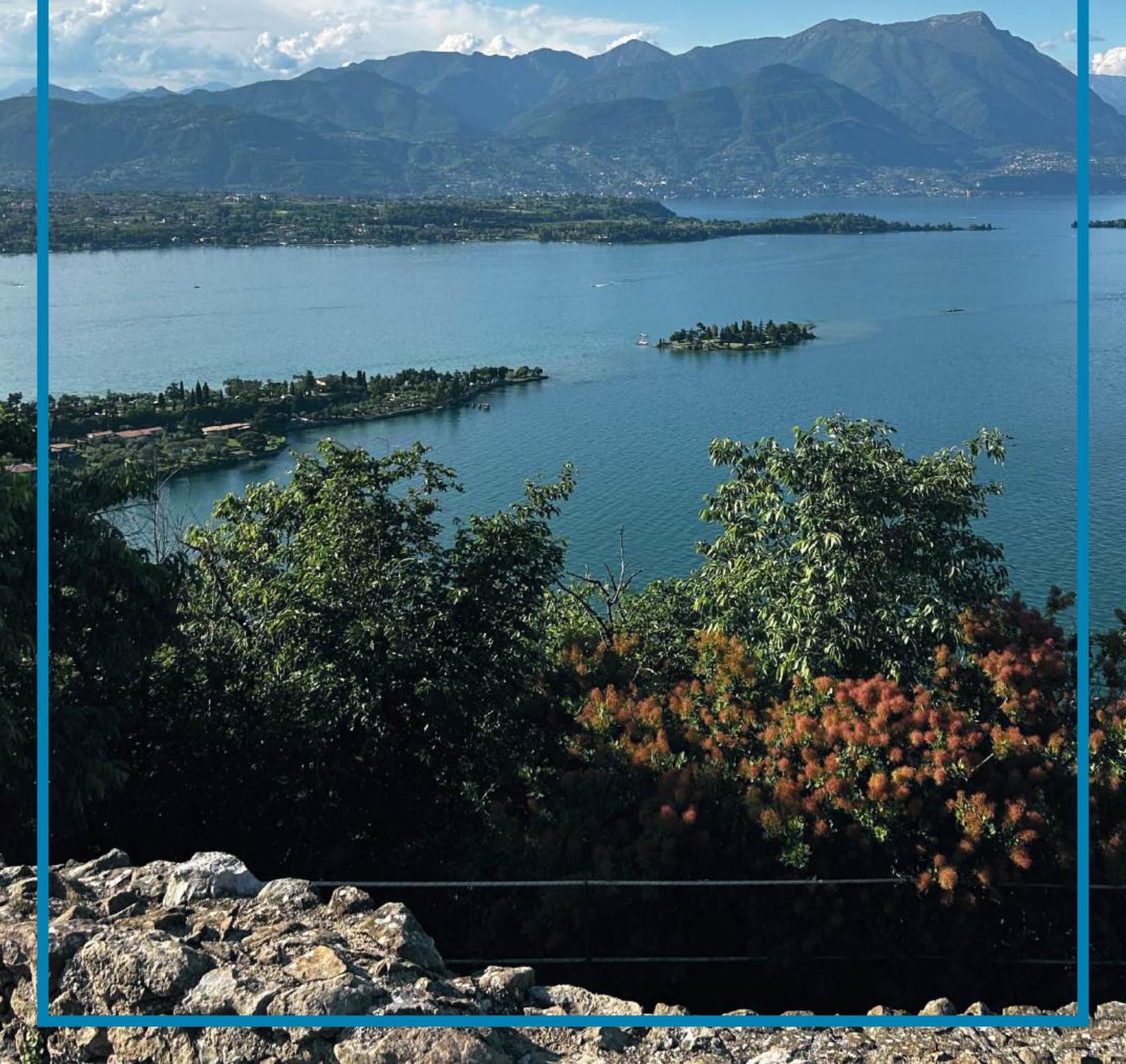


RELAZIONE GARDAMUSEI 2024



Il 2024 GardaMusei

“GardaMusei continua anche nel 2024 il percorso di valorizzazione culturale dell'intero lago di Garda e dei territori vicini in una visione globale ed unitaria.

In un mondo che corre sempre più veloce i nostri strumenti si sono via via adeguati e rinnovati; siamo quindi diventati più “social” per raggiungere ovunque e rapidamente i nostri potenziali visitatori.

Manteniamo tuttavia salde le nostre radici in un contesto territoriale tra i più caratteristici ed apprezzati. In tal senso risulta di particolare rilevanza la diretta collaborazione avviata con la Comunità del Garda ed il Consorzio Garda Lombardia. Insieme rafforzeremo ulteriormente l'immagine delle nostre comunità e delle bellezze che vi custodiamo, oltre a far conoscere meglio i servizi e gli itinerari che proponiamo agli ospiti.

A tutti l'auspicio di un 2025 felice e positivo.”

