



Città. A marzo hanno visitato il cuore di Brescia quasi 400mila turisti

Algoritmo a misura di turisti nel Bresciano

Iniziativa di Confcommercio per definire strategie sulla base di dati in tempo reale

■ Oltre un milione di persone ha visitato in un mese i centri storici di sei capitali del turismo (Desenzano, Salò, Iseo, Ponte di Legno, Sirmione oltre a Brescia città). Lo dice Conf-

commercio facendo riferimento a un nuovo servizio che fornisce dati elaborando - con un algoritmo - le informazioni sulle presenze offerte dai telefonini. **A PAGINA 12 E 13**

Attrattività

Algoritmo, situazione e prospettive

Un milione di visitatori in un mese nelle capitali bresciane del turismo

Lo dicono i telefonini, fonte di un nuovo servizio che consente a Confcommercio di avere dati in tempo reale

Barbara Bertocchi
b.bertocchi@giornaledibrescia.it

■ I telefonini raccontano molto di noi, in primis dove siamo stati. Un'informazione che, rielaborata da un algoritmo, consente a Confcommercio Brescia di disporre quasi in tempo reale (dopo 48 ore) di dati su presenze e flussi turistici che, come sottolinea il presidente Carlo Massoletti, «riguardano anche orari di visita, provenienza, nazionalità, genere, fasce di età e capacità di spesa. Dati preziosi per definire strategie di marketing efficaci, puntuali e mirate. Il tutto con l'obiettivo di favorire la crescita delle imprese e dei territori». È il nuovo servizio di analytics reso possibile dall'accordo con un provider (del quale non viene rivelato il nome) e per il momento limitato a sei centri storici bresciani con vocazione turistica (dei 41 monitorati in Lombardia). Ossia quelli di Desenzano, Iseo, Ponte di Legno, Salò, Sirmio-

ne e ovviamente Brescia che nel mese di marzo sono stati meta di 1.105.414 visitatori calcolati, con questo sistema, al netto di chi vive e lavora nei centri oggetto d'indagine.

Curiose sono le informazioni emerse. In quanto a tipologia di visitatori spiccano per l'alta presenza di stranieri Ponte di Legno (il 34% di 68.088) e, come era prevedibile, Sirmione (il 41% di 74.977). Iseo e Salò vengono scelte soprattutto dai bresciani (che sono il 58% di 177.123 in un caso e il 57% di 126.506 nell'altro). E vantano alte percentuali (attorno al 46-47%) di turisti dal resto della Lombardia e dell'Italia i centri di Desenzano (che ha contato in tutto 263.602 visitatori), Ponte di Legno e Sirmione.

Curiosità. La città ha registrato 395.118 visitatori unici in un mese dei quali solo il 6,8% stranieri di casa perlopiù in Francia (il 10%, ossia 2.692), Spagna (9%), Germania (9%), Regno Unito (8%), Polonia (8%) e Usa (il 6% ossia 1.595). Uno su due sono arrivati dalla nostra

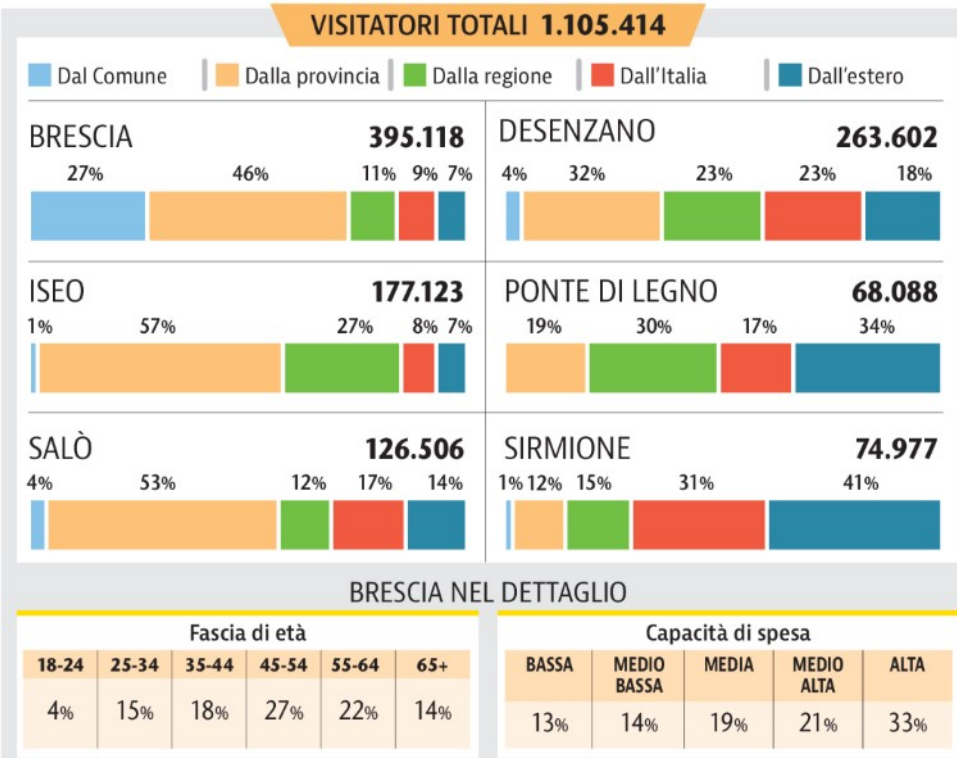
provincia, l'11% dal resto della Lombardia (Bergamo e Milano in primis) e il 9% da province fuori regione, come Verona. In quanto a genere prevalgono leggermente i maschi. Circa l'età colpisce il fatto che la metà delle persone abbia tra i 45 e i 64 anni, «un pubblico maturo con un'ottima capacità di spesa», è il commento di Massoletti. Il nuovo servizio consente di sapere anche, tra le altre cose, da quali aeroporti provengono i visitatori stranieri: tra quelli approdati a Desenzano 2.235 erano atterrati a Malpensa o Linate. «Le potenzialità di questi dati - osserva - sono molte: con l'intelligenza artificiale potremo eseguire anche l'analisi predittiva dei



