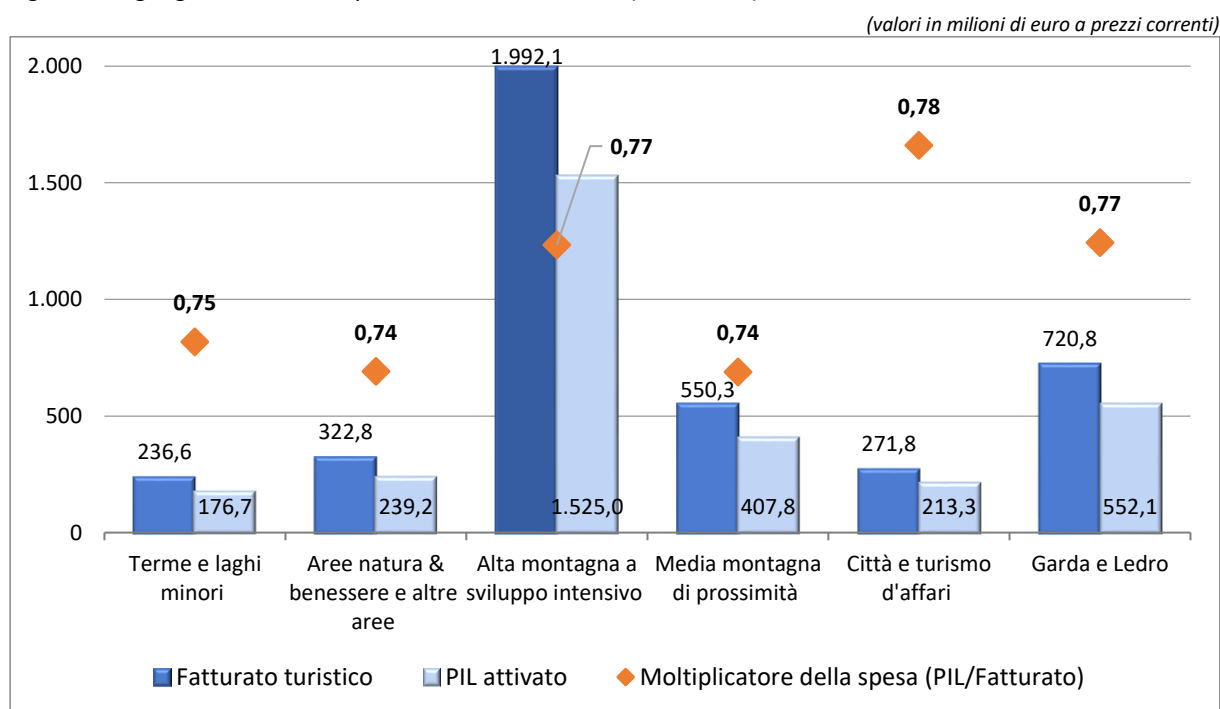
I risultati della simulazione a livello di *cluster*²² restituiscono un quadro in cui il *cluster* dell'Alta montagna a sviluppo intensivo si conferma il motore trainante dell'economia turistica provinciale: assorbe da solo un fatturato di 1.992 milioni di euro e genera un PIL attivato pari a 1.525 milioni (figura 21). Posizionandosi leggermente al di sopra del moltiplicatore medio provinciale (0,77), questo ambito territoriale dimostra una elevata capacità di capitalizzare i flussi legati *in primis* all'industria

²² L'esercizio simulativo condotto a livello di *cluster* utilizza il dato sulla spesa media giornaliera pro capite stimato per ogni singolo territorio. Per tale ragione la somma del fatturato turistico a livello complessivo, che utilizza invece la spesa media giornaliera provinciale, non risulta perfettamente allineata con quanto riportato per l'analisi condotta a livello provinciale. Ciò si riflette nel vettore di domanda che viene inserito nel modello intersettoriale che determina un differente impatto anche in termini di PIL attivato.

dello sci e della grande ricettività, trasformando masse significative di spesa in ricchezza diffusa. Il secondo polo d'attrazione è rappresentato dall'Area Garda e Ledro, che con 721 milioni di fatturato attiva 552 milioni di PIL (moltiplicatore 0,77), consolidando il proprio ruolo di distretto turistico maturo e fortemente internazionalizzato.

Un grado di interdipendenza settoriale leggermente inferiore, seppur su valori di assoluto rilievo, si riscontra negli ambiti a vocazione più naturalistica e diffusa. Il *cluster* Terme e laghi minori (237 milioni di fatturato e 177 milioni di PIL) fa segnare un moltiplicatore di 0,75, mentre le Aree natura & benessere (323 milioni di fatturato e 239 di PIL) e la Media montagna di prossimità (550 milioni di fatturato e 408 di PIL) si attestano entrambe su un coefficiente di 0,74. Le aree periferiche o a minor intensità turistica, pur generando volumi economici vitali per il presidio e la sopravvivenza del territorio, presentano un indice di turisticità sensibilmente inferiore. Il turismo qui agisce come settore complementare e sussidiario rispetto ad altre attività prevalenti, quali l'agricoltura, la zootecnia, l'artigianato. Il peso specifico di questi territori si misura in termini di esternalità positive garantendo redditi integrativi importanti per il mantenimento dei servizi essenziali, arginando lo spopolamento della montagna e presidiando il territorio contro il dissesto idrogeologico. Inoltre, fungono da "valvole di sfogo" per mitigare le pressioni antropiche dei *cluster* ad altissimo sviluppo, intercettando la crescente domanda di turismo *slow* e a basso impatto ambientale.

