



Riva del Garda
Fierecongressi

La ricaduta economica del turismo congressuale e fieristico: il caso dell'Alto Garda

A cura di: prof.ssa Mariangela Franch - dott. Stefano Andreotti



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO
Dipartimento di Informatica
e Studi Aziendali



sommario

| | |
|---|----|
| Premessa | 2 |
| Il contesto | 3 |
| Indagine sui comportamenti di spesa degli utenti della 70° Expo Schuh e di Outdoordays 2008 | 6 |
| Spesa diretta generata dalle due manifestazioni | 12 |
| Il sistema imprenditoriale locale | 14 |
| Il valore aggiunto | 19 |
| L'impatto economico generato sul settore alberghiero locale | 21 |
| L'impatto economico valutato attraverso le interviste agli stakeholder | 24 |
| Punti di forza e di debolezza emersi dalle interviste | 26 |

premessa

Questa ricerca ha come obiettivo la valutazione delle ricadute economiche che l'attività fieristico congressuale organizzata dalla società Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. ha per il territorio dell'Alto Garda. In particolare ci si è soffermati su due manifestazioni che, per motivi diversi, rivestono un ruolo importante per l'attività fieristica portata avanti nel corso degli anni da Riva del Garda Fierecongressi S.p.A.

Expo Riva Schuh è sicuramente la manifestazione più importante, sotto molteplici punti di vista, mentre Outdoordays rappresenta il nuovo, una manifestazione dalla forte connotazione territoriale che ben si sposa con le caratteristiche e le peculiarità del territorio. Durante queste due manifestazioni è stata realizzata un'indagine statistica volta a conoscere i comportamenti di spesa degli utenti, visitatori ed espositori, durante le giornate dell'evento. L'indagine ha riguardato numerosi aspetti legati alla partecipazione delle due categorie di utenti, quali ad esempio, la durata della permanenza a Riva del Garda, la tipologia di servizio ricettivo utilizzato, l'utilizzo di servizi complementari presenti nella destinazione legati allo svago ed al tempo libero. I risultati emersi dall'indagine sono stati poi utilizzati anche per il calcolo dell'indotto economico diretto generato dalle due manifestazioni. Inoltre, per queste due fiere, è stata realizzata una stima delle ricadute economiche dirette generate dai visitatori e dagli espositori che vi hanno partecipato con partico-

lare riferimento all'indotto generato per le attività del settore ricettivo, degli esercizi pubblici e commerciali dell'ambito. Non sono stati volutamente considerati i servizi più legati ad aspetti tecnici relativi all'organizzazione della manifestazione, quali ad esempio, l'allestimento degli spazi espositivi, le spese per la promozione e per il trasporto.

Una seconda fase della ricerca ha riguardato l'analisi dei dati sul fatturato generato della Società organizzatrice per le aziende che hanno prestato i propri servizi nell'anno 2007 e 2008. In particolare si è cercato di capire quali settori del terziario locale siano maggiormente coinvolti nell'attività della Società e quanto del fatturato complessivo generato nei confronti delle imprese interessi realtà locali. Un'ultima parte del lavoro ha analizzato le ricadute generate dall'attività fieristico congressuale sotto il profilo qualitativo, per conoscere percezioni e aspettative degli stakeholder del territorio. Attraverso la somministrazione di interviste ai principali portatori d'interesse dell'ambito rivano (ad esempio rappresentanti del mondo alberghiero, delle associazioni di categoria, dell'imprenditoria, del commercio e dell'amministrazione pubblica) è stato possibile conoscere il loro punto di vista rispetto agli aspetti principali del turismo business generato dalle fiere e dai congressi, le problematiche e le opportunità legate ad un ulteriore sviluppo di questo settore nella zona dell'Alto Garda trentino.

il contesto

Nel corso del 2008 la Società ha organizzato 75 eventi congressuali e 6 fiere (8 se si considera che Expo Riva Schuh ha avuto tre edizioni, in gennaio, in giugno ed in febbraio a Sharjah negli Emirati Arabi Uniti).

Tabella 1: calendario fiere 2008

| | | |
|---|---------------------|---|
|  | 12-15 gennaio 2008 | 69° Expo Riva Schuh Fiera internazionale della calzatura di volume |
|  | 27-30 gennaio 2008 | Expo Riva Hotel 32° edizione del salone professionale dell'industria dell'ospitalità e della ristorazione |
|  | | Riva Benessere Hotel Il più completo appuntamento professionale per il centro benessere in Hotel alla sua 6° edizione |
|  | | Eco Hotel 2° salone del risparmio energetico nell'industria dell'ospitalità |
|  | 17-19 febbraio 2008 | 1° Expo Riva Schuh Middle East Fiera internazionale della calzatura di volume |
|  | 29-30 marzo 2008 | Expo Riva Caccia Pesca Ambiente 3° mostra mercato della caccia pesca ambiente |
|  | 12-13 aprile 2008 | Computer Fest e Radioamatore Il meglio dell'informatica in fiera |
|  | 23-25 maggio 2008 | 1° Outdoor Days Giornate di sport all'aria aperta |
|  | 14-17 giugno 2008 | 70° Expo Riva Schuh Fiera internazionale della calzatura di volume |
|  | 8-9 novembre 2008 | Motorissima 16° rassegna motociclistica, auto, moto, hi-fi car, turning, ricambi d'epoca, accessori |

Tabella 2: calendario principali eventi congressuali 2008

| | | |
|-------|-----------|---|
| 25-27 | gennaio | meeting rete italia |
| 8-10 | febbraio | meeting comunione e liberazione |
| 4-5 | marzo | convention renault trucks |
| 14-15 | marzo | meeting politiche giovanili |
| 16-20 | marzo | concorso corale internazionale |
| 26-30 | marzo | flicorno d'oro |
| 1-4 | maggio | bike festival |
| 4-8 | maggio | meeting softcomp |
| 16-18 | maggio | congresso nazionale avis |
| 17 | maggio | convention nyk logistics |
| 20-21 | maggio | forum internazionale polizie locali |
| 25-30 | maggio | 32° simposio internazionale di cromatografia |
| 6 | giugno | good buy trentino |
| 20-21 | giugno | 4° conferenza italiana per il turismo |
| 27-29 | giugno | assemblea anita |
| 16 | luglio | musicarivafestival |
| 1-4 | settembre | 11° mged |
| 17-20 | settembre | meeting adac |
| 18-19 | settembre | 6° workshop nazionale iris network- governare e gestire l'impresa sociale |
| 24-27 | settembre | 10° congresso nazionale fisv |
| 29-30 | settembre | 1° convegno internazionale autismo |
| 2-4 | ottobre | 64° conferenza nazionale del traffico e della circolazione |
| 3 | ottobre | 2° convegno nazionale ortopedia |
| 9-10 | ottobre | vertice ocse "high level tourism committee meeting" |
| 16-18 | ottobre | ica research conference 2008 |
| 1-2 | novembre | convegno internazionale mani tese |
| 13-15 | novembre | 2° convegno internazionale sui servizi sociali |
| 28-30 | novembre | meeting comunione e liberazione |

Tabella 3: confronto area congressi 2007 - 2008

| | 2007 | 2008 |
|---------------------------------|-------------|-------------|
| Numero eventi | 76 | 75 |
| di cui nazionali/internazionali | 30 | 40 |
| di cui locali/regionali | 46 | 35 |
| gg. allestimenti/smontaggi | 68 | 70 |
| gg. manifestazione | 158 | 138 |
| Totale gg. occupazione | 226 | 208 |
| Presenze | 87.000 | 113.00 |
| Fatturato | E 1.062.000 | E 1.476.000 |

Fonte: Riva del Garda Fierecongressi S.p.a.