flussi». Applaudono al nuovo servizio Alessandro Fantini, presidente di Federaiberghi, e Francesca Porterì, presidente del Gruppo Terziario Donna di Confcommercio: «Finalmente - commenta Porterì - disponiamo di dati certi che possono aiutare i nostri ristoratori ad assumere scelte relative ad esempio al menù: gli stranieri prediligono un tipo di cucina che è diversa da quella richiesta dai turisti di vicinato». Informato del servizio l'assesso-

re alle Attività Produttive e al Turismo Andrea Poli fa notare quanto sia «importante il know-how delle associazioni di categoria: è un bellissimo lavoro, complementare a quello che facciamo noi. Come già emerso da uno studio dell'Università Cattolica, Brescia fatica ad attrarre i giovani: dobbiamo lavorare su questo. E far crescere la spesa media dei visitatori. Il trend delle presenze è buono, ma deve aumentare il loro impatto economico». //

I TURISTI NEI CENTRI STORICI BRESCIANI



FONTE: elaborazione dati Ufficio Studi Confcommercio Brescia - dati nel periodo dall'1 al 31 marzo 2025 infogdb

PER APPROFONDIRE

Dove e come.
Confcommercio Brescia dispone di un nuovo servizio di analytics su presenze e flussi turistici in sei centri storici bresciani (città, Desenzano, Iseo, Ponte di Legno, Salò e Sirmione). Verrà utilizzato per definire «strategie di marketing efficaci, puntali e mirate» alla crescita delle imprese e del territorio.

Metodo scientifico.
I dati offerti da questo servizio sono frutto dell'elaborazione (con algoritmo) delle informazioni date dai cellulari.



Città. Quasi 400mila turisti hanno ammirato le bellezze di Brescia a marzo



Ponte di Legno. A marzo ci sono stati oltre 68mila visitatori



Iseo. Turisti in attesa di salire sul battello // FOTO D'ARCHIVIO



«S'investa in Tav e aeroporto per far decollare le presenze»

È l'appello rivolto alla politica che emerge dal sondaggio realizzato tra le imprese

Infrastrutture

■ «Bisogna investire nelle infrastrutture per rendere il nostro territorio sempre più attrattivo e facilmente raggiungibile dai turisti». È l'appello che le imprese rivolgono alla politica attraverso il sondaggio commissionato loro dalla Format Research Srl per conto di Confcommercio Brescia. A riferirlo è il presidente dell'associazione di categoria Carlo Massoletti.

Entra nel dettaglio Pierluigi Ascani, al timone di Format Research: «Il 73% delle aziende vorrebbe l'apertura dell'aeroporto di Montichiari al traffico turistico; quasi 9 su 10 preferirebbero la fermata della Tav sul Lago di Garda nel territorio bresciano; l'84% spinge per lo sviluppo della Ciclovía gardesana e l'89% ritiene necessario pianificare strategie di valorizzazione della Valcamonica in vista anche delle Olimpiadi 2026». Tra le mani il presidente Ascani ha l'esito del sondaggio eseguito lo scorso anno su un campione di 400 imprese rappresentativo dell'universo terziario bresciano.