Mauro Carrozza
Presidente

“L'adesione reciproca fra Comunità del Garda, Consorzio Lago di Garda Lombardia e GardaMusei è un passo di decisiva importanza per la nostra associazione e per tutto il lago: dimostra la bontà dell'idea che ha portato alla creazione di GardaMusei e le sue enormi possibilità di sviluppo in una sana collaborazione fra enti e istituzioni.

L'adesione del Muse, il più importante e innovativo museo di storia naturale italiano, amplia le nostre possibilità turistico-culturali e rafforza la nostra presenza in Trentino.

Il resto dell'attività si commenta da solo, con una puntigliosa, organica, efficiente gestione sempre più estesa per temi e strumenti.

Buon 2025 a tutti noi.”

Giordano Bruno Guerri
Direttore Generale

Nuove realtà a sostegno di GardaMusei

Nel 2024 hanno aderito a GardaMusei **3 nuovi soci**.

In maggio è stato concluso l'accordo con il **Consorzio Lago di Garda Lombardia**, importante ente di promozione turistica della sponda bresciana del lago di Garda che entra nella compagine di GardaMusei accogliendo, a sua volta, la nostra associazione tra i propri associati.

La collaborazione ha subito trovato terreno fertile avviando uno scambio mirato a potenziare il portale One Garda Ticket con proposte culturali e turistiche integrate tra i due enti e garantendo un'ancor più ampia selezione tra percorsi museali, naturalistici e esperienziali.

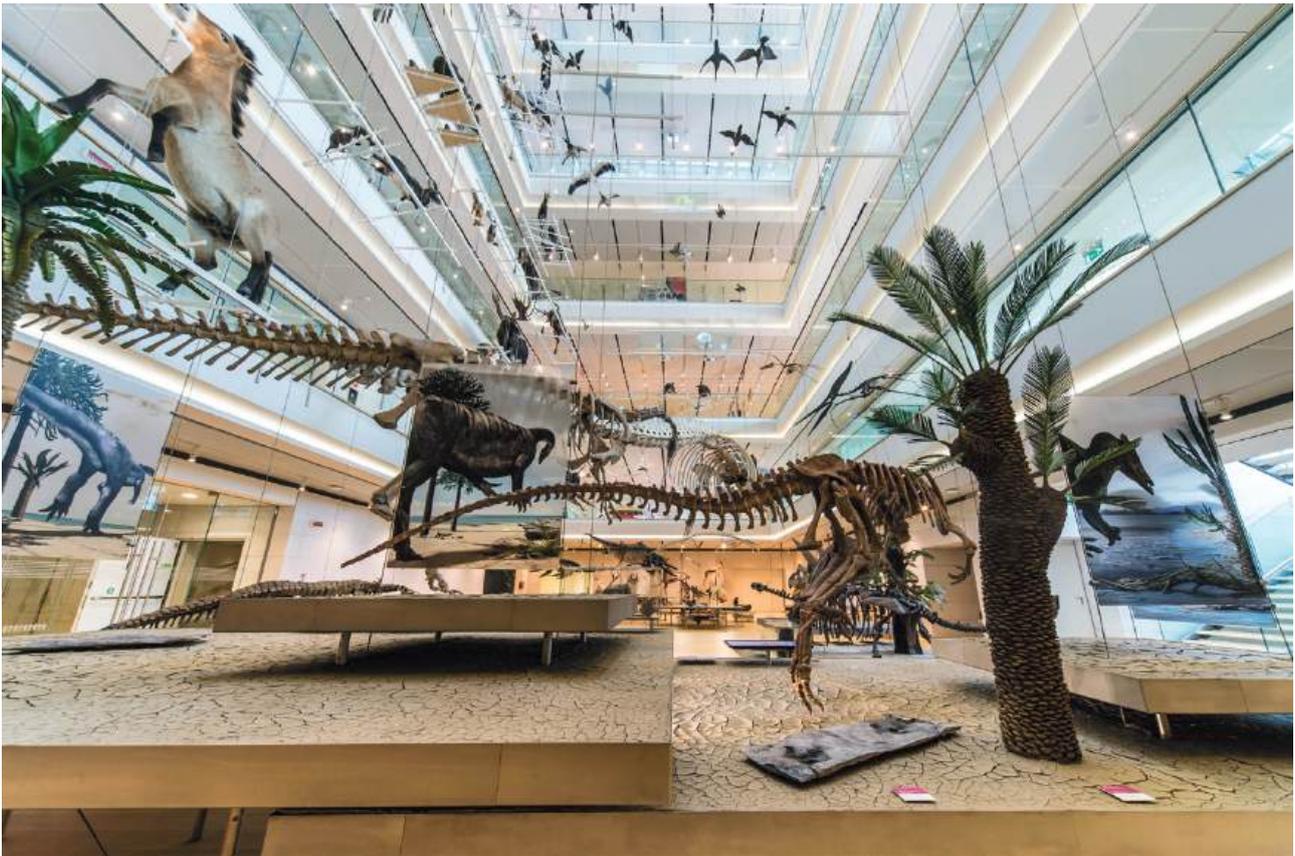
In settembre anche la **Comunità del Garda** ha stretto un accordo con GardaMusei per la reciproca adesione tra enti. La Comunità del Garda si occupa di territorio e ambiente, di qualità delle acque e di sicurezza, di viabilità e di trasporti, di cultura, di agricoltura, sicurezza e navigazione comprendendo 55 Comuni nelle Province di Brescia, Mantova, Trento, Verona.