Fig. 21 – La geografia del valore per territorio in Trentino (anno 2025)



Fonte: ISPAT – Modello intersettoriale dell'economia trentina e Indagine sulla spesa turistica

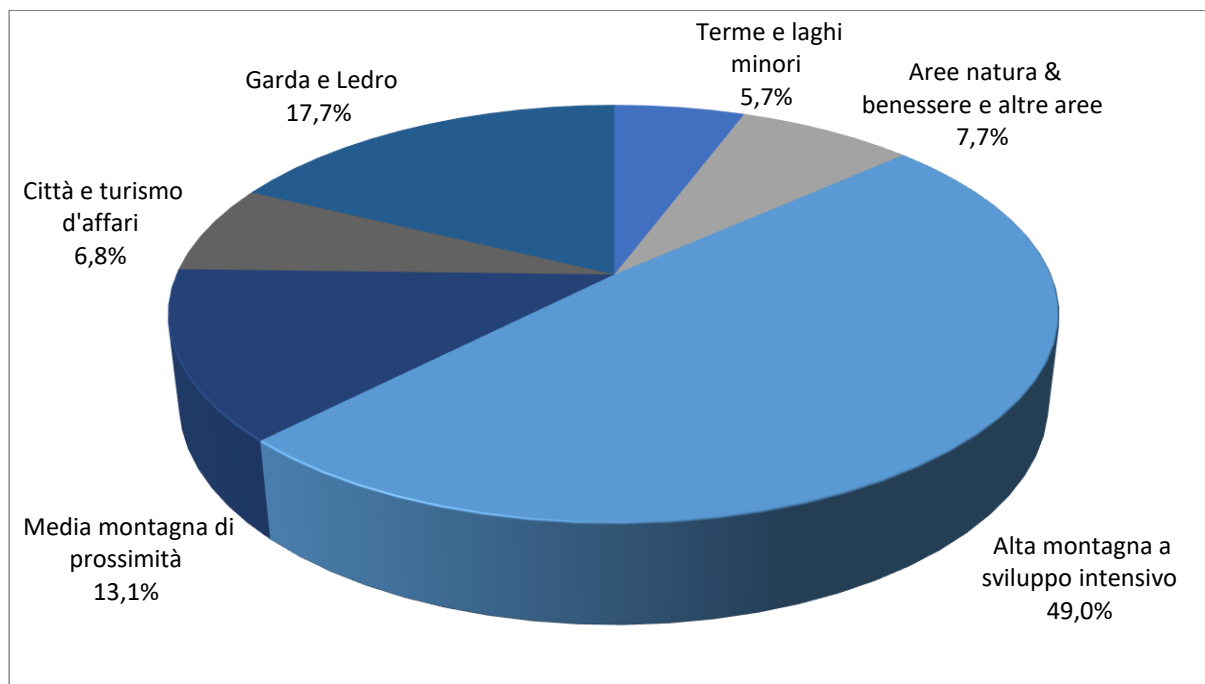
Spostando l'analisi dai volumi assoluti all'efficienza endogena dei singoli ecosistemi, il parametro chiave diviene il moltiplicatore locale. Questo indicatore quantifica la capacità di un territorio di "trattenere" l'iniezione primaria di liquidità, minimizzando le dispersioni (*leakages*) e attivando le filiere locali contigue. Sotto questo profilo, spicca la *performance* del *cluster* Città e turismo d'affari: pur movimentando volumi più contenuti (272 milioni di euro di fatturato e 213 milioni di euro di PIL), registra il moltiplicatore più elevato della provincia, pari a 0,78. Tale picco di efficienza si spiega con la natura stessa del tessuto economico urbano, intrinsecamente più denso, diversificato e interconnesso, capace di soddisfare la domanda intermedia e finale del visitatore – dallo *shopping* alla ristorazione, fino ai servizi avanzati – attingendo massicciamente a fornitori locali anziché ricorrere all'importazione.

La mappa del valore aggiunto restituisce quindi l'immagine di un Trentino a più velocità, dove la grande montagna e il lago garantiscono i volumi macroeconomici portanti, mentre i centri urbani si distinguono per l'eccellente capacità di massimizzare e trattenere la ricchezza generata. Più nello specifico, la scomposizione del PIL turistico provinciale secondo le vocazioni territoriali ([figura 22](#)) restituisce l'immagine di una "geografia del valore" fortemente asimmetrica, caratterizzata da un'elevata polarizzazione della ricchezza generata.

L'architettura macroeconomica del turismo trentino si poggia infatti in modo preponderante sul *cluster* dell'Alta montagna a sviluppo intensivo. Questo ambito, trainato dall'imponente indotto della filiera bianca e da un'offerta ricettiva di ampie dimensioni, intercetta da solo quasi la metà dell'intero PIL provinciale attivato, giungendo a pesare per il 49% del totale. Segue, a notevole distanza ma con un ruolo strategico di rilievo, l'Area Garda e Ledro: il distretto lacustre per eccellenza, forte della sua vocazione internazionale e della prolungata stagionalità estiva, contribuisce alla formazione della ricchezza per il 17,7%. La somma di questi due poli di specializzazione concentra due terzi del PIL turistico trentino.

Il restante terzo della "torta" macroeconomica si distribuisce in modo più frammentato tra i *cluster* a vocazione diffusa. La Montagna di prossimità, che funge da cerniera territoriale e garantisce un presidio diffuso sulle valli, rappresenta il terzo bacino per importanza, generando il 13,1% del PIL attivato. Più contenute, ma essenziali per la diversificazione del prodotto provinciale, risultano le quote delle Aree natura & benessere (7,7%) e del *cluster* Città e turismo d'affari (6,8%), sebbene quest'ultimo vanta il primato in termini di efficienza del moltiplicatore locale. Chiude la ripartizione il comparto Terme e laghi minori, che si attesta al 5,7% della ricchezza complessiva configurandosi come un territorio di nicchia di assoluta qualità all'interno dell'offerta complessiva.