Il D'Annunzio, da quando, oltre dieci anni fa, sono venuti meno i voli di linea, è un aeroporto «cargo» in cui il tra-

sporto passeggeri è esiguo e limitato a voli privati. «Lo sviluppo dell'aeroporto di Montichiari in chiave turistica farebbe accrescere l'attrattività del nostro territorio», sintetizza Massoletti. Affinché ciò possa accadere «serve volontà politica a livello nazionale - aggiunge l'assessore alle Attività produttive e al Turismo Andrea Poli -. Il D'Annunzio viene da una gestione veronese e veneziana disastrosa. Il potenziale c'è: l'aeroporto si trova in una posizione strategica rispetto a un triangolo centrale per l'economia del Paese che passa da Brescia, Bergamo e Bologna». Relativamente alla Tav, secondo gli imprenditori intervistati i principali vantaggi che la fermata del basso lago (San Martino della Battaglia) potrebbe portare al territorio bresciano sono l'aumento dell'accessibilità per i turisti, la riduzione del traffico automobilistico e la migliore connessione con altre città. «Bisogna superare il modello su gomma - commenta Alessandro Fantini, presidente di Federalberghi -: auspichiamo voli per passeggeri, ma anche il potenziamento dei battelli e dei viaggi su rotaia non tanto per aumentare le presenze, ma per migliorarle e alleggerire la pressione su strade che sono degli anni Sessanta». // BB



Per Pasqua 80mila in città, meno del weekend prima

Il focus

Erano oltre 96mila il 4 e 5 aprile. L'aumento (del 12%) c'è stato invece a Desenzano

■ Abbondanti prenotazioni eseguite in largo anticipo, poi lo stop legato alle previsioni del meteo non proprio incoraggianti, quindi poche, anzi nessuna, chiamata last-minute. Così Alessandro Fantini, presidente di Federalberghi Brescia, descrive la situazione che ha preceduto la Pasqua: «È andata più o meno come un anno fa - spiega - con l'occupazione delle camere negli hotel che si è assestata attorno al 50%». A influire - come in molti avevano immaginato - sono state le previsioni del meteo, che alla fine si è rivelato variabile domenica e ha fatto largo a una bella schiarita a Pasquetta.

Qualche informazione in più arriva dal nuovo servizio di analytics di Confcommercio

Brescia. Il 18 e il 19 aprile il centro storico della città è stato meta di 79.627 visitatori (al netto di residenti e lavoratori). È andata meglio nel fine settimana precedente: il 4 e il 5 aprile i visitatori sono stati 96.695. Il calo registrato è del 17%. In entrambi i weekend il numero di stranieri si è rivelato limitato, ma comunque in leggero aumento: dal 4,1% al 6,9%. In particolare durante le vacanze di Pasqua sono arrivati nel cuore della città soprattutto francesi (il 14%) e tedeschi (il 13%); a prevalere nel fine settimana precedente sono stati, invece, gli spagnoli. A Brescia, quindi, c'è stato un calo, a Desenzano, invece, è stato registrato un aumento di visitatori (+12%).

Si è passati, infatti, dai 45.758 del 4 e 5 aprile ai 51.372 del 18 e 19. Come in città, da un fine settimana all'altro, è aumentata la quota degli stranieri: si è passati dal 16,3% al 32% a ridosso della Pasqua. A prevalere, nel centro storico della cittadina gardesana, sono stati prima gli inglesi (4-5 aprile) e poi i tedeschi, schizzati a quota 22% lo scorso fine settimana. //



Sul Garda. I turisti a Desenzano sono stati 263mila in un mese



L'indagine

DS3022

DS3022

Turismo e intelligenza artificiale Brescia esplora nuove frontiere

• Lo studio promosso da Confcommercio restituisce una fotografia aggiornata e dinamica di sei località strategiche: Brescia, Desenzano, Salò, Iseo, Sirmione e Ponte di Legno. L'AI per produrre previsioni e scenari di sviluppo
Dall'analisi emerge l'importanza degli aeroporti milanesi: «Ma serve potenziare il Catullo e il D'Annunzio»

GIADAFERRARI

Un patrimonio turistico che cresce e che ora ha anche un nuovo strumento per orientarsi nel futuro. Si chiama «Analytics» il sistema di rilevazione sviluppato da Confcommercio Brescia, presentato ieri assieme allo studio «Infrastrutture per il turismo nella provincia di Brescia», realizzato con Format Research. Dati precisi, raccolti in tempo reale e con il potenziale di diventare predittivi, grazie all'intelligenza artificiale.

Un'innovazione significativa per il mondo del terziario e per gli enti pubblici che vogliono agire su basi concrete. L'obiettivo? Capire meglio le potenzialità del territorio. «Con Analytics abbiamo potuto analizzare e approfondire i dati di presenza e di flusso nelle località turistiche in provincia di Brescia - sottolinea il presidente di Confcommercio Brescia Carlo Massoletti -. Siamo all'inizio di un percorso, messo a punto da 7 mesi, la cui grande particolarità è aggiornamento e profondità dei dati: l'analisi, infatti, è che è fatta in tempo reale».