Sempre nel mese di settembre ha aderito come socio ordinario a GardaMusei anche il **MUSE**, il Museo delle Scienze di Trento. Inaugurato nel luglio 2013 nell'area ex Michelin, il MUSE coniuga il tradizionale approccio dei musei di storia naturale con le nuove modalità di interazione dei più moderni science centre, con exhibit interattivi e installazioni multimediali.

Il MUSE è inoltre capofila di una rete di istituzioni museali e centri di ricerca diffusi sul territorio trentino e non solo, che persegue l'innovazione della

didattica, della divulgazione e delle metodologie di educazione permanente.



Particolare menzione per chi ha scelto di sostenere il progetto One Garda Ticket pur non essendo un associato GardaMusei: Cantina Averoldi, Cantina Cobue, Cantina Perla del Garda, Comune di Mantova, Fondazione Brescia Musei, Fondazione Palazzo Te, Museo Diocesano Francesco Gonzaga, Limonaia Pra dela Fam, Museo Nicolis, Shakespeare Interactive Museum, Villa Medici del Vascello.

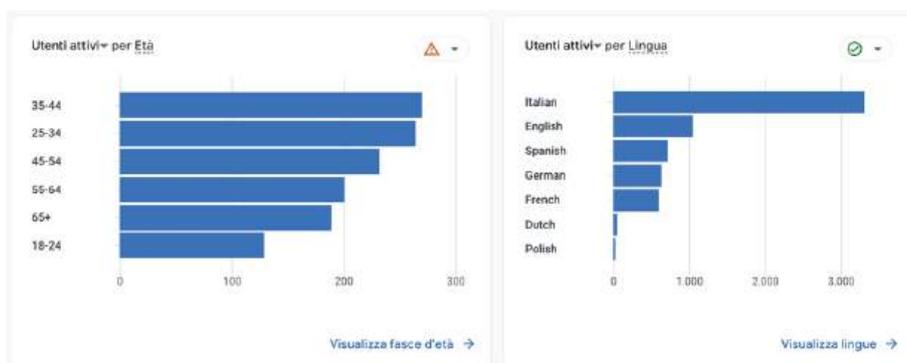
Attività dell'associazione

- **One Garda Ticket**

Nel 2024, il portale di bigliettazione unica **One Garda Ticket** ha registrato un significativo aumento nel numero di utenti che hanno scelto la piattaforma per acquistare biglietti per musei, spazi culturali e altre attrazioni del lago di Garda. Questo traguardo rappresenta un passo importante nel consolidamento del portale come strumento digitale per la promozione turistica e culturale del territorio, nonché un segno tangibile della crescente fiducia dei visitatori nel servizio offerto.



Come mostrato dai grafici sopra riportati, il portale ha ricevuto 32.239 visualizzazioni da gennaio a dicembre, con alcuni picchi significativi che suggeriscono momenti di maggiore attività, probabilmente legati a eventi stagionali, campagne promozionali o aumenti del traffico turistico, mostrando come vi sia una correlazione tra l'attività del portale e il flusso turistico della zona.



La fascia predominante di utenti sul portale è composta da persone di età compresa tra i 35 e i 44 anni, verosimilmente pratici di portali di prenotazione online e turisti in cerca di suggerimenti per mete culturali e turistiche. Segue la fascia di età tra i 25 e i 34 anni e successivamente quella tra i 45 e 54 anni. Questo potrebbe indicare un bacino d'utenza in grado di gestire il proprio viaggio in autonomia e con risorse economiche tali da poter programmare

la propria vacanza con anticipo.

Paese	Utenti attivi	Nuovi utenti	Sessioni con coinvolgimento	Tasso di coinvolgimento	Sessioni con coinvolgimento per utente attivo	Durata media del coinvolgimento per utente attivo
Totale	6.652 100% del totale	6.634 100% del totale	4.026 100% del totale	51,07% Uguale alla media	0,61 Uguale alla media	1 m 18 s Uguale alla media
1 Italy	3.767	3.727	2.926	58,02%	0,78	1 m 05 s
2 Spain	785	786	294	31,99%	0,37	21 s
3 Germany	417	411	212	48,62%	0,51	45 s
4 France	402	398	195	42,12%	0,49	38 s
5 United States	319	320	42	14,29%	0,13	1 m 05 s
6 Ireland	78	78	12	15%	0,15	11 s
7 United Kingdom	66	65	45	56,96%	0,68	1 m 46 s
8 Belgium	64	63	49	63,64%	0,77	1 m 01 s
9 Switzerland	53	53	32	52,46%	0,60	33 s
10 Austria	40	40	26	56,52%	0,65	29 s

La provenienza degli utenti che in questo anno hanno interagito con il portale One Garda Ticket è prevalentemente dall'Italia (58,02%), seguiti da utenti spagnoli, tedeschi, francesi e americani, in linea con l'andamento del turismo sul territorio.