Fig. 22 – Distribuzione del PIL attivato dal turismo in Trentino per territorio (anno 2025)



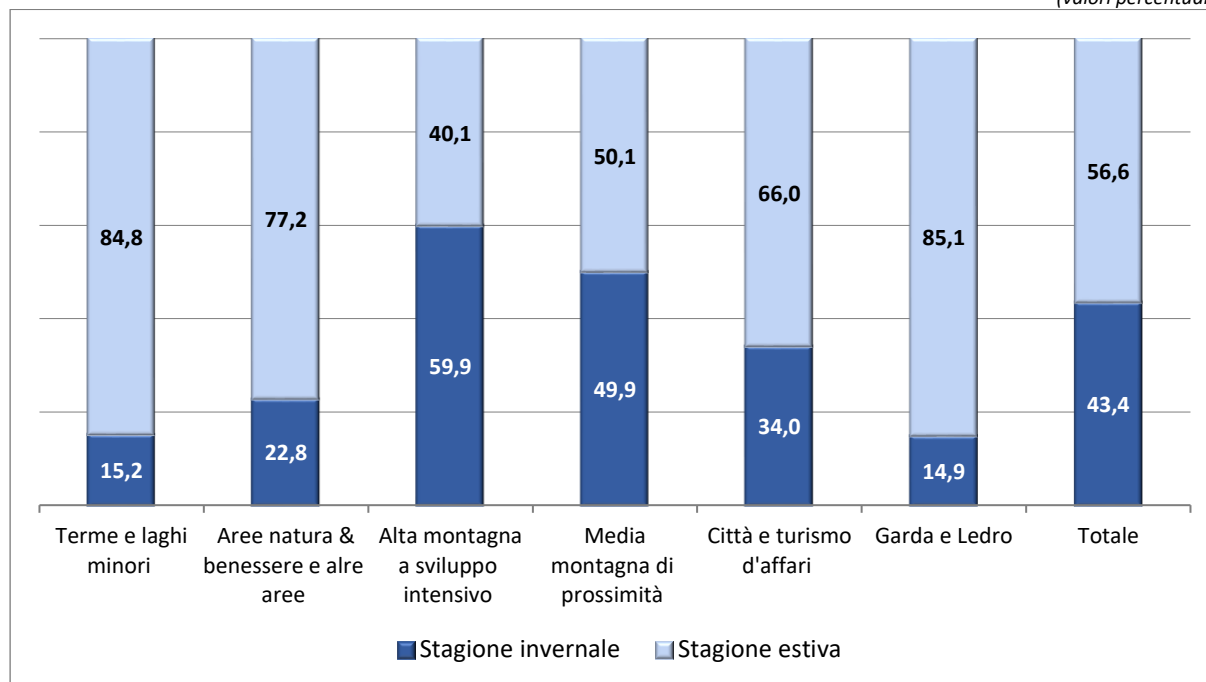
Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina e Indagine sulla spesa turistica

L'analisi della distribuzione del PIL attivato dai flussi turistici evidenzia una marcata eterogeneità stagionale tra i diversi *cluster* territoriali considerati (figura 23). A livello aggregato, il sistema economico manifesta una prevalenza della componente estiva, la quale genera il 56,6% del PIL totale, a fronte di un contributo invernale pari al 43,4%. Tale sbilanciamento risulta particolarmente accentuato nell'Area Garda e Ledro e nel comparto Terme e laghi minori, dove l'incidenza della stagione estiva supera l'85%, delineando un modello di *business* fortemente polarizzato e condizionato dai fattori climatici e ambientali. Al contrario, il segmento dell'Alta montagna a sviluppo intensivo si configura come l'unico *cluster* a chiara dominanza invernale (59,9%), riflettendo la specializzazione infrastrutturale e la rendita di posizione legata al turismo bianco.

Una condizione di sostanziale equilibrio si osserva invece nella Montagna di prossimità, dove il divario tra le due stagioni si riduce a soli 0,2 punti percentuali (49,9% inverno vs 50,1% estate), indicando una capacità di destagionalizzazione e una continuità nell'attivazione di valore aggiunto lungo tutto l'arco dell'anno. Infine, il comparto relativo alle Città e al turismo d'affari presenta una distribuzione intermedia, con una quota estiva del 66,0%, riflesso di una resilienza economica che, pur pendendo verso il semestre caldo, mantiene una componente significativa di flussi anche nel periodo invernale.

Fig. 23 – Peso specifico delle stagioni rispetto al PIL attivato dal turismo in Trentino per territorio (anno 2025)

(valori percentuali)



Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina e Indagine sulla spesa turistica

Da ultimo un accenno al tema della sostenibilità. Storicamente il successo delle destinazioni turistiche è stato misurato quasi esclusivamente attraverso metriche di volume: la crescita degli arrivi e delle presenze. Tuttavia, questo approccio non considera le esternalità negative e i costi occulti legati alla pressione turistica, come il consumo di risorse, la congestione infrastrutturale e l'impatto sulla qualità della vita dei residenti. Volendo guardare anche alla sostenibilità territoriale, può essere utile rappresentare contemporaneamente le due dimensioni: non solo quanti turisti attrae un'area, ma anche quanto valore economico generano le presenze turistiche in proporzione allo sforzo richiesto all'ecosistema locale.