Lo studio, illustrato ieri in conference call, restituisce una fotografia aggiornata e dinamica di sei località strategiche: Brescia, Desenzano, Salò, Iseo, Sirmione e Ponte di Legno. I dati riguardano le presenze nei centri storici rilevate attraverso i dispositivi mobili, escludendo residenti e lavoratori pendolari, e suddividendo i flussi per provenienza, età, genere e profilo di spesa. Ad esempio, nel mese di marzo 2025, Desenzano ha accolto un 18% di turisti stranieri, Salò si conferma a trazione provinciale, Iseo mostra un mix provinciale e regionale, mentre Ponte di Legno sorprende con il dato più alto di stranieri (34%). Sirmione domina con un 41% di stranieri e il 31% di turismo nazionale. Brescia città registra 395 mila visitatori in un mese, di cui il 93% italiani e solo il 7% stranieri.

La composizione anagrafica

Dati interessanti anche sulla composizione anagrafica dei turisti: il 63% ha più di 45 anni, mentre il 33% è considerato altospendente. «C'è un mercato che possiamo intercettare

meglio e servire con più efficacia - evidenzia

Francesca Porteri, vicepresidente del gruppo Terziario Donna -. Ora possiamo calibrare l'offerta sulle esigenze del turista, differenziando ad esempio tra turismo di vicinanza e turismo internazionale». Dall'analisi emerge l'importanza degli aeroporti milanesi: nei primi due giorni di aprile, oltre 2.200 visitatori con elevata capacità di spesa sono arrivati a Desenzano passando da Milano. Una risorsa da valorizzare, secondo Massoletti, anche alla luce dei cambiamenti in atto nella governance dell'aeroporto di Venezia. Da qui l'appello per un rilancio del Catullo e soprattutto del Gabriele D'Annunzio di Montichiari, ancora escluso dal traffico passeggeri.

L'approccio di Analytics promette di rivoluzionare il modo di leggere i flussi turistici. Il prossimo passo è l'adozione dell'intelligenza artificiale per produrre previsioni e scenari di sviluppo basati sui dati raccolti: una svolta per le strategie commerciali e promozionali. Per Andrea Poli, assessore comunale al Turismo, i dati di Confcommercio sono complementari a quelli comunali e fondamentali per pianificare interventi efficaci. «L'integrazione di queste analisi ci consente di progettare meglio le politiche pubbliche: l'obiettivo è aumentare la spesa media sul territorio e attrarre nuove fasce, come i giovani, attualmente poco rappresentati».

La mobilità

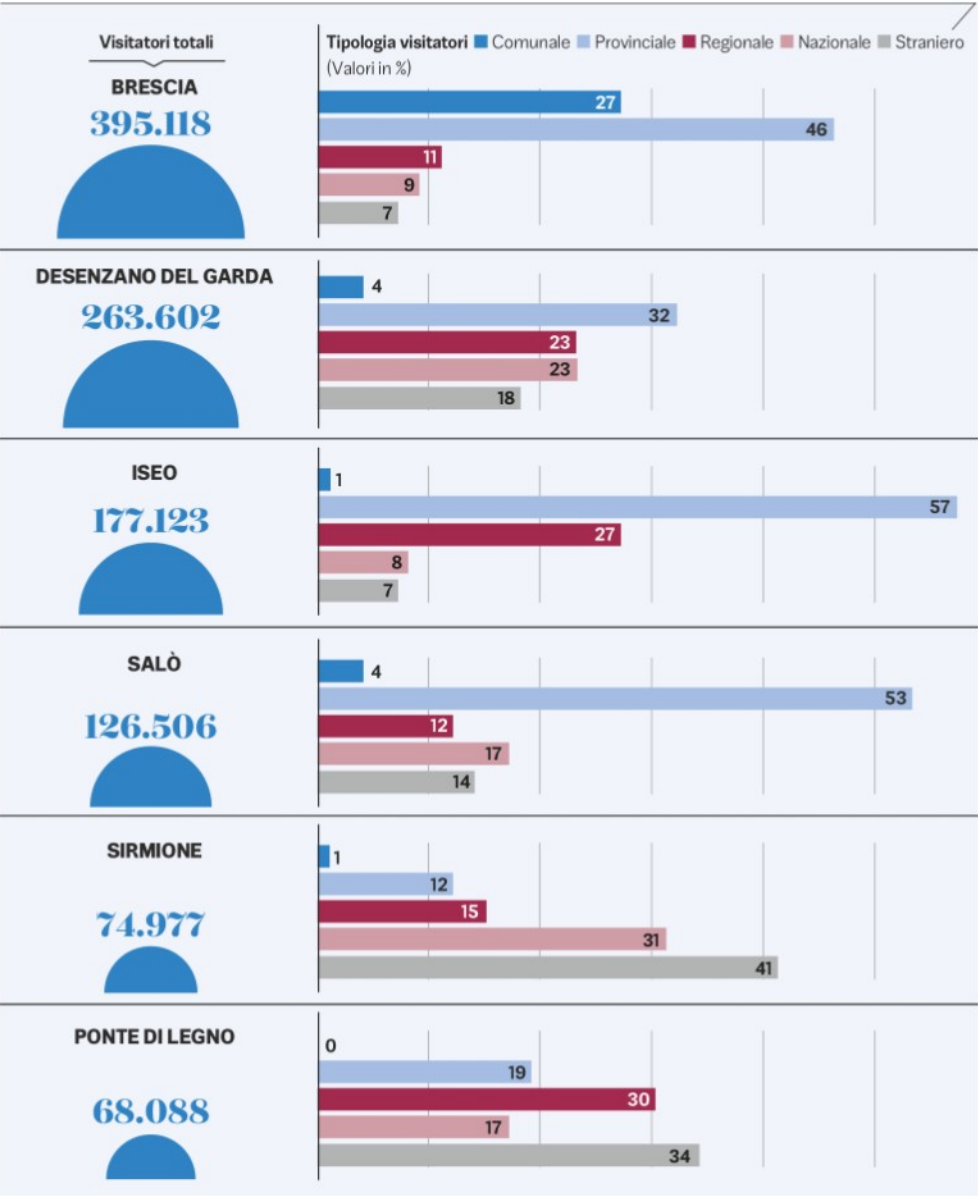
Uno dei nodi da sciogliere? La mobilità: «Il 90% dei turisti arriva su gomma - conclude Alessandro Fantini, presidente di Federalberghi -. Dobbiamo lavorare su ferrovia, aeroporti, trasporto lacustre e ciclovie per migliorare l'accessibilità e diversificare i flussi». Grazie a questi dati abbiamo una fotografia dello stato dell'arte del turismo nella nostra provincia ancora più precisa, al fine di mettere a punto strategie più efficaci.