- **La nuova collaborazione con la Fondazione Brescia Musei**



Nel luglio 2024 la **Fondazione Brescia Musei** si è unita alla compagine di One Garda Ticket arricchendo ulteriormente un'offerta culturale e turistica di grande valore. Il Biglietto Unesco (Museo Santa Giulia + Brixia. Parco Archeologico di Brescia Romana), il Biglietto Castello (Museo delle Armi Luigi Marzoli + Museo del Risorgimento Leonessa d'Italia) e il biglietto della Pinacoteca Tosio Martinengo possono ora essere abbinati ai biglietti

degli oltre 50 musei, parchi monumentali e siti archeologici presenti sulla piattaforma, insieme ai principali luoghi di produzione dei prodotti tipici e alle limonaie storiche. Dal Vittoriale degli Italiani a Palazzo Te a Mantova, passando per il Museo del Violino di Cremona e molti altri.

- **La nuova collaborazione con Sportit per lo scambio di visibilità e servizi con il portale Discovera**

In agosto 2024 un nuovo accordo con Sportit ha consentito di unire i servizi proposti da One Garda Ticket a quelli proposti dalla nuova **piattaforma Discovera**,



realizzata in collaborazione con Trenord. La piattaforma infatti, propone pacchetti esperienziali comprensivi di viaggio in treno da qualunque stazione della Lombardia, viaggio in battello (fornito da Navigazione Laghi - Lago di Garda) e ingresso ai musei del territorio. GardaMusei ha dunque avviato la collaborazione fornendo biglietti di ingresso al Vittoriale degli Italiani per tramite di One Garda Ticket e avviando una campagna di adesione mirata ad ampliare le collaborazioni per entrambi i portali nel 2025.

La piattaforma infatti, propone pacchetti esperienziali comprensivi di viaggio in treno da qualunque stazione della Lombardia, viaggio in battello (fornito da Navigazione Laghi - Lago di Garda) e ingresso ai musei del territorio. GardaMusei ha dunque avviato la collaborazione fornendo biglietti di ingresso al Vittoriale degli Italiani per tramite di One Garda Ticket e avviando una campagna di adesione mirata ad ampliare le collaborazioni per entrambi i portali nel 2025.

- **Una Notte un Museo. La scoperta e la riscoperta dei luoghi della cultura attraverso esperienze multisensoriali**

In ottobre GardaMusei si è unita al progetto della Fondazione Provincia di Brescia Eventi intitolato **Una Notte un Museo. La scoperta e la riscoperta dei luoghi della cultura attraverso esperienze multisensoriali**. Il progetto, giunto alla sua seconda edizione, ha coinvolto infatti i soci Museo Il Divino Infante e l'Ecomuseo della Valvestino.



Il progetto, giunto alla sua seconda edizione, ha coinvolto infatti i soci Museo Il Divino Infante e l'Ecomuseo della Valvestino.

Il progetto ha visto la realizzazione di brevi video in notturna all'interno delle sedi selezionate, con narrazione guidata dalla voce dell'attore bresciano Luciano Bertoli e

immagini riprese con la sola luce di una torcia, per valorizzare gli elementi

di spicco del museo. In una seconda fase, sono state poi organizzate dalla Fondazione una serie di visite guidate sensoriali, grazie anche alla collaborazione con UICI *Unione Italiana Ciechi* e *Ipovedenti ETS Sezione Brescia e Arte con Noi*.

- **Io ho quel che ho donato. Un progetto con la Comunità del Garda**

Il progetto **Io ho quel che ho donato**, in collaborazione con la Comunità del Garda, avviato nell'ottobre 2023, è proseguito anche in tutto il 2024 attraverso la realizzazione di nuovi video promozionali presso le sedi GardaMusei. E' stata dunque la volta di: Museo Il Divino Infante, Museo Archeologico di Cremona, Museo Civico Ala Ponzone, Museo del Violino, Museo Archeologico della Valtenesi, Palazzo Wimmer, Casa del Mantegna, Museo del Risorgimento di Oliosì, Musei di Peschiera del Garda e MuSa - Museo di Salò. I video sono disponibili per la visione su Youtube e sul sito di GardaMusei.