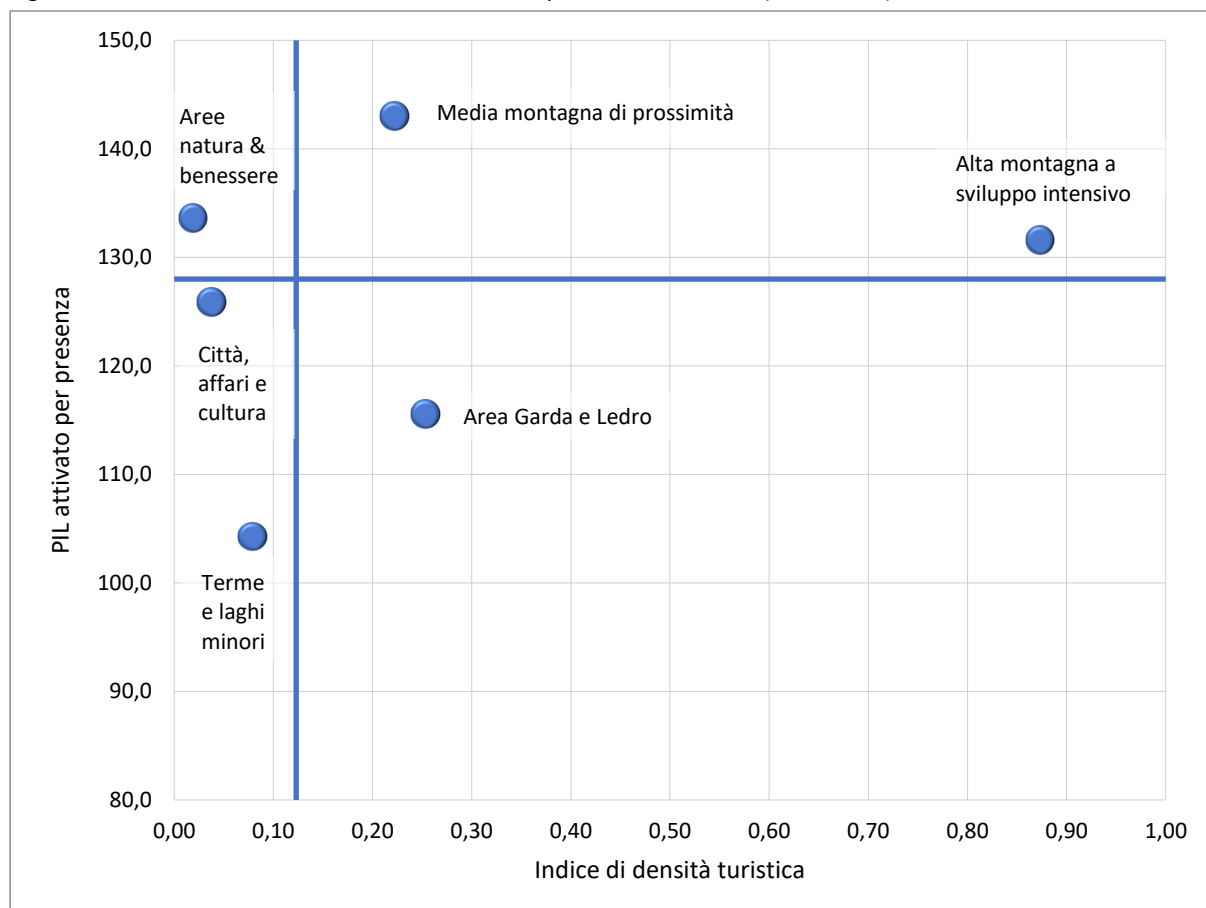
Per mappare questa dinamica, è stata elaborata una matrice spaziale che posiziona i diversi *cluster* territoriali su un piano cartesiano, incrociando due indicatori di *performance* fondamentali (*Key Performance Indicator* – KPI) (figura 24), come di seguito descritti.

- Asse X – Indice di densità turistica territoriale quale misura dell'intensità del carico antropico. Nel caso specifico l'indice è calcolato rapportando le presenze turistiche alla popolazione (densità turistica per residente). Rappresenta il "consumo" del territorio dal punto di vista fisico e sociale.
- Asse Y – Efficienza economica misurata dal PIL attivato per singola presenza turistica. Rappresenta la capacità del sistema locale di monetizzare il flusso turistico, generando valore aggiunto da ogni singolo visitatore.

L'incrocio di queste due variabili produce una mappa a quattro quadranti che restituisce una possibile fotografia della "salute" turistica dei vari territori. Le linee di demarcazione corrispondono alle medie

provinciali che tagliano il piano cartesiano a circa 128 euro per presenza turistica (l'“efficienza” – asse Y) e a un valore di turisticità media pari a 0,120 (la “densità” turistica – asse X).

Fig. 24 – Efficienza economica vs densità turistica per *cluster* turistico (anno 2025)



Nota. L'efficienza economica è misurata dal rapporto tra PIL attivato dal settore turismo in ogni *cluster* e i pernottamenti nelle strutture alberghiere ed extralberghiere. L'indice di densità turistica è dato dal rapporto tra i pernottamenti e la popolazione residente.

Fonte: ISPAT, *Modello intersettoriale dell'economia trentina e Indagine sulla spesa turistica*; Istat

Questo approccio restituisce quattro possibili contesti territoriali, rappresentati dai quadranti in cui risulta diviso il piano cartesiano.

1. Nel primo quadrante, in alto a destra, si osserva il PIL per presenza più elevato ma un contestuale superamento della media provinciale di pressione territoriale. Ricadono in questo contesto le aree di eccellenza della montagna, sia l'Alta montagna a sviluppo intensivo, sia la Media montagna di prossimità. Si tratta delle aree dove sono collocati i grandi poli sciistici: l'alta resa dal punto di vista finanziario si accompagna a una significativa pressione sul territorio.
2. Nel secondo quadrante, in alto a sinistra, a fronte di un PIL attivato elevato per presenza turistica, si riscontra una pressione turistica relativamente bassa. Ricadono in questo quadrante i comuni che si collocano nel *cluster* Aree natura & benessere e altre aree. Con un

indice di pressione quasi nullo (circa 0,02), queste aree riescono ad attivare un PIL pro capite elevato (oltre 130 euro per singola presenza). In questi territori l'impatto è basso; il turista spende molto (o attiva filiere lunghe) con un impatto relativamente minore sul territorio.