A sostanziale parità di numero degli eventi del 2007, nel 2008 sono aumentati quelli nazionali ed internazionali e diminuiti quelli locali e regionali. Diminuiscono le giornate di manifestazione ed il totale giornate di occupazione, ma il numero delle presenze è notevolmente aumentato da 87.000 a 113.000 (+ 30% circa) così come il fatturato che è passato da E 1.062.000 a E 1.476.000 (+ 39% circa) per la sola attività congressuale.

indagine sui comportamenti di spesa degli utenti della 70° expo schuh e di outdoordays 2008

Sono state condotte due indagini per conoscere i comportamenti di spesa degli utenti delle due manifestazioni:

- **70° Expo Schuh:** questionario on-line ad espositori (107) e visitatori (349) nelle giornate immediatamente successive alla fiera;
- **Outdoordays 2008:** questionario per i visitatori nei locali della fiera (429) e questionario on-line per gli espositori (23);

Expo Riva Schuh

L'analisi sui comportamenti di spesa degli utenti di Expo Riva Schuh, condotta successivamente alla 70° edizione, ha evidenziato come, per quanto attiene all'utilizzo dei servizi ricettivi e la permanenza a Riva del Garda per la manifestazione, visitatori ed espositori hanno adottato comportamenti di spesa analoghi.

Tabella 4: Expo Riva Schuh - permanenza in fiera e pernottamento

| | Visitatori | Espositori |
|--|------------|------------|
| Numero di giornate trascorse in fiera | 2,3 gg. | - |
| Ha effettuato almeno un pernottamento per visitare la fiera | 81% | - |
| Ha pernottato a Riva del Garda | 80% | 98% |
| Ha pernottato in albergo | 87% | 77% |
| Ha utilizzato il servizio di pernottamento e prima colazione | 91% | 85% |

Fonte: nostre elaborazioni

La categoria ricettiva privilegiata è stata l'albergo, preferibilmente a Riva del Garda, o in una sede limitrofa. Il servizio ricettivo "pernottamento e prima colazione" è stato richiesto dalla quasi totalità degli intervistati (91% per i visitatori ed 85% per gli espositori).

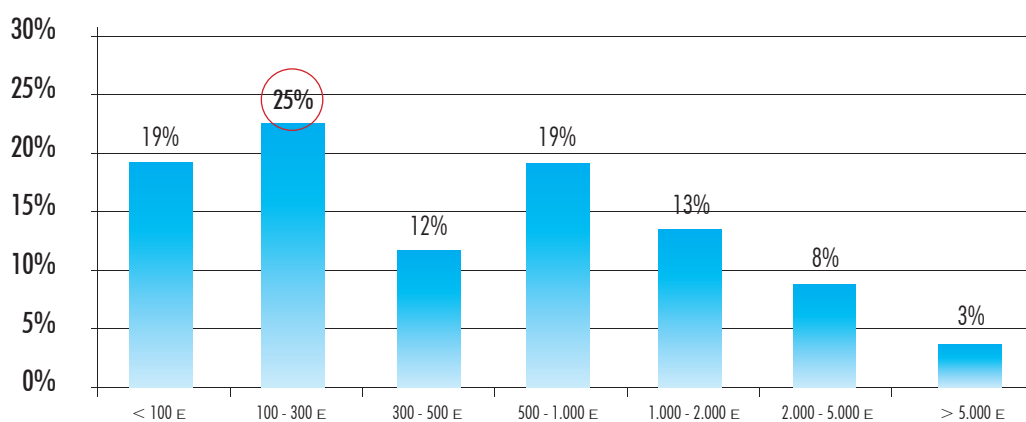
Tabella 5: Expo Riva Schuh - spesa per il vitto e i servizi complementari

| | Visitatori | Espositori |
|---|------------|------------|
| Ha usufruito dei servizi del bar/self service della fiera | 78% | 86% |
| Ha consumato pasti in ristoranti e locali all'esterno della fiera | 69% | 61% |
| Ha effettuato spese per attività ricreative/culturali (es: musei, cinema, ecc.) | 7% | 12% |
| Ha fatto shopping negli esercizi commerciali di Riva del Garda | 43% | 58% |

Fonte: nostre elaborazioni

Per quanto riguarda l'utilizzo di servizi complementari le percentuali sono elevate per quanto riguarda l'utilizzo di servizi offerti dagli esercizi pubblici della località (bar, ristoranti ecc.), mentre è piuttosto scarsa la fruizione dei servizi legati allo svago ed al tempo libero. Circa la metà degli intervistati (43% visitatori e 58% degli espositori) ha invece effettuato shopping negli esercizi commerciali di Riva del Garda.

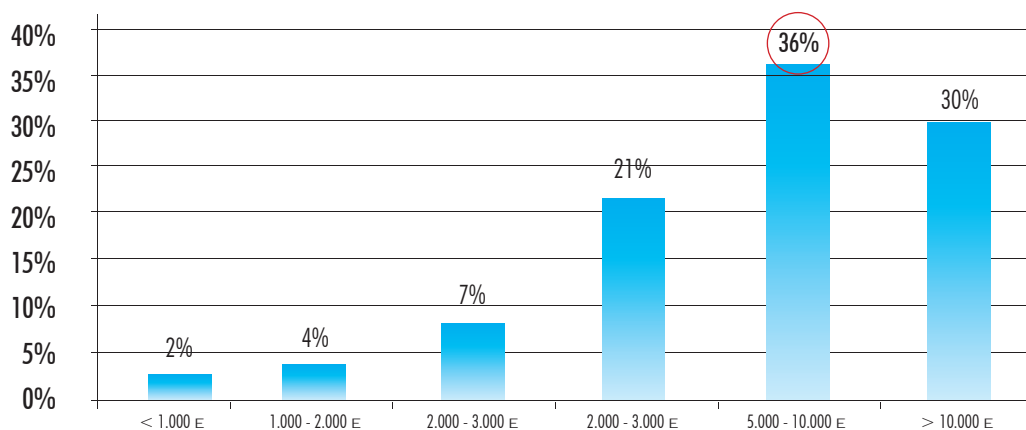
Figura 1: Expo Riva Schuh - spesa complessiva pro capite per la partecipazione alla fiera (escluso il pernottamento) - visitatori



Fonte: nostre elaborazioni

Il grafico sovrastante mostra la spesa complessiva effettuata dai visitatori per la partecipazione alla fiera, escluso il costo del pernottamento. Questa domanda non prendeva inoltre in considerazione la durata della permanenza. Le risposte degli intervistati sono distribuite su tutte le classi con una prevalenza (25%) della classe 100 - 300 euro. Anche le categoria di spesa più elevate hanno fatto comunque segnare percentuali significative.

Figura 2: Expo Riva Schuh - spesa complessiva dell'azienda per la partecipazione alla fiera (escluso il pernottamento) - espositori



Fonte: nostre elaborazioni

Le aziende espositrici hanno sostenuto costi molto elevati per partecipare alla manifestazione. Il grafico (Fig. 2) mostra come la maggioranza delle aziende abbia sostenuto un costo compreso tra i 5.000 ed i 10.000 euro ed un ulteriore 30% ha sostenuto una spesa superiore ai 10.000 euro, per partecipare all'evento.