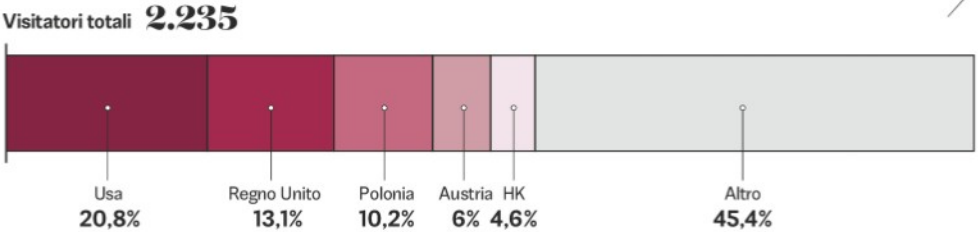
L'analisi dei flussi turistici

DS3022

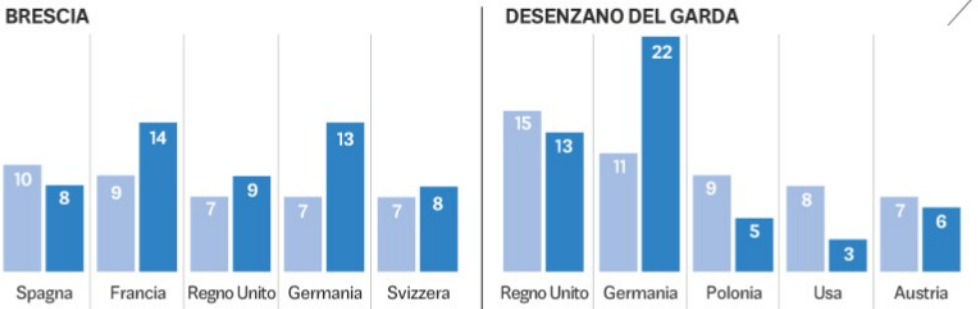
DS3022



VISITATORI STRANIERI DA AEROPORTI MILANESI A DESENZANO DEL GARDA



VISITATORI STRANIERI Valori in % ■ 4 e 5 aprile ■ 18 e 19 aprile





Visitatori a spasso per il centro di Brescia: il turismo nei principali centri storici della provincia vive un momento molto frizzante ONLY CREW

Gli interventi

«Infrastrutture decisive La fermata Tav Garda può portare benefici»

• **Gli operatori confidano anche nel palcoscenico delle Olimpiadi**
L'assessore Poli: «Serve una nuova viabilità provinciale»

Strade, treni, aeroporti e ciclovie: è sulle infrastrutture che si gioca una delle partite decisive per il futuro turistico della provincia di Brescia. È questo il nodo emerso ieri durante la presentazione dell'indagine «Infrastrutture per il turismo nella provincia di Brescia», commissionata da Confindustria Brescia e realizzata con Format Research.