3. Il terzo quadrante, in basso a sinistra, rappresenta un bacino di potenziale turistico in cui entrambi gli indicatori risultano inferiori rispetto ai valori medi provinciali. Si osservano peraltro situazioni diverse: mentre l'area Città, affari e cultura si posiziona appena al di sotto della linea della redditività media (circa 125 euro per presenza) con una pressione molto bassa, l'area Terme e laghi minori presenta l'efficienza più bassa tra i territori (circa 104 euro per presenza), controbilanciata però da una maggiore tenuta territoriale. Si tratta di zone che assorbono bene il turismo ma che probabilmente non riescono ancora a monetizzarlo appieno.
4. Il quarto quadrante, in basso a destra, rappresenta l'area dove, a fronte di una resa per presenza inferiore alla media (circa 115 euro per presenza), si osserva una concentrazione turistica elevata. Ricade in questo quadrante l'Area Garda e Ledro. L'alto numero di presenze turistiche in rapporto alla popolazione residente, con conseguenti possibili fenomeni di congestione, si accompagna a un guadagno relativamente basso, anche per effetto dell'elevata presenza di strutture ricettive extralberghiere.

5.5 Dalla creazione di ricchezza alla creazione di lavoro: l'impatto occupazionale (ULA)

L'esplorazione della misurazione dell'impatto macroeconomico generato dal turismo non si limita all'analisi della ricchezza prodotta (il PIL attivato) ma si declina anche nell'impatto sul mercato del lavoro. La spesa turistica, agendo come uno *shock* positivo sulla domanda finale, innesca infatti un proporzionale fabbisogno occupazionale che si riverbera lungo l'intera architettura produttiva provinciale, dalle branche caratteristiche dell'ospitalità fino ai settori dell'indotto (effetto indiretto) e dei consumi intermedi (effetto indotto)²³.

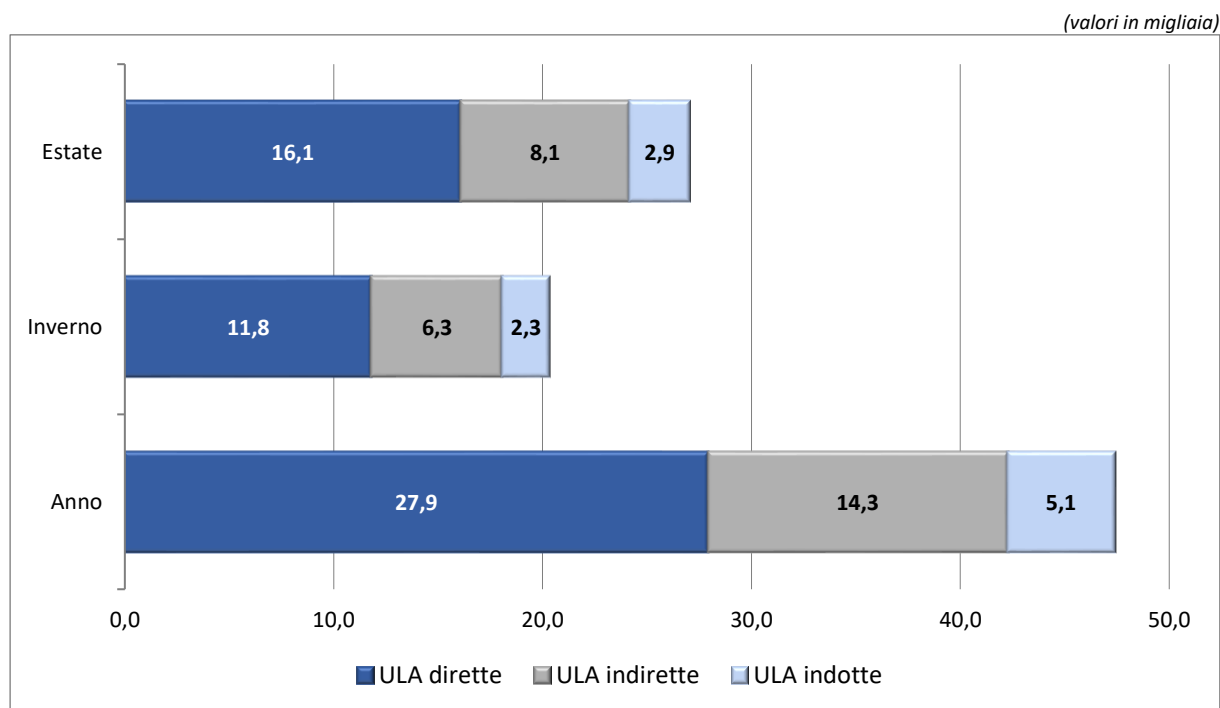
Attraverso l'applicazione dei coefficienti di attivazione del lavoro (il rapporto tra valore aggiunto settoriale e Unità di Lavoro Standard impiegate) ai risultati del modello macroeconomico, è possibile tradurre i 3.105 milioni di euro di PIL turistico attivato nella loro "dimensione occupazionale". Questa stima permette non solo di valorizzare il volume complessivo di lavoro a tempo pieno sostenuto dal comparto, ma offre l'opportunità di esplorare come tale fabbisogno si distribuisca tra le professioni strettamente turistiche e le filiere contigue, confermando ancora una volta la trasversalità del settore.