Una sezione del questionario era dedicata all'indagine sul ruolo che la fiera riveste per gli utenti e sull'adeguatezza di Riva del Garda come sede ospitante.

Tabella 6: il ruolo della fiera e l'offerta del territorio

| | Visitatori | Espositori |
|---|------------|------------|
| ERS è un momento di incontro fondamentale per il settore della calzatura | 91% | 90% |
| ERS è un'occasione per acquisire nuovi contatti e per concludere accordi commerciali | 78% | 76% |
| ERS ha un valore aggiunto che le deriva dalla lunga tradizione dell'evento | 72% | 85% |
| Riva del Garda è la destinazione ideale per organizzare un'esposizione così importante | 60% | 66% |
| Riva del Garda e il territorio garantiscono tutti i servizi necessari per la realizzazione di un evento di tale portata | 61% | 74% |
| Riva del Garda e il territorio possiedono un'offerta complementare (occasioni di svago, attività ricreative ecc) adeguata | 68% | 66% |

Fonte: nostre elaborazioni

La tabella mostra la percentuale di intervistati che si è dichiarata abbastanza o molto d'accordo con l'affermazione proposta.

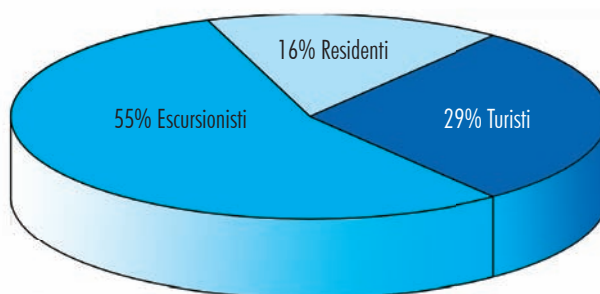
Dai risultati emerge con forza il ruolo di primaria importanza rivestito dalla manifestazione per gli addetti ai lavori. Una percentuale compresa tra il 72% ed il 91% degli utenti ritiene ERS un momento di incontro fondamentale per il settore della calzatura, ne riconosce la validità sotto il profilo commerciale e le determina un valore aggiunto derivante dalla lunga tradizione.

Emerge una discrepanza tra la valutazione espressa da espositori e visitatori in merito all'adeguatezza dei servizi necessari per la realizzazione della manifestazione. Infatti, gli espositori sembrano apprezzare maggiormente il funzionamento della macchina organizzativa dell'evento (74% contro il 61%).

Outdoordays

Il grafico riporta la distribuzione dei questionari somministrati ai visitatori, distinguendo tra residenti, escursionisti e turisti. Come si può notare circa un terzo dei partecipanti (28,7%) ha effettuato almeno un pernottamento per visitare la fiera.

Figura 3: residenti, escursionisti e turisti



Fonte: nostre elaborazioni

La tabella sottostante riporta sinteticamente alcuni dei risultati emersi dall'indagine condotta sui visitatori della manifestazione Outdoordays.

Tabella 7: Outdoordays 2008

| | | |
|---|---------|----------------------------|
| Residenti | 16,1% | Fonte: nostre elaborazioni |
| Escursionisti | 55,2% | |
| Turisti | 28,7% | |
| Ha pernottato a Riva del Garda | 50,4% | |
| Ha pernottato in albergo | 50,4% | |
| Ha pernottato in campeggio | 14,6% | |
| Permanenza media | 3,7 gg. | |
| Motivo della presenza a Riva del Garda | | |
| Appositamente per la fiera | 61,5% | |
| In vacanza | 16,3% | |
| Di passaggio | 6,1% | |
| Residenti | 16,1% | |

Complessivamente, oltre il 60% dei visitatori si trovava a Riva del Garda appositamente per l'evento. Coerentemente con il target della manifestazione, accanto ad un 50% circa di turisti che ha pernottato in albergo, il 14,6% ha scelto il campeggio. La permanenza media è stata di 3,7 giorni.

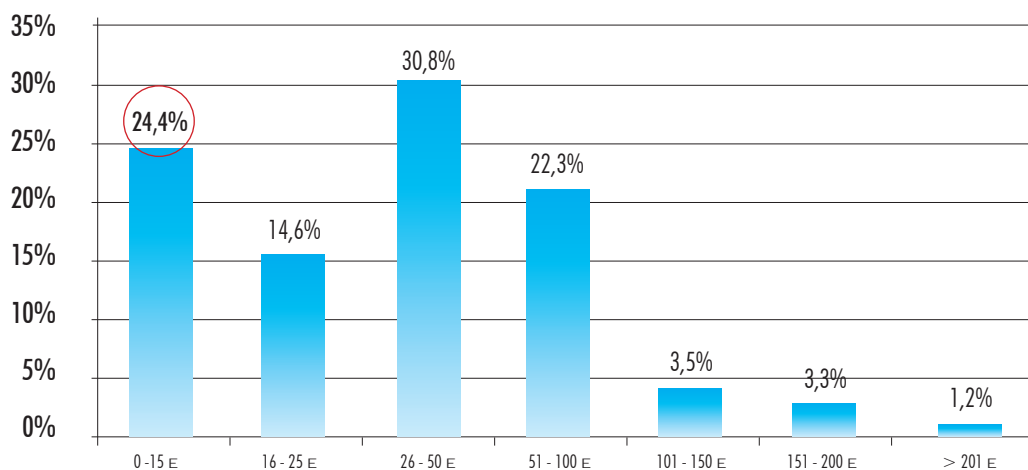
Nella tabella successiva sono invece riportati i profili comportamentali di spesa dei visitatori. Così come già emerso dall'indagine condotta per Expo Riva Schuh, la percentuale di fruizione di servizi offerti dagli esercizi pubblici della località è alta (56,1%), mentre l'offerta complementare legata alle attività del tempo libero viene goduta da una minoranza ristretta degli utenti della fiera.

Tabella 8: Outdoordays - comportamenti di spesa dei visitatori

| | |
|---|-------|
| Si è recato in ristoranti/pizzerie | 56,1% |
| Ha effettuato consumazioni al bar | 50,4% |
| Ha effettuato la spesa al supermercato | 28,9% |
| Ha avuto modo di partecipare ad attività/escursioni organizzate da agenzie del territorio | 7% |
| Ha avuto modo di partecipare ad attività culturali | 7,3% |

Fonte: nostre elaborazioni

Figura 4 : Outdoordays - spesa complessiva pro capite per la partecipazione alla fiera (escluso il pernottamento) - visitatori



Fonte: nostre elaborazioni

La figura mostra la spesa pro capite degli intervistati nelle giornate di fiera. Come si può notare le classi di spesa minori hanno registrato le percentuali più elevate. Circa un quarto degli intervistati ha dichiarato una spesa compresa tra 0 e 15 euro.

Di seguito vengono riportati i dati relativi ai comportamenti di spesa degli espositori che hanno preso parte all'evento.