Secondo il presidente Carlo Massoletti, è urgente pensare a una nuova stagione per l'aeroporto di Montichiari, rilanciandolo anche sul fronte del trasporto pas-

seggeri: «Sta cambiando la struttura dell'aeroporto di Venezia e ci stiamo chiedendo se in questa fase di cambiamento di governance non sia il caso di rivedere l'aeroporto di Montichiari. Questo il nostro appello - afferma - mentre anche la TAV aè l'altro progetto fondamentale: la fermata sul lago di Garda favorirebbe il turismo e, analogamente, il sistema delle ciclovie. Inoltre, stanno arrivando le Olimpiadi e mi auguro che le ricadute sul territorio siano positive e capitalizzate anche nei prossimi anni».

L'indagine conferma che le imprese del terziario credono fortemente nel potenziale delle infrastrutture: il 73% ritiene fondamentale l'apertura al traffico civile del D'Annunzio, mentre il 75% considera strategica una fermata dell'Alta Velocità sul basso lago di Garda.

A dimostrarlo anche la crescita delle presenze a Desenzano, +12% nel weekend pasquale rispetto all'inizio di aprile.

I progetti

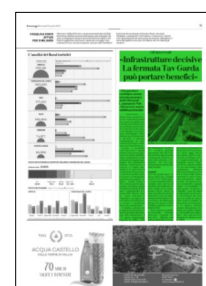
Non solo grandi opere: c'è attesa anche per i progetti locali. L'84,3% delle imprese reputa fondamentale lo sviluppo della ciclovie del Garda per diversificare l'offerta, mentre per la Valcamonica l'88,6% chiede un piano specifico per dotare il territorio di una vera infrastrutturazione turistica. Tutte richieste che riflettono il bisogno di superare i colli di bottiglia e garantire accessibilità ai flussi.

«Serve una nuova mobilità provinciale - sottolinea l'assessore comunale Andrea Poli -. Abbiamo zone intasate dal traffico che rappresentano una barriera. Le infrastrutture di connessione a breve raggio sono le

più urgenti, perché ci permettono di collegare tra loro i territori bresciani». La fotografia emersa conferma che la capacità turistica c'è, ma non sempre viene capitalizzata. «Abbiamo flussi interessanti ma serve che il valore della visita si trasformi in valore economico sul territorio - ribadisce Poli -. Per questo servono investimenti e strategie mirate. L'accessibilità è il primo passo». Il turismo, si è ribadito, è uno dei settori su cui puntare per la crescita del territorio. Ma senza una rete solida di connessioni, anche la migliore offerta rischia di restare isolata. Le imprese chiedono dunque infrastrutture moderne, accessibili e integrate. Ora la palla passa alla politica e alla capacità di trasformare la visione in realtà. **G.Fer.**



La Tav viene considerata un'opera strategica



L'analisi A marzo n milione di visitatori in sei centri storici del Bresciano, registrati grazie alle schede dei cellulari

Turismo, rilevazioni al minuto

Confcommercio con Analytics archivia in tempo reale il numero di chi arriva in città e sui laghi

di **Thomas Bendinelli**

Nel mese di marzo i visitatori unici a Brescia città sono stati circa 400 mila, il 93% dei quali italiani. A Desenzano, nello stesso mese di marzo, i visitatori sono stati 263 mila, con una crescita consistente in termini percentuali degli arrivi nazionali (23%) e dall'estero (18%). Diverso il caso di Iseo (177 mila), dove il turismo è stato soprattutto provinciale (57% del totale). Lo rileva il nuovo servizio di Analytics di cui si è dotata Confcommercio a livello regionale. Lo strumento — che monitora i dati di 41 mete in Lombardia, di cui sei in provincia di Brescia — intreccia diverse fonti di informazione e di raccolta dati, la cui principale è quella relativa alle schede telefoniche dei cellulari intercettate dalle celle. «Abbiamo selezionato sei centri storici nel bresciano — spiega il presidente di Confcommercio Brescia Carlo Massoletti — e siamo in grado non solo di misurare, ma anche di analizzare turisti presenti e i loro movimenti sul territorio».

a pagina 3

Un milione di visitatori a marzo in sei centri storici

Confcommercio con Analytics ha informazioni sui flussi turistici in tempo reale

Nel venerdì e sabato pre pasquali in città ci sono stati circa 79 mila visitatori, il 17% in meno rispetto ai 96 mila circa del fine settimana del 4 e 5 aprile. Al contrario, Desenzano ha registrato un +12% di visitatori nel confronto tra i due fine settimana, con addirittura il 32% di stranieri ed un aumento significativo di turisti tedeschi rispetto ai primi giorni di aprile. Lo rileva il nuovo servizio di Analytics di cui si è dotata Confcommercio a livello regionale. Lo strumento — che monitora i dati di 41 mete in Lombardia, di cui sei in provincia di Brescia — intreccia diverse fonti di informazione e di raccolta dati, la cui principale è quella relativa alle schede telefoniche dei cellulari intercettate dalle celle. «Abbiamo selezionato sei centri storici nel bresciano — spiega il presidente di Confcommercio Brescia Carlo Massoletti — e siamo in grado non solo di

misurare, ma anche di analizzare turisti presenti e i loro movimenti sul territorio».