I risultati della simulazione ([figura 25](#)) indicano che su base annua la spesa turistica attiva complessivamente oltre 47 mila unità lavorative (dipendenti e indipendenti) delle quali la componente diretta costituisce il pilastro portante con 28 mila unità, pari a circa il 60% del totale. L'effetto moltiplicativo sulla filiera produttiva (impatto indiretto) e sui consumi finali (impatto indotto) genera

²³ Per quantificare in modo rigoroso questo "dividendo sociale", la statistica economica ricorre all'indicatore delle Unità di Lavoro Standard (ULA). L'utilizzo di questa specifica metrica appare dirimente, in particolar modo nel comparto turistico: caratterizzato per sua natura da un'elevata incidenza di stagionalità, da contratti a tempo determinato e da forme di impiego *part-time*, il settore mal si presta infatti a una misurazione basata sul semplice "conteggio delle teste" (le posizioni lavorative fisiche), che porterebbe a un'inevitabile sovrastima del volume effettivo di lavoro prestato. L'ULA, al contrario, agisce da stabilizzatore analitico, riconducendo la frammentazione contrattuale a un'unità di misura omogenea, equivalente alla quantità di lavoro prestata in un anno da un occupato a tempo pieno.

rispettivamente ulteriori 14 e 5 mila ULA, confermando la natura intersettoriale della spesa turistica e la sua capacità di irradiare valore sull'intero sistema economico locale. Coerentemente con le dinamiche del valore aggiunto, la distribuzione stagionale evidenzia una prevalenza del semestre estivo, capace di attivare 27 mila ULA totali a fronte delle 20 mila generate nel periodo invernale. Tale divario è riconducibile principalmente alla maggiore intensità dell'impatto diretto nei mesi estivi — pari a 16 mila ULA contro le 12 mila invernali — che agisce da innesco per le componenti derivate. È tuttavia interessante notare come la struttura interna dell'occupazione mantenga una sostanziale stabilità proporzionale tra le diverse tipologie di impatto indipendentemente dal periodo considerato: il rapporto tra l'occupazione diretta e l'indotto sistemico (indiretto più indotto) rimane pressoché costante, segno di un'integrazione strutturata delle catene del valore locali in grado di rispondere in modo omogeneo alle fluttuazioni della domanda primaria. Le evidenze statistiche confermano quindi che, sebbene la stagionalità determini una diversa ampiezza dei volumi occupazionali assorbiti, essa non altera l'efficienza moltiplicativa intrinseca del settore turistico.

Fig. 25 – Unità di lavoro attivate dall'economia turistica in Trentino per tipo di impatto (anno 2025)



Fonte: ISPAT, Modello intersettoriale dell'economia trentina e Indagine sulla spesa turistica

Sotto il profilo della scomposizione settoriale e della natura del rapporto di lavoro, l'analisi evidenzia come poco più di 28 mila ULA attivate siano direttamente ascrivibili alle branche dell'industria turistica in senso stretto. Tale aggregato, che rappresenta il fulcro occupazionale del comparto, riflette una struttura di mercato del lavoro eterogenea, in cui convivono sia la componente del lavoro dipendente sia quella del lavoro indipendente. La componente dipendente garantisce l'operatività dei servizi ricettivi e ristorativi su larga scala; dall'altro lato, la quota di lavoro indipendente sottolinea la rilevanza della micro-imprenditorialità e delle figure professionali autonome che caratterizzano l'offerta turistica locale. Questa ripartizione interna alla forza lavoro non solo consolida il dato dell'impatto

diretto totale, ma conferma la resilienza del settore nel generare opportunità occupazionali diversificate, capaci di assorbire diverse forme di partecipazione al mercato del lavoro in risposta alla variabilità dei flussi stagionali precedentemente osservati.

L'analisi puntuale del rapporto tra valore aggiunto (VA) e Unità di Lavoro Standard (ULA) risultanti dall'impatto diretto permette di definire anche una stima della produttività media del lavoro nell'industria turistica. Su base annua, la produttività media per addetto si attesta a un valore di 56,2 mila euro, come risultato del rapporto tra un valore aggiunto totale di 1.568,3 mln di euro e 27,9 mila ULA attivate direttamente. Scomponendo il dato su base stagionale, emerge una sostanziale convergenza dell'efficienza operativa tra i due periodi. Nonostante il semestre estivo esprima volumi assoluti maggiori, sia in termini di ricchezza prodotta (901,4 milioni di VA) che di input lavorativo (16,1 mila ULA), la produttività per addetto risulta pari a 56 mila euro, un valore che si discosta solo marginalmente dal dato invernale, dove una produzione di 672,3 milioni di euro di VA ottenuta con 11,8 mila ULA esprime una produttività di 56,9 mila euro.

Questo differenziale contenuto (pari a circa l'1,5%) riflette un sistema turistico che opera con un'efficienza quasi omogenea lungo l'arco dell'anno. La fotografia statistica restituisce l'immagine di un comparto in cui la redditività del lavoro è strutturale e resiliente, con uno scarto di rendimento tra estate e inverno estremamente ridotto, a fronte di una stagionalità che impatta prevalentemente sui volumi occupazionali e non sull'efficienza della singola unità lavorativa.

Conclusioni

L'indagine sulla spesa turistica restituisce l'immagine di un comparto in profonda evoluzione, capace di lasciarsi alle spalle le criticità del passato recente riposizionandosi verso l'alto. L'analisi dei dati indica come non sia più sufficiente considerare i volumi fisici (arrivi e pernottamenti), ma occorra guardare alla capacità del sistema territoriale di ottimizzare l'estrazione di valore. La qualificazione dell'offerta ricettiva, la destagionalizzazione e l'integrazione di filiera tra turismo, cultura, agricoltura e commercio si confermano i veri moltiplicatori della ricchezza, indispensabili per garantire al Trentino un primato competitivo e una solida tenuta macroeconomica anche per il futuro.

Da un lato, l'inverno si conferma come la stagione dell'intensità economica: con una spesa media pro capite per turista pernottante prossima ai 179 euro (che supera i 210 euro per il segmento alto-spendente internazionale), la *white economy* agisce come un potente generatore di flussi di cassa concentrati. È un modello trainato dalla rigidità della domanda sciistica e dall'alta incidenza dei servizi sportivi (*skipass* e noleggi), che impone barriere all'ingresso economiche più alte ma garantisce margini unitari elevati, fondamentali per sostenere gli ingenti costi energetici e infrastrutturali della montagna meccanizzata.