Tabella 9: Outdoordays - comportamenti di spesa dei visitatori

Pernottamento

| | |
|--|------------|
| Ha effettuato almeno un pernottamento per la fiera | 69,4% |
| Ha pernottato in albergo | 72,2% |
| Permanenza media degli addetti in fiera | 2,56 notti |

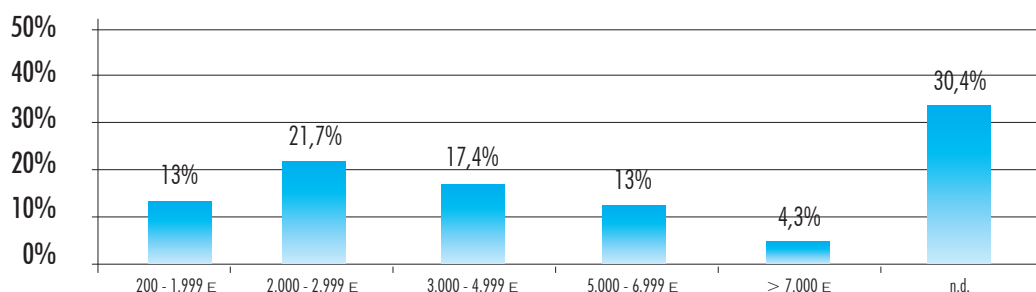
Comportamenti di Spesa

| | |
|--|-------|
| Ha usufruito dei servizi del bar/self service della fiera | 82,6% |
| Ha consumato pasti in ristoranti e locali esterni alla fiera | 52,4% |

Fonte: nostre elaborazioni

La maggioranza degli espositori della fiera Outdoordays ha pernottato a Riva del Garda o in una località limitrofa per partecipare alla fiera e la categoria ricettiva più utilizzata è stata l'albergo. La permanenza media in fiera degli espositori è stata di 2,5 giornate. Le percentuali relative alla fruizione di servizi degli esercizi pubblici all'esterno dell'area fieristica e di quelli offerti dai punti di ristoro all'interno dei padiglioni sono risultate essere molto elevate.

Figura 5 : Outdoordays - spesa complessiva dell'azienda per la partecipazione alla fiera (escluso il pernottamento) - espositori



Fonte: nostre elaborazioni

La spesa complessiva per le aziende che hanno partecipato ad Outdoordays è stata inferiore a quella relativa alle aziende di Expo Riva Schuh, ma comunque consistente. Le aziende intervistate sono rappresentate in maniera abbastanza omogenea in tutte le categorie di spesa, anche se un terzo circa di esse non ha voluto fornire questo dato.

spesa diretta generata dalle due manifestazioni

La valutazione dell'impatto economico si riferisce alla componente degli effetti diretti generati dalla domanda sulle attività che producono direttamente beni e servizi turistici, ossia la spesa turistica. L'analisi ha volutamente escluso i servizi legati ad aspetti più tecnici, quali ad esempio, le spese per l'allestimento degli spazi fieristici, per la pubblicità e la comunicazione. Il calcolo della spesa diretta generata dall'evento ha richiesto di individuare:

- I **tipi di servizi fruiti** dalla popolazione fieristica durante le giornate dell'evento;
- I **tassi di fruizione** delle varie **tipologie di servizio**; sono stati rilevati attraverso le indagini effettuate su visitatori ed espositori degli eventi;
- La **spesa media** relativa alle diverse tipologie di servizi: sono stati utilizzati i dati di un'indagine sulla Spesa Turistica effettuata dal Servizio Statistica della Provincia di Trento nel 2005, aggiornati all'inflazione. La ricerca ha interessato 1315 turisti selezionati attraverso un piano di campionamento stratificato secondo due criteri:
 - I diversi **ambiti turistici** del Trentino: il territorio provinciale è stato diviso in tre zone, "alta montagna", "media montagna e collina" e "altre zone";
 - Le diverse **tipologie ricettive**: sono state considerate le tipologie "alberghi ad 1 o 2 stelle", "alberghi a 3 stelle o 4 stelle", "alloggi in affitto", "secondo case", "campeggi" ed "altre strutture".
- **Arrivi e presenze**: i dati relativi alle presenze fieristiche sono stati forniti da Riva del Garda Fierecongressi S.p.A.;

12

La scelta di utilizzare valori di spesa individuati nell'indagine condotta dal Servizio Statistico ha permesso di ovviare alla difficoltà di reperire, attraverso un'apposita ricerca, il dato relativo alla spesa media dei singoli servizi. Tuttavia, tale scelta comporta l'utilizzo di dati medi provinciali risultanti da osservazioni rilevate presso turisti che soggiornavano in destinazioni molto diverse tra loro.

Per cercare di superare tale limite sono stati utilizzati i valori medi di spesa rilevati presso i turisti che soggiornavano nelle cosiddette "altre zone", in cui rientra il territorio dell'Alto Garda ma anche, ad esempio, la zona dei laghi di Levico e Caldonazzo, dove l'offerta turistica si caratterizza per un livello di prezzi inferiore.

Di conseguenza, l'impatto economico diretto delle manifestazioni così calcolato è probabilmente inferiore a quello reale, e fornisce una stima prudenziale.

La spesa per i vari servizi è stata calcolata moltiplicando:

$$\text{Spesa complessiva per servizio} = P_1 \times S_1 \times T_1$$

P_1 = presenze fieristiche complessive

S_1 = spesa media per il servizio

T_1 = tasso di fruizione del servizio

La tabella sottostante riporta in maniera sintetica il valore della spesa diretta generata dalle due manifestazioni. Per una descrizione del calcolo delle singole voci di spesa si rinvia al report della ricerca "La ricaduta economica del turismo congressuale e fieristico: il caso del territorio dell'Alto Garda".

Spesa diretta - 70° Expo Riva Schuh

| | | |
|--|-----------------------|--|
| Spesa per il vitto (all'interno della fiera) | 54.185,02 € | Spesa diretta generata dai visitatori e dagli espositori dell'evento: 2.452.595,37 € |
| Spesa per il vitto (all'esterno della fiera) | 145.692,16 € | |
| Spesa per lo svago ed il tempo libero | 2.379,79 € | |
| Spesa per lo shopping | 93.498,06 € | |
| Spesa per "altre spese" | 5.698,17 € | |
| Totale VISITATORI | 301.451,20 € | |
| Spesa per il vitto (all'interno della fiera) | 71.814,98 € | |
| Spesa per il vitto (all'esterno della fiera) | 169.764,21 € | |
| Spesa per lo svago ed il tempo libero | 5.792,66 € | |
| Spesa per lo shopping | 166.840,13 € | |
| Spesa per "altre spese" | 12.767,94 € | |
| Totale ESPOSITORI | 426.979,92 € | |
| Spesa per il pernottamento (solo esercizi ricettivi alberghieri d'ambito) | 1.724.164,25 € | |

Fonte: nostre elaborazioni

Spesa diretta - Outdoordays 2008

| | | |
|--|---------------------|---|
| Spesa per il pernottamento | 110.751,00 € | Spesa diretta generata dai visitatori e dagli espositori dell'evento: 267.030,3 € |
| Spesa per il vitto (all'interno della fiera) | 17.498,90 € | |
| Spesa per il vitto (all'esterno della fiera) | 95.978,57 € | |
| Spesa per lo svago ed il tempo libero | 2.154,78 € | |
| Totale VISITATORI | 226.383,25 € | |
| Spesa per il pernottamento | 27.950,43 € | |
| Spesa per il vitto (all'interno della fiera) | 1.493,70 € | |
| Spesa per il vitto (all'esterno della fiera) | 11.202,92 € | |
| Totale ESPOSITORI | 40.647,05 € | |

il sistema imprenditoriale locale

Una parte della ricerca ha riguardato l'analisi delle ricadute economiche generate sul sistema imprenditoriale locale. Vi è, infatti, una parte consistente di valore aggiunto generato dalla Società che va a beneficio del sistema delle imprese locali. In particolare, sono due le categorie che beneficiano dell'attività fieristico-congressuale, il settore della ricettività e dei pubblici esercizi e l'insieme delle aziende del settore terziario fornitrici di servizi essenziali per la realizzazione degli eventi tra cui rientrano, principalmente, le aziende fornitrici di servizi logistici e tecnici e le aziende pubblicitarie.