Nel mese di marzo i visitatori unici a Brescia città sono stati circa 400 mila, il 93% dei quali italiani. Non solo, se si escludono gli spostamenti urbani (dalla periferia al centro storico) e quelli provinciali, emerge che quelli arrivati da altre province o dall'estero sono poco meno del 30%. La città continua a essere soprattutto meta di un turismo di prossimità (da Bergamo, Verona, Milano e altre province vicine), ma non è da sottovalutare il turismo che arriva anche dall'estero (Francia, Spagna e Germania in primo luogo). A Desenzano, nello stesso mese di marzo, i visitatori sono stati 263 mila, con una crescita consistente in termini percentuali degli arrivi nazionali (23%) e dall'estero (18%). Diverso il caso di Iseo (177 mila),

dove il turismo è stato soprattutto provinciale (57% del totale), segno evidente della gita fuoriporta in giornata. A Ponte di Legno, 68 mila visitatori nel mese, la percentuale di stranieri sale al 34%. Sirmione, 75 mila visitatori nel mese, attrae visitatori da tutta Italia (31% da fuori regione) e dall'estero (41%). Di questi visitatori, quasi la metà ha una capacità di spesa alta o medio alta.

«Sono dati che ci permettono di avere una risposta sui flussi quasi in tempo reale —



ha sottolineato Massoletti — e che ci forniscono informazioni utili anche in ottica di programmazione». «Un conto è avere un'idea approssimativa — ha aggiunto Francesca Porteri, presidente Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Brescia —, un altro è avere numeri così precisi su cui ragionare». Dati che possono essere incrociati in modo immediato con quelli sull'occupazione alberghiera: «In questi giorni in città abbiamo avuto un'occupazione delle camere vicina al 50% — ha affermato Alessandro Fantini, presidente di Federalberghi —, un dato in linea con lo scorso anno. Il last minute, causa incertezza sul tempo, non c'è stato».

Thomas Bendinelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Turisti Rilevazioni in tempo reale grazie ai cellulari a Salò, Desenzano, Sirmione, Iseo, Brescia e Ponte di Legno (Getty)

Le richieste

DS3022

DS3022

Investimenti per aumentare l'attrattività del territorio

«Sulle infrastrutture è evidente come gli imprenditori bresciani chiedano investimenti per rendere il nostro territorio sempre più attrattivo», ha detto il presidente di Confcommercio Brescia Carlo Massoletti commentando i dati secondo cui il 73% delle imprese vorrebbe l'apertura dell'aeroporto di Montichiari al traffico turistico, 9 aziende su 10 preferirebbero la fermata della TAV sul Lago di Garda nel territorio bresciano, l'84% degli imprenditori spinge per la ciclovia gardesana e l'89% ritiene necessario pianificare strategie di valorizzazione della Valle Camonica. L'assessore del Comune di Brescia con delega al turismo Andrea Poli ha dal canto suo sottolineato come urga una riflessione anche sulla mobilità interna provinciale, al momento inadeguata. Come dire: non basta far arrivare le persone in stazione o in aeroporto. (t.b.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il settore turistico già al bivio «Investire nelle infrastrutture o gli effetti del boom svaniranno»

Brescia, aeroporto di Montichiari non solo commerciale, fermata tav nel territorio del Garda, ciclovia e valorizzazione della Valcamonica sono le richieste emerse da un'indagine-studio di Confcommercio

di **Federica Pacella**
BRESCIA

Non ci sono, in toto o parzialmente, ma servirebbero per lo sviluppo del turismo: il mondo del commercio bresciano chiede più investimenti sulle infrastrutture. L'appello è stato raccolto da Confcommercio Brescia, che ha realizzato l'indagine 'Infrastrutture per il turismo nella provincia di Brescia', con il supporto dell'istituto di ricerca Format Research. «Gli imprenditori bresciani chiedono investimenti per rendere il nostro territorio sempre più attrattivo e facilmente raggiungibile dai turisti», ha detto il presidente di Confcommercio Brescia, Carlo Massoletti. I dati, in particolare, evidenziano come il 73% delle imprese vorrebbe l'apertura dell'aeroporto di Montichiari al traffico turistico, che quasi 9 aziende su 10 preferirebbero la fermata della Tav sul Lago di Garda nel territorio bresciano, che l'84% degli imprenditori spinge per lo sviluppo della ciclovia gardesana e che l'89% ritiene necessario pianificare strategie di valorizzazione della Valle Camonica in vista anche delle Olimpiadi 2026. «Iniziative utili per consolidare l'offerta turistica della provincia di Brescia che

genera oltre 2 miliardi di valore aggiunto, pari a circa il 25% di tutta la Lombardia».