Museo Civico Ala Ponzone



Museo del Violino



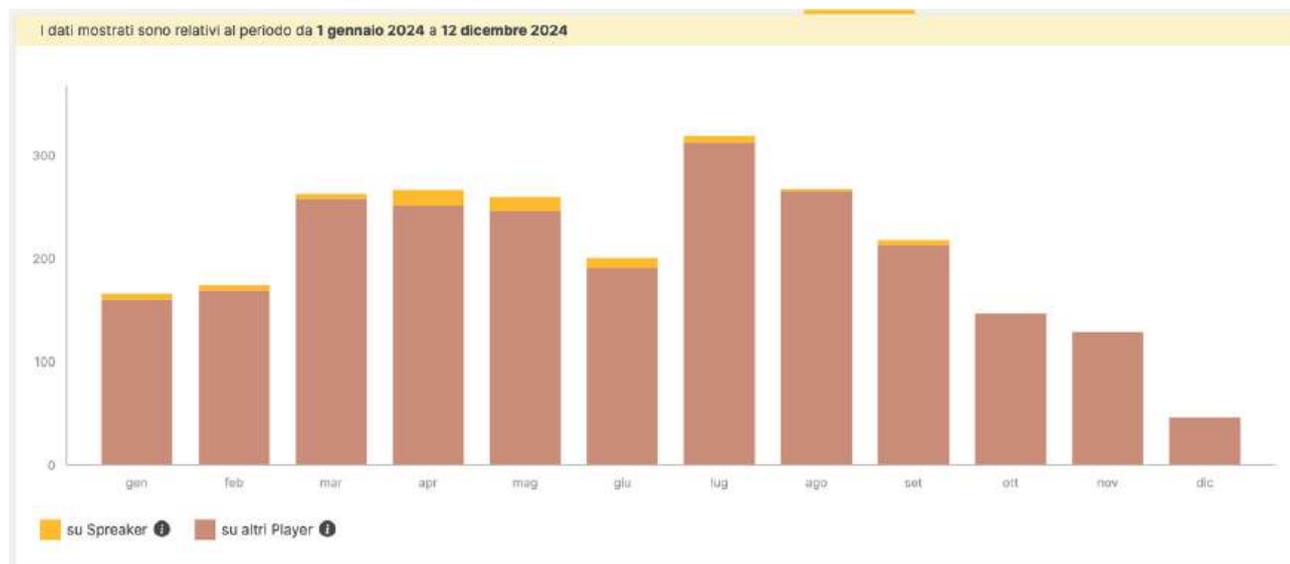
Museo Civico Archeologico della Valtenesi



- **Podcasts GardaMusei**

Il progetto **Podcasts GardaMusei**, avviato nel 2020 e ad oggi in continuo aggiornamento, ha registrato un aumento significativo degli ascolti confermandosi uno strumento molto utilizzato tra i giovani e non solo come supporto per visite guidate e viaggi sul territorio. La rapida crescita di questo strumento come supporto alla cultura è confermata dalle ultime statistiche pubblicate a livello italiano e internazionale: nel 2023, 424,2 milioni di persone in tutto il mondo ascoltavano podcast regolarmente, con una crescita

prevista fino a 505 milioni entro il 2024 (Statista, 2023). In Italia, il numero di ascoltatori di podcast è passato da 12,1 milioni nel 2019 a circa 16 milioni nel 2023, registrando un aumento del 32% in soli quattro anni (Ipsos, 2023) La narrazione è uno strumento potente per creare un legame emotivo con l'ascoltatore. I podcasts possono trasformare una visita in un'esperienza personale e arricchente, raccontando storie che difficilmente trovano spazio nei tradizionali pannelli informativi.



I dati mostrati sono relativi al periodo da 1 gennaio 2024 a 12 dicembre 2024

Podcast	Download
	2.458
	Download Network
Welcome to Lake Garda	1.181
Storie del Garda e dintorni	457
Storie del Garda per bambini	380
Willkommen am Gardasee	280
Sapori del Garda	90
Un insolito turista sul Garda	70

• Festival GardaLo! 2024

Anche nel 2024 GardaMusei si è impegnata nella realizzazione del **Festival GardaLo!**, giunto alla sua terza edizione e proiettato a una prossima che coinvolga tutte le sponde del lago di Garda.

Questa edizione, sviluppata nei primi due fine settimana di ottobre, ha visto incontri ripartiti, come nelle precedenti, nelle quattro sezioni multitematiche che compongono il Festival.

Apripista è stata la sezione giovani che sabato 5 ottobre, alle ore 21.00 nell'Anfiteatro del Vittoriale, ha proposto una lectio magistralis del filosofo Umberto Galimberti dal titolo *La condizione giovanile nell'età del nichilismo*, curata da Paola Veneto, seguita dal secondo appuntamento in programma, a cura di Giovanni Iozzia: domenica 6 ottobre, Massimo Canducci,



manager dell'innovazione e divulgatore delle tecnologie di frontiera, è salito bordo della motonave Tonale (collegamento da Sirmione a Garda) accompagnando la navigazione con un dialogo attorno a *Pezzi di futuro. La nostra vita con l'intelligenza artificiale*.

Il weekend successivo è stata invece la volta dell'appuntamento per la sezione spettacolo che, sabato 12 ottobre, ha visto protagonista sulla motonave Brennero (collegamento da Salò a Sirmione) Giovanni Truppi, cantautore e autore del libro *L'avventura (La Nave di Teseo, 2021)*. Il giorno seguente, domenica 13 ottobre, sulla motonave Andromeda (da Desenzano del Garda a Bardolino) ha avuto luogo invece l'appuntamento conclusivo del Festival, curato da Luigi Mascheroni per la sezione letteratura e con ospite Alain Elkann per la presentazione del suo nuovo libro *Il silenzio di Pound* (Bompiani).