Tabella 10: numero di aziende e fatturato per provenienza geografica - 2007

| | Numero Fornitori | | Valore | |
|--------------------|------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Riva del Garda | 82 | 31,4% | 4.550.294,73 € | 49,2% |
| Resto dell'ambito | 32 | 12,3% | 865.380,78 € | 9,3% |
| Altro Prov. Trento | 61 | 23,4% | 1.574.764,80 € | 17% |
| Fuori Prov. Trento | 86 | 33% | 2.267.517,61 € | 24,5% |
| Totale | 261 | 100% | 9.257.957,92 € | 100% |

Fonte: nostre elaborazioni

Nel 2007, su un totale di 261 aziende fornitrici, 82 hanno sede a Riva del Garda, altre 32 si trovano in altre località dell'ambito e 61 in provincia di Trento, ma al di fuori dell'ambito rivano. Le restanti 86 sono, invece, aziende con sede al di fuori della provincia di Trento. Ciò significa che il 31,4% delle aziende fornitrici si trova a Riva del Garda e il 67% del totale ha sede nella provincia di Trento. Il restante proviene da fuori provincia, soprattutto dal Nord Italia e dalla zona di Roma.

Se si analizza il fatturato complessivo, l'incidenza delle imprese di Riva del Garda si fa ancora più rilevante. Infatti, quasi la metà (49,2%) del fatturato, pari a circa 4,5 milioni di euro, è andato a favore di imprese rivane e un quarto ad imprese aventi sede fuori della provincia di Trento.

Tabella 11: numero di aziende e fatturato per provenienza geografica - 2008

| | Numero Fornitori | | Valore | |
|--------------------|------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Riva del Garda | 75 | 27,6% | 4.337.213,36 € | 46,2% |
| Resto dell'ambito | 44 | 16,2% | 987.917,06 € | 10,5% |
| Altro Prov. Trento | 65 | 23,9% | 1.778.278,23 € | 18,9% |
| Fuori Prov. Trento | 88 | 32,4% | 2.292.880,01 € | 24,4% |
| Totale | 272 | 100% | 9.396.288,66 € | 100% |

Fonte: nostre elaborazioni

Nel 2008, vi è stata una decisa prevalenza di aziende fornitrici del territorio. Due terzi circa delle aziende, infatti, ha sede in provincia di Trento (184 su 272) e ben 75 (il 28% del totale) ha sede a Riva del Garda.

Se si analizza invece il fatturato complessivo per i fornitori, in relazione alla loro provenienza geografica, l'incidenza delle aziende rivane si fa ancora più accentuata.

Infatti, con 4.337.213,36 euro le aziende di Riva del Garda hanno inciso per il 46,2% sul totale in leggero calo rispetto all'anno precedente.

Le due tabelle successive mostrano i dati relativi ai contratti di fornitura di servizi per la Società suddivisi per tipologia di servizio e ambito geografico di provenienza dell'azienda.

Figura 6: suddivisione del fatturato per tipo di servizio prestato e localizzazione geografica dell'azienda - 2007

| | Riva del Garda | | Resto dell'ambito | | Altro prov. Trento | | Fuori prov. Trento | | Totale |
|-------------------------|-----------------------|--------------|---------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| Alberghi | 1.198.537,61 € | 90,8% | 118.673,22 € | 9,0% | 2.440,00 € | 0,2% | - € | 0,0% | 1.319.650,83 € |
| Ristorazione | 36.010,04 € | 8,8% | 125.483,07 € | 30,5% | 244.460,07 € | 59,4% | 5.524,00 € | 1,3% | 411.477,18 € |
| Affitti | 1.456.270,16 € | 75,6% | 5.200,00 € | 0,3% | 214.516,04 € | 11,1% | 250.924,06 € | 13,0% | 1.926.910,26 € |
| Servizi Tecnici | 113.991,44 € | 16,9% | 284.710,64 € | 42,3% | 79.235,70 € | 11,8% | 195.835,51 € | 29,1% | 673.773,29 € |
| Servizi Logistici | 26.367,63 € | 5,2% | 93.555,45 € | 18,4% | 122.169,81 € | 24,0% | 266.716,51 € | 52,4% | 508.809,40 € |
| Servizi di allestimento | 1.098.763,61 € | 79,9% | 110.952,00 € | 8,1% | - € | 0,0% | 165.321,60 € | 12,0% | 1.375.037,21 € |
| Promozione e Pubblicità | 167.561,99 € | 8,3% | 10.009,00 € | 0,5% | 701.875,97 € | 35,0% | 1.128.325,71 € | 56,2% | 2.007.772,67 € |
| Sponsorizzazioni | 54.572,84 € | 83,4% | - € | 0,0% | 4.888,00 € | 7,5% | 6.000,00 € | 9,2% | 65.460,84 € |
| Utenze | 338.025,26 € | 60,4% | 69.676,21 € | 12,5% | - € | 0,0% | 151.798,45 € | 27,1% | 559.499,92 € |
| Altro | 60.194,15 € | 14,7% | 47.121,19 € | 11,5% | 205.179,21 € | 50,1% | 97.071,77 € | 23,7% | 409.566,32 € |
| Totale | 4.550.294,73 € | 49,2% | 865.380,78 € | 9,3% | 1.574.764,80 € | 17,0% | 2.267.517,61 € | 24,5% | 9.257.957,92 € |

Fonte: elaborazioni

Tabella 12: suddivisione del fatturato per tipo di servizio prestato e localizzazione geografica dell'azienda fornitrice - 2008