Confcommercio ha anche avviato un nuovo servizio di analisi dei flussi turistici in tempo reale, per poter avere una bussola rapida che possa orientare gli operatori. Dall'analisi su Brescia, Desenzano del Garda, Iseo, Ponte di Legno, Salò e Sirmione, emerge, ad esempio, che i visitatori unici a Brescia, a marzo sono stati quasi 400mila, di cui il 93% italiani ed il 7% stranieri (Francia in testa). «Il 49% di chi si è fermato in centro storico a Brescia è compreso nella fascia d'età tra i 45 ed i 64 anni, quindi un pubblico maturo e con una ottima capacità di spesa», ha aggiunto Massoletti. Nei venerdì e sabato pre-pasquali, invece, è stato registrato un calo dei visitatori nel centro storico della città rispetto al 4 e 5 aprile, con la presenza per oltre il 90% di italiani. Una situazione molto diversa da quanto registrato a Desenzano: +12,2% di visitatori nel weekend pre-Pasqua rispetto all'inizio del mese, con il 32% di stranieri ed un aumento di turisti tedeschi rispetto ai primi giorni di aprile. Gli aeroporti sono fondamentali: nel mese di marzo, da Linate e Malpensa sono arrivati 2.235 turisti che hanno poi visitato Desenzano del Garda.



Brescia, quasi 400mila visitatori nel mese di marzo: calano le presenze a Pasqua

di [Redazione](#) - 22 Aprile 2025 - 12:14



Brescia. Sono stati resi noti i **risultati dell'indagine "Infrastrutture per il turismo nella provincia di Brescia"**, realizzata da Confcommercio Brescia con il supporto dell'istituto di ricerca Format Research, e dell'approfondimento "Analytics: presenze turistiche nei centri storici bresciani", **realizzato dall'Ufficio Studi Confcommercio Brescia.**

«Sulle infrastrutture è evidente come gli imprenditori bresciani chiedano investimenti per rendere il nostro territorio sempre più attrattivo e facilmente raggiungibile dai turisti», ha detto **il presidente di Confcommercio Brescia, Carlo Massoletti, commentando i dati che evidenziano come il 73% delle imprese vorrebbe l'apertura dell'aeroporto di Montichiari al traffico turistico, che quasi 9 aziende su 10 preferirebbero la fermata della Tav sul Lago di Garda nel territorio bresciano, che l'84% degli imprenditori spinge per lo sviluppo della ciclovia gardesana e che l'89% ritiene necessario pianificare strategie di valorizzazione della Valle Camonica in vista anche delle Olimpiadi 2026.**

Iniziative utili per consolidare l'offerta turistica della provincia di Brescia che genera oltre 2 miliardi di valore aggiunto, pari a circa il 25% di tutta la Lombardia (in testa Milano che produce il 50% della ricchezza): «Per questa ragione - ha detto il presidente Massoletti - abbiamo integrato il nostro nuovo servizio di analytics su presenze e flussi turistici. **Abbiamo selezionato sei centri storici (Brescia, Desenzano del Garda, Iseo, Ponte**

di Legno, Salò e Sirmione) che coprono il territorio provinciale e siamo in grado non solo di misurare, ma anche di analizzare i visitatori ed i turisti presenti ed i loro movimenti sul territorio».



Emerge, ad esempio, che **i visitatori unici a Brescia nel mese di marzo sono stati quasi 400.000, di cui il 93% italiani ed il 7% stranieri** (provenienti per il 10% dalla Francia e per il 9% ciascuno da Spagna e Germania): «Il 49% di chi si è fermato in centro storico a Brescia è compreso nella fascia d'età tra i 45 ed i 64 anni, quindi un pubblico maturo e con una ottima capacità di spesa», ha aggiunto il presidente di Confcommercio Brescia.

Nei venerdì e sabato pre pasquali, invece, è stato registrato un calo dei visitatori nel centro storico della città rispetto al 4 e 5 aprile, con la presenza per oltre il 90% di italiani. Una situazione molto diversa da quanto registrato a **Desenzano: +12,2% di visitatori nel weekend pre-Pasqua rispetto all'inizio del mese, con addirittura il 32% di stranieri** ed un aumento significativo di turisti tedeschi rispetto ai primi giorni di aprile.

Nel mese di marzo, **dagli aeroporti di Linate e Malpensa sono arrivati 2.235 turisti che hanno poi visitato Desenzano del Garda.**

«Si tratta - ha concluso il presidente Massoletti - di un approccio innovativo e scientifico sul turismo e di un nuovo servizio che mettiamo in campo come Confcommercio Brescia. La possibilità di incrociare i dati che riguardano orari di visita, provenienze, nazionalità, genere, fasce di età e capacità di spesa sono indispensabili per integrare strategie di marketing efficaci, puntuali e mirate. I dati elaborati scientificamente ed in tempo reale sono fondamentali per la crescita delle imprese e siamo disponibili a metterli a disposizione per i nostri imprenditori associati e per gli enti del territorio interessati».