• Tirocini universitari

GardaMusei ogni anno collabora con il Vittoriale degli Italiani nella proposta di un **progetto didattico** a istituti di ogni ordine e grado. Quest'anno il progetto ha avuto come titolo *Bellezza senza tregua* e ha coinvolto oltre 400 studenti di tutta Italia.

L'associazione è stata **attiva anche in ambito universitario**,

incrementando e rafforzando la collaborazione con gli atenei territoriali. Grazie alle convenzioni stipulate infatti molti studenti hanno scelto di attivare il proprio tirocinio curricolare con GardaMusei, incuriositi dal mondo culturale e attratti dal territorio del quale GardaMusei si occupa.

I progetti realizzati con i ragazzi tirocinanti di GardaMusei sono stati studiati, come ogni anno, su misura rispetto al loro percorso di studi, alla loro formazione e alle loro competenze, con l'obiettivo di introdurli nel mondo lavorativo con un approccio professionale e efficiente.

Alcuni dei ragazzi hanno inoltre avuto la possibilità di spostarsi sul territorio, accedere alle realtà culturali associate, e realizzare contenuti digitali di alto livello occupandosi di tutto l'iter creativo, dall'ideazione della campagna promozionale alla realizzazione di scatti fotografici e video fino alla pubblicazione su social e sito.



- **Promozione sul territorio**

Anche nel 2024 GardaMusei si è occupata della promozione dei propri associati attraverso la presenza con materiale promozionale in diversi ambiti. In maggio, insieme alla Fondazione Il Vittoriale degli Italiani, GardaMusei è stata presente al **Salone Internazionale del Libro di Torino** dove sono state distribuite cartoline informative sui soci e sui progetti in corso.

Il materiale relativo al progetto One Garda Ticket è stato distribuito sul

territorio gardesano e dintorni per tutta la stagione estiva, raggiungendo attività commerciali, alberghi e infopoint.

Nell'infopoint di Brescia Centro (Piazza del Foro), grazie alla collaborazione della Fondazione Provincia di Brescia Eventi, sono stati presenti per tutto l'anno due roll-up di GardaMusei con informazioni e QR code sui progetti dell'associazione. Nel mese di settembre è stata organizzata una conferenza stampa nella quale sono state annunciate le collaborazioni con la Comunità del Garda e con il Consorzio Lago



di Garda Lombardia, con la presenza della presidente della Comunità del Garda Sen. Mariastella Gelmini, del vicepresidente del Consorzio Lago di Garda Lombardia Flaviano Mattiotti e della direttrice del Consorzio Daiana Cominotti.

Il Giornale del Garda ha inoltre supportato GardaMusei e One Garda Ticket attraverso alcune inserzioni promozionali nel corso dell'anno che, grazie alla distribuzione su tutto il territorio, hanno contribuito ad aumentare la visibilità dell'associazione.

Il bilancio

Tutte le scelte e tutte le strategie sono ideate per fare in modo che l'oggetto sociale e le indicazioni date dall'assemblea dei soci trovino le giuste coperture economiche e ne garantiscano la gestione futura.

Negli anni si è evidenziata la necessità di coprire un costo "strutturale" dato dai compensi e dalle spese imprescindibili all'associazione utili all'attività caratterizzante e l'esigenza di trovare le risorse necessarie per sviluppare nuovi progetti. Questo viene raggiunto principalmente con il costante **ampliamento della compagine associativa** che garantisce il flusso di cassa necessario e negli anni ha permesso di poter accantonare gli importi necessari per poter affrontare progetti più impegnativi.

Per quanto riguarda il **progetto One Garda Ticket**, avviato nel 2023, anche grazie all'aggiudicazione di un bando GAL, l'associazione non prevede trattenute nella vendita e ne gestisce il funzionamento attraverso il personale regolarmente in servizio.

Il bilancio 2024 di GardaMusei risulta dunque in linea con quelli precedenti.

Social Network

Anche nel 2024 i canali social di GardaMusei hanno avuto un ruolo di

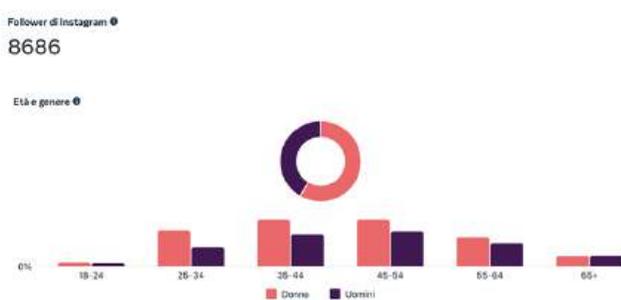
primaria importanza per la promozione delle attività dell'associazione e dei suoi soci. I social network continuano a rappresentare uno strumento fondamentale per intercettare turisti italiani e stranieri, far conoscere loro l'associazione e interagire. Unitamente al sito web, che di settimana in settimana viene aggiornato con notizie e programmazione di eventi, anche i social network vengono costantemente aggiornati con contenuti di rimando oppure con contenuti originali GardaMusei.