| | Riva del Garda | | Resto dell'ambito | | Altro prov. Trento | | Fuori prov. Trento | | Totale |
|-------------------------|-----------------------|--------------|---------------------|-------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| Alberghi | 1.307.008,58 € | 85,2% | 177.486,05 € | 11,6% | 46.155,04 € | 3% | 2.912,00 € | 0,2% | 1.533.561,67 € |
| Ristorazione | 8.334,99 € | 2,0% | 157.099,76 € | 38% | 229.978,00 € | 55,7% | 17.800,00 € | 4,3% | 413.212,75 € |
| Affitti | 1.409.555,62 € | 75,7% | 30.599,47 € | 1,6% | 371.149,06 € | 19,9% | 51.360,00 € | 2,8% | 1.862.664,15 € |
| Servizi Tecnici | 118.878,79 € | 14,5% | 204.878,48 € | 25,1% | 104.253,25 € | 12,8% | 389.393,32 € | 47,6% | 817.403,84 € |
| Servizi Logistici | 13.007,43 € | 2,7% | 92.170,91 € | 19,0% | 180.424,43 € | 37,2% | 198.827,36 € | 41,0% | 484.430,13 € |
| Servizi di allestimento | 977.525,75 € | 67,3% | 126.099,00 € | 8,7% | 35.080,00 € | 2,4% | 313.598,64 € | 21,6% | 1.452.303,39 € |
| Promozione e Pubblicità | 124.003,89 € | 6,4% | 18.441,00 € | 0,9% | 680.067,45 € | 34,9% | 1.124.579,80 € | 57,8% | 1.947.092,14 € |
| Sponsorizzazioni | 44.000,00 € | 64,0% | 13.733,00 € | 20,0% | 5.000,00 € | 7,3% | 6.000,00 € | 8,7% | 68.733,00 € |
| Utenze | 311.638,00 € | 64,5% | 65.062,30 € | 13,5% | - € | 0,0% | 106.411,00 € | 22,0% | 483.111,30 € |
| Altro | 23.260,31 € | 7,0% | 102.347,09 € | 30,7% | 126.171,00 € | 37,8% | 81.997,89 € | 24,6% | 333.776,29 € |
| Totale | 4.337.213,36 € | | 987.917,06 € | | 1.778.278,23 € | | 2.292.880,01 € | | 9.396.288,66 € |

Fonte: nostre elaborazioni

Nel settore ricettivo l'incidenza delle aziende rivane è preponderante (90,8%, nel 2007 e 85,2% nel 2008) rispetto alle altre, sia per questioni di vicinanza geografica con la sede delle fiere e dei congressi sia, probabilmente, per la buona qualità delle strutture capaci di soddisfare le esigenze degli utenti.

Al contrario, invece, il servizio di catering e di ristorazione deve essere reperito all'esterno. Circa il 60% del fatturato relativo a questo tipo di servizio è imputabile ad imprese della provincia di Trento, ma che non si trovano nella zona di Riva del Garda e dell'ambito.

I due settori di servizi che sembrano essere più deboli e per i quali Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. è costretta a rivolgersi all'esterno della Provincia di Trento sono la logistica e l'attività di promozione e pubblicità di settore.

Ben oltre la metà del fatturato verso aziende fornitrici di questi servizi riguarda realtà che hanno sede fuori dalla provincia di Trento. Si tratta tuttavia della fornitura di servizi molto particolari che richiedono il coinvolgimento di aziende specializzate del settore non reperibili in territorio trentino.

In particolare nel 2007, relativamente ai servizi logistici (ad esclusione dei servizi di allestimento cui è stata riservata una voce apposita) il 52,4% del fatturato riguarda imprese non trentine. Per la promozione e la pubblicità, la percentuale sale al 56,2% del totale.

Per il servizio di allestimento la Società si rivolge quasi esclusivamente ad aziende operanti nel comune di Riva del Garda (79,9% nel 2008 e 67% nel 2007) o nell'ambito (8% circa in entrambi gli anni analizzati).

Da segnalare nel 2008 l'aumento del peso delle aziende provenienti da fuori provincia nella fornitura di servizi tecnici (il 47% del fatturato totale, + 18% rispetto al 2007).

il valore aggiunto¹

Le tabelle sottostanti riportano la rappresentazione della ricchezza creata e distribuita da Riva del Garda - Fierecongressi S.p.A. attraverso la misurazione del valore aggiunto.

Tabella 13: lo schema di creazione del valore aggiunto

| CREAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO | 2008 | | 2007 | | Variazione % |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------|
| | Parziali | Totali | Parziali | Totali | |
| RICAVI DI VENDITA | | | | | |
| Ricavi da gestione spazi fiere e congressi | 6.739.501 € | | 6.476.754 € | | |
| Ricavi da prestazioni Rivatour | 1.767.602 € | | 1.602.066 € | | |
| Ricavi da servizi offerti per fiere e congressi | 3.613.617 € | | 2.574.084 € | | |
| RICAVI NETTI | 12.120.720 € | 12.120.720 € | 10.652.904 € | 10.652.904 € | 13,78% |
| Altri ricavi e proventi | 294.640 € | | 244.051 € | | |
| VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE | 294.640 € | 12.415.360 € | 244.051 € | 10.896.955 € | 13,93% |
| Costi di acquisto materiale di consumo | 20.547 € | | 25.263 € | | |
| Costi per servizi | 6.696.577 € | | 5.607.638 € | | |
| Spese per godimento beni di terzi | 1.760.692 € | | 1.732.738 € | | |
| Spese per servizi Rivatour | 1.495.317 € | | 1.382.809 € | | |
| Accantonamento per rischi generici | - € | | 25.000 € | | |
| Oneri diversi di gestione | 5.996 € | | 63 € | | |
| COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE | - 9.979.129 € | - 9.979.129 € | - 8.773.511 € | - 8.773.511 € | 13,74% |
| VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO | | 2.436.231 € | | 2.123.444 € | 14,73% |
| Svalutazioni | 8.500 € | | 44.016 € | | |
| Ammortamento beni materiali | 367.378 € | | 292.556 € | | |
| Ammortamento beni immateriali | 410.681 € | | 337.507 € | | |
| VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO NETTO | - 786.559 € | 1.649.672 € | - 674.079 € | 1.449.365 € | 13,82% |
| RICAVI E COSTI ACCESSORI E STRAORDINARI | | | | | |
| Proventi finanziari | 53.321 € | | 51.420 € | | |
| Rettifiche di valore di attività finanziarie | 5.436 € | | - 1.100 € | | |
| Proventi straordinari | 21.664 € | | 73.147 € | | |
| Oneri straordinari | - 4.298 € | | - 50.659 € | | |
| VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO | 76.123 € | 1.725.795 € | 72.809 € | 1.522.173 € | 13,38% |

Fonte: Riva del Garda Fierecongressi S.p.A.

¹ Per il calcolo della creazione e distribuzione del valore aggiunto è stata adottata la medesima metodologia utilizzata nella redazione del Bilancio 2006

Il modello di valore aggiunto parte dall'analisi della situazione contabile, in quanto è diretta espressione del conto economico rappresentato dal bilancio d'esercizio. Il valore aggiunto risultante viene distribuito agli stakeholder di riferimento, ossia coloro che possono beneficiare in via diretta di una parte del valore complessivamente prodotto. Rimangono esclusi da questa analisi un insieme importante di stakeholder (che potremmo definire indiretti), quali ad esempio gli albergatori, che partecipano di riflesso alla ripartizione del valore che l'attività fieristico-congressuale genera attraverso il soggiorno dei partecipanti agli eventi.

Gli stakeholder presi in esame nel prospetto di ripartizione del valore aggiunto sono:

- Personale dipendente;
- Pubblica amministrazione;
- Finanziatori di Riva del Garda - Fierecongressi S.p.A.