Dall'altro lato, l'estate appare come la stagione dell'estensività economica e della diffusione: pur con una spesa media giornaliera inferiore (circa 129 euro), la stagione calda garantisce una distribuzione della ricchezza più capillare. Il venir meno dei costi fissi sportivi libera risorse che il turista rialloca in modo trasversale sulla filiera della ristorazione, dello *shopping* e dei servizi culturali. L'estate si dimostra, inoltre, il momento in cui l'indotto economico penetra più a fondo nel tessuto territoriale, beneficiando non solo i grandi poli turistici ma anche le valli laterali e i centri minori, grazie a un turismo più mobile e curioso.

L'economia turistica trentina si conferma infine un motore occupazionale trasversale, capace di attivare oltre 47 mila Unità di Lavoro Standard (ULA) annue, di cui il 40% generato dall'indotto, a dimostrazione di una profonda integrazione con la filiera locale. La capacità moltiplicativa dell'economia del turismo rimane inoltre relativamente stabile tutto l'anno, distinguendosi per la sua resilienza e la capacità di bilanciare efficacemente lavoro dipendente e micro-imprenditorialità.

Nota metodologica

L'indagine sulla spesa turistica, come nelle precedenti occasioni, si è rivolta ad un campione di nuclei turistici pernottanti (2.800) opportunamente stratificato e rappresentativo delle diverse segmentazioni ricettive e territoriali nelle quali si articola l'offerta turistica trentina. Il "nucleo turistico" è inteso come le persone, non necessariamente legate da vincoli di parentela e costituito anche da più nuclei familiari, che durante il periodo di vacanza fa riferimento ad un unico budget di spesa.

Nello specifico, il ciclo invernale 2024/2025 ha coinvolto 1.340 nuclei turistici che hanno trascorso un periodo di vacanza in una delle strutture ricettive (alberghi, campeggi, altre strutture ricettive che operano con licenza, CAV) presenti sul territorio provinciale. Leggermente superiore il numero dei nuclei intervistati nella stagione estiva (1.451) nei periodi agosto-novembre 2024 e maggio-luglio 2025. Rispetto allo schema di campionamento iniziale, il tasso di copertura dell'indagine è risultato pari al 93%.

La metodologia di indagine adottata non si discosta in modo significativo da quella utilizzata in occasione delle precedenti indagini. Le interviste sono state distribuite temporalmente tra i mesi in modo proporzionale alle presenze rilevate negli stessi mesi dell'anno precedente. Il disegno campionario ha previsto, per ogni stagione, la stratificazione del territorio provinciale secondo 7 *cluster* turistici (poi collassati a 6)²⁴. Le zone montane sono state suddivise in "Alta montagna a sviluppo intensivo" e "Media montagna di prossimità", caratterizzata da una proposta turistica più diversificata. È stata confermata l'area "Terme e laghi minori" distinguendola dall'"Area Garda e Ledro". La restante parte del territorio, eccetto i comuni di Trento e Rovereto, è stata declinata come "Aree natura & benessere e aree produttive", in coerenza con le linee di indirizzo della promozione dei territori interessati da un turismo non intensivo. Ha completato il quadro l'area delle città di Trento e Rovereto inserite nel *cluster* "Città, affari e cultura".

Cinque sono state le tipologie di strutture ricettive oggetto di indagine. Le strutture alberghiere sono state profilate per numero di stelle, andando a costituire 2 strati: Alberghi (1,2,3 stelle) e Alberghi (3 stelle superior, 4 stelle e 4 superior, 5 stelle). Nel settore extralberghiero sono state individuate tre tipologie in modo da caratterizzare le diverse preferenze del turista: i campeggi, le case e gli alloggi per vacanza gestiti in forma imprenditoriale – CAV e le altre strutture (B&B, Affittacamere, Agriturismi). Non è stato considerato il turismo in seconda casa. Il dato sulla spesa media giornaliera pro capite rilevato per gli ospiti nelle CAV è stato utilizzato per stimare la spesa negli altri alloggi turistici in quanto tale forma di ricettività è totalmente simile agli alloggi privati dati in affitto.

Attraverso rilevatori appositamente formati, le interviste sono state condotte con tecnica CAPI utilizzando un questionario elettronico, coinvolgendo sia turisti italiani che stranieri, secondo quote che riflettevano la provenienza degli ospiti osservata nell'anno precedente. Gli stranieri sono stati considerati nel loro complesso, senza stratificazioni ulteriori sulla loro provenienza. Il questionario è stato progettato con l'obiettivo di pervenire alla quantificazione della spesa media giornaliera pro capite distintamente per ciascun cluster turistico e per ciascuna tipologia di struttura. L'elemento imprescindibile della stima della spesa media è rappresentato dalla composizione del nucleo turistico, profilato per provenienza e successivamente analizzando anche, per classe di età. La struttura del

²⁴ Si veda l'elenco completo dei Comuni per *cluster* riportato alla fine del report.

paniere di spesa ha tenuto conto della ricorrenza dei comportamenti di consumo, isolando in modo funzionale le spese per l'alloggio, le spese ricorrenti tipicamente quotidiane e le spese non ricorrenti o saltuarie; per la stagione invernale è stata progettata una specifica e dettagliata sezione per rilevare le spese per lo sci e per le attività sulla neve. Particolare attenzione è stata dedicata anche alle spese per attività ricreative e culturali.

L'indagine ha coinvolto complessivamente una cinquantina di rilevatori in un periodo ricompreso tra agosto 2024 e luglio 2025. L'indagine all'interno di questo range temporale ha avuto carattere di continuità, con interviste distribuite in ogni mese in modo proporzionale rispetto alla distribuzione statistica delle presenze per mese rilevata dal movimento dei turisti per l'indagine ISTAT. La stagione invernale ricomprende i mesi da dicembre ad aprile. La stagione estiva i rimanenti mesi²⁵.