A partire dal gennaio 2024, ai profili social di **GardaMusei**, utilizzati per la promozione generica di soci, attività e progetti dell'associazione, sono stati affiancati nuovi profili - Instagram e Facebook - dedicati esclusivamente al portale **One Garda Ticket**. La scelta di gestire profili separati per le due attività è nata dalla volontà di dare al portale One Garda Ticket una sua identità, consentendo collaborazioni e scambi con GardaMusei e con le altre realtà aderenti, senza tuttavia confonderne l'immagine. La scelta, a cui ha conseguito un rafforzamento del lavoro sul fronte social dovuto alla creazione di grafiche e contenuti specifici per i due diversi profili, ha consentito all'associazione di amplificare il proprio bacino d'utenza, di creare maggior scambio, di raggiungere turisti italiani e stranieri con contenuti vari e dinamici e di potenziare l'identità di un marchio che già nel suo primo anno di attività ha saputo attrarre anche enti non associati a GardaMusei.

1) Instagram

I profili Instagram sono seguiti da un pubblico prevalentemente femminile di età mista.

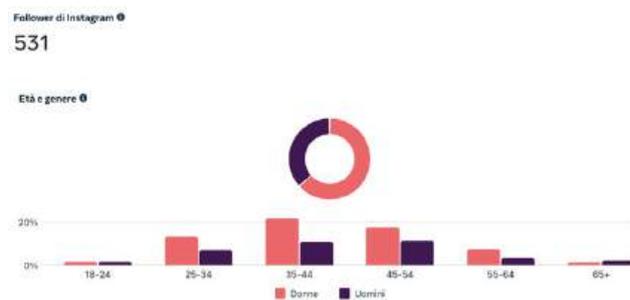
Profilo Instagram GardaMusei



Profilo Instagram GardaMusei



Profilo Instagram One Garda Ticket



Profilo Instagram One Garda Ticket





di condividere prevalentemente contenuti di tipo fotografico e video, con immagini panoramiche o dei singoli luoghi che si intende promuovere.

La promozione di eventi, riservata esclusivamente al profilo generico GardaMusei, è stata effettuata tramite lo strumento "storie", il migliore in termini di interazione con l'utente che può commentare, rispondere a sondaggi e quiz. Sullo stesso profilo, la promozione dei soci e delle attività dell'associazione è stata fatta invece tramite post, caroselli e reel, per i quali si registra un ottimo riscontro.

Su entrambi i profili gestiti dall'associazione è aumentata la **pubblicazione di**

contenuti in "collaborazione" con enti e istituzioni del territorio - associati e non. Questo ha consentito di amplificare in modo significativo le visualizzazioni dei contenuti e consolidare la fiducia degli utenti che percepiscono tali enti come istituzioni ufficiali a cui fare affidamento. Queste collaborazioni hanno inoltre rafforzato il legame con la comunità locale, mostrando un coinvolgimento diretto nelle iniziative e nei valori del territorio sia di GardaMusei che degli enti coinvolti.

Nel periodo estivo e in quello a ridosso del Natale, ossia quando le proposte culturali degli associati incrementano, sul profilo di GardaMusei sono state pubblicate rubriche settimanali mirate ad agevolare il turista nella visione panoramica delle attività a cui poter partecipare, spaziando sul territorio e proponendo un'ampia scelta corredata di indicazioni geolocalizzate.

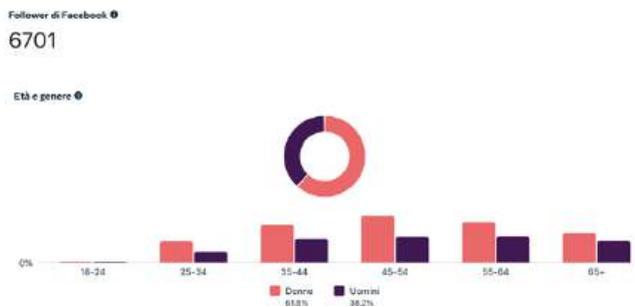
Per il periodo natalizio, tra dicembre 2024 e gennaio 2024, è stato ripreso il format **#natalegardamusei2024** che, come ogni anno, invita i seguaci a scoprire il territorio, visitare i musei e scattare fotografie condividendole con il tag specifico. L'obiettivo, oltre che di aumentare i flussi turistici, è quello di fidelizzare i seguaci stessi, invitandoli a interagire con GardaMusei e contribuire alla promozione attraverso contenuti originali e specifici sul tema natalizio, sfruttando dunque un periodo generalmente festivo, e dedicandosi maggiormente alla scoperta del territorio.