Tabella 14: lo schema di distribuzione del valore aggiunto

| DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO | 2008 | | 2007 | | Variazione % |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| | Parziali | Totali | Parziali | Totali | |
| REMUNERAZIONE DEL PERSONALE | | 1.794.927 € | | 1.417.482 € | 26,63% |
| Stipendi | 1.292.281 € | | 1.009.576 € | | |
| TFR | 85.140 € | | 72.029 € | | |
| Oneri sociali | 417.551 € | | 335.877 € | | |
| REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE | | 91.532 € | | 191.089 € | - 52,10% |
| Imposte sul reddito | 67.318 € | | 159.881 € | | |
| Altri oneri tributari | 24.214 € | | 31.208 € | | |
| REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO | | 576 € | | 701 € | - 17,83% |
| Interessi ed altri oneri finanziari | 576 € | | 701 € | | |
| REMUNERAZIONE DELL'ORGANIZZAZIONE | | - 29.089 € | | 23.538 € | - 223,62% |
| Risultato d'esercizio | - 29.089 € | | 23.538 € | | |
| RICCHEZZA DISTRIBUITA | | 1.857.982 € | | 1.632.810 € | 13,79% |
| SALDO (valore aggiunto globale netto ricchezza distribuita) | | - 132.187 € | | - 110.637 € | |
| Contributi da Enti Pubblici | | 132.187 € | | 110.637 € | |
| SALDO | | - € | | - € | |

Fonte: Riva del Garda Fierecongressi S.p.A.

L'impatto economico generato sul settore alberghiero locale

Un'attenzione particolare, all'interno dell'analisi del sistema imprenditoriale, è rivolta al settore ricettivo che, come si è visto, ha un peso rilevante sul totale dell'indotto creato dall'organizzazione di fiere e congressi per il tessuto imprenditoriale locale.

Nelle tabelle seguenti sono riportati i dati stimati dell'indotto generato dall'attività congressuale e fieristica verso il settore alberghiero per l'anno 2007 e 2008. Si tratta di un dato che tiene conto dei principali appuntamenti fieristici dell'anno e di tutti gli appuntamenti congressuali realizzati nel corso dei vari mesi dell'anno.

Come è possibile notare, mentre il contributo derivante dal settore congressuale è distribuito nel corso dell'anno, l'incidenza delle fiere si concentra nel mese di gennaio e nei mesi antecedenti la stagione turistica estiva. Il totale è frutto della somma del fatturato stimato generato dalle fiere e dai congressi. Mentre per quanto riguarda i congressi, le presenze passano per la maggior parte attraverso Rivatour, l'agenzia di viaggi di Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. specializzata nel turismo congressuale e fieristico, non è così per le fiere dove le presenze sono state stimate².

² La procedura utilizzata per calcolare l'indotto alberghiero è spiegata nella nota metodologica presente nel Bilancio Sociale 2006

Tabella 15: indotto alberghiero generato dall'attività di Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. nel 2007

| FATTURATO FIERE | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | set | ott | nov | dic | Totale (€) |
|------------------------------|---------------------|------------------|-------------|-------------------|------------------|---------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------------|
| Expo Riva Schuh | 2.242.000,00 | | | | | 2.147.000,00 | | | | | | | 4.389.000,00 |
| (di cui gestite da Rivatour) | 6.054,30 | | | | | 22.094,99 | | | | | | | 42.337,46 |
| Expo Riva Hotel | 42.337,46 | | | | | | | | | | | | 48.255,80 |
| (di cui gestite da Rivatour) | 6.477,00 | | | | | | | | | | | | 6.415,90 |
| SISS | | | | | 48.255,80 | | | | | | | | 48.255,80 |
| Expo Riva Pesca | | | | 6.415,90 | | | | | | | | | 6.415,90 |
| Totale | 2.290.391,76 | 0,00 | 0,00 | 6.415,90 | 48.255,80 | 2.169.094,99 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4.486.009,16 |
| FATTURATO CONVEGNI | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | set | ott | nov | dic | Totale |
| Totale convegni | 92.400,00 | | | 183.919,60 | 22.818,60 | 101.079,20 | 10.298,30 | 8.147,00 | 175.987,40 | 596.062,62 | 92.502,00 | 92.400,00 | 1.375.614,72 |
| (di cui gestite da Rivatour) | | | | 140.554,60 | 22.818,60 | 101.079,20 | 10.298,30 | 8.147,00 | 130.169,00 | 470.909,98 | 92.502,00 | | 976.478,68 |
| Altri eventi Rivatour | | | | | | | | 55.366,00 | 10.846,40 | | | | 66.212,40 |
| Totale | 0 | 92.400,00 | 0,00 | 183.919,60 | 22.818,60 | 101.079,20 | 10.298,30 | 63.513,00 | 186.833,80 | 596.062,62 | 92.502,00 | 92.400,00 | 1.441.827,12 |
| INCOMING RIVATOUR | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | set | ott | nov | dic | Totale |
| Prodotto InGarda | | | | | | | | | | | | | 44.944,56 |
| Altri clienti | | | | | | | | | | | | | 70.366,38 |
| Totale | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 115.310,94 |
| FATTURATO TOTALE | 2.290.391,76 | 92.400,00 | 0,00 | 190.335,50 | 71.074,40 | 2.270.174,19 | 10.298,30 | 63.513,00 | 186.833,80 | 596.062,62 | 92.502,00 | 92.400,00 | 6.043.147,22 |

Tabella 16: Indotto alberghiero generato dall'attività di Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. nel 2008

| FATTURATO FIERE | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | set | ott | nov | dic | Totale (€) |
|------------------------------|--------------|-----------|------------|------------|------------|--------------|----------|------------|------------|------------|------------|------|--------------|
| Expo Riva Schiuh | 2.360.000,00 | | | | | 2.260.000,00 | | | | | | | 4.620.000,00 |
| (di cui gestite da RivaTour) | 33.793,64 | | | | | 23.467,13 | | | | | | | |
| Expo Riva Hotel | 40.365,79 | | | | | | | | | | | | 40.365,79 |
| (di cui gestite da RivaTour) | 5.815,00 | | | | | | | | | | | | |
| Outdoor days | | | | | 24.690,55 | | | | | | | | 24.690,55 |
| Computer Fest | | | 516,00 | | | | | | | | | | 516,00 |
| Expo Riva Pesca | | | | 7.046,00 | | | | | | | | | 7.046,00 |
| Totale | 2.400.365,79 | | 516,00 | 7.046,00 | 24.690,55 | 2.260.000,00 | | | | | | | 4.692.618,34 |
| <hr/> | | | | | | | | | | | | | |
| FATTURATO CONGRESSI | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | set | ott | nov | dic | Totale |
| Totale convegni | 78.459,00 | 95.200,00 | 218.058,80 | 495.915,50 | 87.807,85 | 87.807,85 | 9.008,30 | 184.330,66 | 465.991,32 | 209.397,30 | | | 1.844.168,73 |
| (di cui gestite da RivaTour) | 78.459,00 | | 189.093,20 | 405.208,20 | 87.807,85 | 87.807,85 | 9.008,30 | 121.830,55 | 310.330,50 | 95.614,90 | | | 1.297.352,50 |
| Altri eventi RivaTour | | | | | | | | 45.466,08 | 15.730,47 | | | | 61.196,55 |
| Totale | 78.459,00 | 95.200,00 | 218.058,80 | 0,00 | 495.915,50 | 87.807,85 | 9.008,30 | 200.061,13 | 465.991,32 | 209.397,30 | 0,00 | | 1.905.365,28 |
| <hr/> | | | | | | | | | | | | | |
| INCOMING RIVATOIR | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | set | ott | nov | dic | Totale |
| Prodotto InGarda | | | | | | | | | | | | | 24.687,38 |
| Altri clienti | | | | | | | | | | | | | 205.662,46 |
| Totale | | | | | | | | | | | | | 230.349,84 |
| <hr/> | | | | | | | | | | | | | |
| FATTURATO TOTALE | 2.478.824,79 | 95.200,00 | 218.574,80 | 7.046,00 | 520.606,05 | 2.347.807,85 | 9.008,30 | 45.466,08 | 200.061,13 | 465.991,32 | 209.397,30 | 0,00 | 6.828.333,46 |

L'impatto economico valutato attraverso le interviste agli stakeholder

Parte dello studio sulle ricadute economiche che l'attività della società Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. genera sul territorio è stato condotto attraverso interviste ai principali stakeholder del territorio per conoscere, anche sotto il profilo qualitativo, le loro percezioni e aspettative rispetto all'attività svolta dall'ente fieristico e congressuale. Le interviste sono state realizzate con l'ausilio di una traccia semi-strutturata, in modo da lasciare un certo grado di discrezionalità all'intervistato per integrare il contenuto dell'intervista con ulteriori osservazioni e considerazioni.