Gli elenchi delle strutture ricettive dove effettuare le interviste sono stati estratti dal sistema informativo del turismo (STU) ed escludono: i rifugi alpini ed i campeggi mobili, per ovvi motivi di difficoltà ad effettuare le interviste, le case per ferie con permanenza media superiore ai 30 giorni per escludere possibili presenze non legate al turismo in senso stretto.

²⁵ Anche se lo sviluppo dell'indagine non corrisponde all'anno solare, i dati rilevati nei diversi mesi sono stati ricomposti in modo da rappresentare la stagione invernale da dicembre 2024 ad aprile 2025 e la stagione estiva, costituita dalle rilevazioni condotte da agosto a novembre 2024 e da maggio a luglio 2025. Per semplicità nel report si fa riferimento all'anno 2025, all'inverno 2024/2025 e all'estate 2025.

Schema campionario: distribuzione delle presenze e del campione per stagione, cluster e tipologia ricettiva

Stagione invernale

	Alberghi (1,2,3)	Alberghi (3s,4,4s,5)	B&B, affittacamere, agriturismo	Campeggi	Case e alloggi vacanze	Totale	% per cluster
Presenze							
Terme e laghi minori	46.867	27.145	16.537	9.484	5.124	105.157	1,5
Aree natura & benessere e altre aree	108.495	45.303	54.586	2.548	12.289	223.221	3,3
Alta montagna a sviluppo intensivo	1.948.310	2.103.128	107.460	106.708	350.018	4.615.624	67,6
Media montagna di prossimità	504.987	345.635	48.669	23.116	97.148	1.019.555	14,9
Città, affari e cultura	87.581	116.323	47.523		48.016	299.443	4,4
Area Garda e Ledro	132.721	212.471	53.228	95.926	71.847	566.193	8,3
Totale	2.828.961	2.850.005	328.003	237.782	584.442	6.829.193	100,0
% per tipo alloggio	41,4	41,7	4,8	3,5	8,6	100,0	
Campione nuclei							
Terme e laghi minori	20	10	10	10	20	70	4,7
Aree natura & benessere e altre aree	40	20	10	10	20	100	6,7
Alta montagna a sviluppo intensivo	280	320	20	30	90	740	49,3
Media montagna di prossimità	130	80	30	10	40	290	19,3
Città, affari e cultura	20	30	30	0	30	110	7,3
Area Garda e Ledro	40	60	30	30	30	190	12,7
Totale	530	520	130	90	230	1.500	100,0
% per tipo alloggio	35,3	34,7	8,7	6,0	15,3	100,0	

Stagione estiva

	Alberghi (1,2,3)	Alberghi (3s,4,4s,5)	B&B, affittacamere, agriturismo	Campeggi	Case e alloggi vacanze	Totale	% per cluster
Presenze							
Terme e laghi minori	247.021	148.053	89.894	634.285	21.068	1.140.321	11,0
Aree natura & benessere e altre aree	348.080	108.829	246.914	90.168	23.841	817.832	7,9
Alta montagna a sviluppo intensivo	1.730.414	1.563.101	150.923	371.156	230.636	4.046.230	38,9
Media montagna di prossimità	416.929	299.139	90.391	94.162	72.645	973.266	9,4
Città, affari e cultura	147.770	230.329	144.906	-	54.490	577.495	5,6
Area Garda e Ledro	753.538	742.782	264.316	711.196	364.299	2.836.131	27,3
Totale	3.643.752	3.092.233	987.344	1.900.967	766.979	10.391.275	100,0
% per tipo alloggio	35,1	29,8	9,5	18,3	7,4	100,0	
Campione nuclei							
Terme e laghi minori	30	20	10	60	5	125	8,3
Aree natura & benessere e altre aree	50	10	35	10	5	110	7,3
Alta montagna a sviluppo intensivo	260	260	25	40	55	640	42,4
Media montagna di prossimità	80	60	15	10	15	180	11,9
Città, affari e cultura	30	40	25		10	105	7,0
Area Garda e Ledro	90	100	35	80	45	350	23,2
Totale	540	490	145	200	135	1.510	100,0
% per tipo alloggio	35,8	32,5	9,6	13,2	8,9	100,0	

Composizione dei cluster turistici

Alta montagna a sviluppo intensivo	Media montagna di prossimità
Andalo Campitello di Fassa-Ciampedel Canazei-Cianacèi Carisolo Commezzadura Dimaro Folgarida Fai della Paganella Giustino Mazzin-Mazin Mezzana Moena-Moena Molveno Peio Pinzolo Predazzo Primiero San Martino di Castrozza San Giovanni di Fassa-Sen Jan Soraga-Soraga Tre Ville Vermiglio	Bocenago Brentonico Caderzone Terme Castello-Molina di Fiemme Cavalese Cavedago Croviana Folgaria Lavarone Luserna-Lusérn Malè Massimeno Ossana Panchià Pellizzano Pelugo Porte di Rendena Spiazzo Spormaggiore Strembo Tesero Ville di Fiemme Ziano di Fiemme
Area Garda e Ledro	Città, affari e cultura
Arco Drena Dro Ledro Nago-Torbole Riva del Garda Tenno	Rovereto Trento
	Terme e laghi minori
	Baselga di Pinè 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
Ronzzone	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

Supervisione e coordinamento: Vincenzo Bertozzi

Testi ed elaborazione dati: Mariacristina Mirabella

Layout grafica e pubblicazione on-line: Davide Bortoli

Supplemento al Foglio Comunicazioni
Aut. Trib. di Trento n. 403 del 02/04/1983