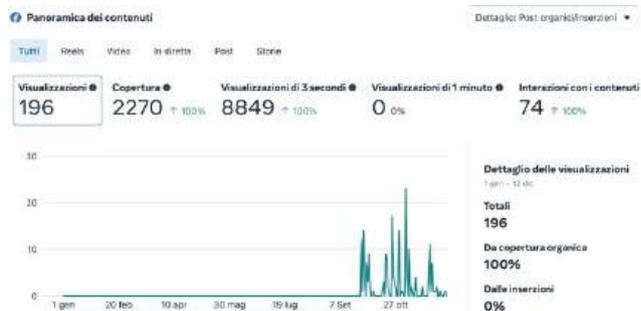
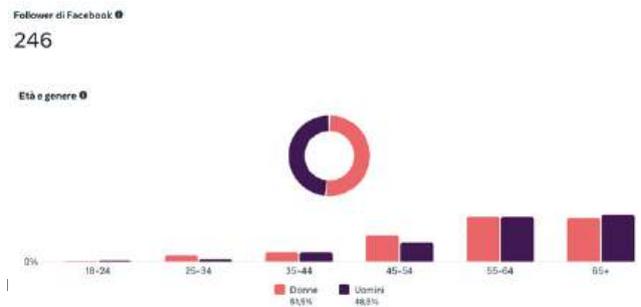
2) Facebook

Anche i profili Facebook risultano seguiti da un pubblico prevalentemente femminile di età mista.

Profilo Facebook GardaMusei



Profilo Facebook One Garda Ticket

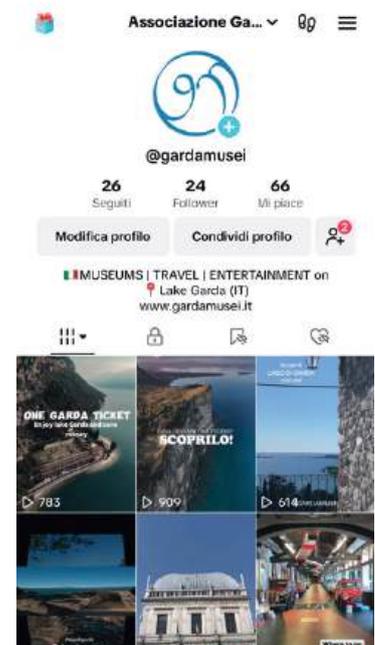


L'interazione con il pubblico di Facebook è senza dubbio differente da quella su Instagram. I contenuti caricati su Instagram vengono condivisi automaticamente anche sui rispettivi profili Facebook che tuttavia vengono talvolta integrati con la pubblicazione di locandine o grafiche che su Instagram, sulla base dell'esperienza pregressa, non otterrebbero le stesse visualizzazioni anche in virtù della difficoltà di inserimento dei link all'evento o alla prenotazione.

In linea generale, su Facebook la pubblicazione dei contenuti è mirata alla condivisione su gruppi specifici (su base territoriale o tematica).

3) Tiktok

GardaMusei ha attivato un profilo Tiktok, finalizzato al raggiungimento di un target di utenti molto giovane, sul quale condivide contenuti video legati sia all'attività associativa che a One Garda Ticket.



Newsletter

L'invio di comunicazioni specifiche agli utenti iscritti alla mailing list di GardaMusei avviene prevalentemente nei periodi con maggiore densità di eventi, ossia da maggio a ottobre e nel periodo natalizio. La lista dei contatti dell'associazione - provenienti da iscrizione volontaria alla mailing list tramite acquisto di tessera GardaMusei - conta oggi circa 10.000 contatti, comprensivi di enti associati, esercizi commerciali, alberghi e infopoint.

La struttura delle comunicazioni varia in funzione alla tematica trattata: le newsletter generiche di GardaMusei (bisettimanali in alta stagione) raggruppa locandine di eventi e appuntamenti culturali oltre che di mostre in corso nel periodo indicato, quelle relative a One Garda Ticket propongono invece pacchetti esperienziali acquistabili dal portale selezionati in base al periodo e alla proposta culturale e turistica in corso.

Su richiesta dei soci, GardaMusei prevede anche mail specifiche per alcuni eventi che richiedono prenotazione o che non godono in altro modo di forte visibilità.

Obiettivi per il 2025

Gli obiettivi GardaMusei 2025:

- **ampliamento dei servizi** offerti al turista e agli stessi associati;
- Ideazione, progettazione e realizzazione di nuove strategie di **promozione e valorizzazione culturale, turistica, ambientale e di marketing territoriale**;
- **promozione multimediale e mediatica** per un più forte posizionamento di contenuti e di immagine dell'associazione;
- continuo **miglioramento della propria attività** per la promozione dei soci attraverso nuove idee e nuovi progetti;
- **supporto al turista** nella visita sul territorio;
- creazione di **sinergie tra i soci** volte a amplificare e differenziare la proposta culturale;
- **incremento dell'attività con scuole e università** per garantire ai giovani studenti un'esperienza con GardaMusei e progetti formativi in ambito della cultura e del turismo.

Infine, non meno importante, nel 2025 andrà a regime - per portare risultati importanti - l'accordo di collaborazione con il Consorzio Lago di Garda Lombardia e la Comunità del Garda.