La traccia d'intervista si componeva di diciassette domande suddivise a loro volta in tre sezioni. La prima riguardava il rapporto tra la Società, la sua attività e il territorio dell'Alto Garda; in particolare sono state poste domande volte a comprendere l'evoluzione dell'attività della Società nel corso dei decenni di attività e come il territorio avesse recepito tali cambiamenti. La seconda sezione aveva come obiettivo quello di comprendere il posizionamento del polo fieristico-congressuale nel panorama locale e nazionale anche alla luce degli ingenti investimenti stanziati per il progetto di ampliamento dei volumi. Infine, nell'ultima parte, le domande si concentravano sull'influenza che la presenza di Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. aveva avuto ed ha sullo sviluppo economico territoriale.

Tabella 17: tabella riassuntiva dei soggetti intervistati, il loro ruolo e l'obiettivo dell'intervista

| Soggetto | Prospettiva | Obiettivo |
|---|---|--|
| Riva del Garda Fierecongressi Spa | Visione interna dell'azienda | Avere una visione interna dell'attività dell'ente fiera; conoscere gli obiettivi per il futuro e capire come l'ente veda se stesso e il proprio operato sul territorio; |
| Rappresentanti degli albergatori | L'attività fieristica e congressuale e il settore alberghiero | Capire come l'attività dell'ente fiera influenzi l'attività degli albergatori; influenza sulla stagionalità e riqualificazione della qualità del settore alberghiero; |
| Operatori del settore ricettivo | L'attività fieristica e il settore alberghiero | Capire come l'attività dell'ente fiera influenzi l'attività degli albergatori; influenza sulla stagionalità e riqualificazione della qualità del settore alberghiero; |
| Amministratori pubblici a livello locale | Ruolo dell'ente fieristico congressuale sul territorio; | Analizzare il rapporto tra l'attività dell'ente fiera ed il territorio del Garda trentino; il ruolo dell'ente all'interno del panorama economico della regione e indirizzi futuri; |
| Amministratori a livello provinciale | Il ruolo del polo rivano nel panorama provinciale | Considerazioni sul nuovo polo congressuale, i suoi obiettivi ed il posizionamento all'interno del panorama provinciale. |
| Rappresentanti APT Ingarda; | Il ruolo dell'ente fieristico congressuale per il turismo rivano | Analisi del turismo fieristico congressuale a Riva del Garda; situazione attuale, carenze dell'offerta, punti di forza e contributo economico al comparto turistico; |
| Rappresentanti delle associazioni di categoria (commercianti, ristoratori) | L'attività fieristica e congressuale e gli altri soggetti economici del territorio; | Analizzare come albergatori e ristoratori vedono l'attività dell'ente fiera ed il contributo che esso genererà in termini di indotto; |
| Rappresentanti di aziende appaltatrici servizi fondamentali delle fiera (allestimento, trasporti ecc.) | La fiera e i fornitori di servizi ad essa accessori | Le aziende del terziario e la loro evoluzione a seguito dello sviluppo dell'attività dell'ente rivano; |
| Esponenti del mondo bancario | L'indotto economico generato dall'attività di Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. | Il ruolo economico del polo fieristico congressuale per il territorio. |

punti di forza e di debolezza emersi dalle interviste

Di seguito sono riportati in maniera schematica i punti di forza e di debolezza emersi dalle interviste per ognuna delle tre sezioni che componevano la traccia. Per un'analisi più approfondita, con i commenti a ciascuno dei punti si rinvia al report della ricerca "La ricaduta economica del turismo congressuale e fieristico: il caso del territorio dell'Alto Garda".

1. RAPPORTO TRA L'ENTE, LA SUA ATTIVITÀ E IL TERRITORIO

Comprendere l'evoluzione dell'attività dell'ente nel corso dei decenni di attività e come il territorio ha recepito tali cambiamenti.

PUNTI DI FORZA

- È stato **raggiunto** l'obiettivo della **destagionalizzazione**;
L'attività fieristico-congressuale ha svolto un **ruolo determinante** per il **riammodernamento** delle **strutture** e ha spinto gli operatori ad **adeguarsi** agli **standard qualitativi** richiesti dalla **domanda**;
- La **coesistenza** tra turismo *business* e *leisure* è vista in maniera positiva;

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Assenza o **scarsa qualità** di **alcuni servizi** (intrattenimento e ristorazione);
- **Difficoltà** a far **fruire** gli utenti **dell'offerta complementare** del territorio;
- **Scarsa percezione** da parte di alcune categorie economiche del **ruolo** dell'ente per l'economia rivana;

2. LA COLLOCAZIONE DEL POLO FIERISTICO CONGRESSUALE NEL PANORAMA LOCALE E NAZIONALE

Comprendere il posizionamento del polo fieristico congressuale nel panorama locale e nazionale anche alla luce degli ingenti investimenti stanziati per il progetto di ampliamento dei volumi.

PUNTI DI FORZA

- **Valore aggiunto** determinato dal **contesto paesaggistico** e dalla qualità dell'offerta;
- Possibilità di **specializzarsi** in **eventi fieristici di nicchia** o legati al contesto territoriale (es: Outdoordays);
- Gli operatori vedono **grandi prospettive** per il **settore congressuale**;

PUNTI DI DEBOLEZZA

- **Scarsa competitività** con altri **poli fieristici** per quanto riguarda l'organizzazione dei grandi eventi;
- **Difficoltà** di **accesso** e di **spostamento** all'interno della destinazione;

3. IL RUOLO DELL'ENTE NELLO SVILUPPO ECONOMICO DEL TERRITORIO

Analizzare l'influenza che la presenza della società Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. aveva avuto ed ha sullo sviluppo economico territoriale.

PUNTI DI FORZA

- L'ente, grazie alla sua attività, ha **favorito la crescita di professionalità e attività economiche già presenti sul territorio;**
- Possibilità di ricoprire un ruolo ancora **più incisivo in futuro per l'economia locale;**

PUNTI DI DEBOLEZZA

- **La fornitura di servizi** per gli eventi organizzati dalla Società **non è prevalente per una larga parte dei fornitori;**
- Mancanza di una **regia che coordini i servizi del territorio** in funzione delle esigenze del turismo fieristico congressuale;
- Scarso coinvolgimento degli operatori nelle **scelte strategiche;**

Riva del Garda - Tn
tel. +39 0464 570112
fax +39 0464 555255
segreteria@riva.fc.it
www.rivadelgardafierecongressi.it