

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1574 del 25/05/2026

Dalle 45mila presenze ai 2,1 milioni di utenti unici raggiunti dal digitale: un bilancio da record per la 21esima edizione

Tutti i numeri del Festival dell'Economia di Trento 2026

Si è chiusa con un bilancio estremamente positivo la 21ª edizione del Festival dell'Economia di Trento, dedicata al tema “Dal mercato ai nuovi poteri. Le speranze dei giovani”. Per cinque giorni la città è stata il centro del dibattito economico, politico e sociale internazionale, accogliendo oltre 830 relatori e più di 350 eventi nelle 18 sale e 4 piazze cittadine coinvolte, in un'edizione che ha registrato una partecipazione straordinaria di pubblico, confermando la crescita costante del “popolo dello scoiattolo”. Appuntamento nel 2027 con la prossima edizione, sempre 5 giornate da martedì 18 maggio a sabato 22 con una grande festa serale.

In un contesto in cui il dibattito economico rischia spesso di rimanere confinato a una dimensione specialistica, il Festival dimostra invece come sia possibile trasformare contenuti complessi in occasioni diffuse di partecipazione civica, consapevolezza e crescita culturale confermando il ruolo di Trento come luogo autorevole di confronto aperto, pluralista e internazionale, capace di unire approfondimento, partecipazione e territorio in una manifestazione sempre più centrale nel panorama europeo degli eventi economici e culturali. Grande attenzione hanno raccolto i panel dedicati a geopolitica, intelligenza artificiale, energia, giovani e lavoro, con la presenza di 147 accademici, 35 economisti, 126 protagonisti delle istituzioni nazionali e internazionali e 129 esponenti della business community economica e finanziaria, 20 ministri e 5 Premi Nobel. Molto partecipati anche gli appuntamenti del Fuori Festival, che hanno coinvolto giovani e famiglie con incontri, momenti di divulgazione, spettacoli, le dirette-evento di Radio 24 e i live di 24Ore Podcast. Grande interesse anche per i panel di Economie dei Territori e degli Incontri con l'autore.

Un festival rivolto ai giovani fin dal titolo e che li ha resi protagonisti dando loro spazio e voce direttamente sul palco grazie all'iniziativa “Call for Ideas Le voci del domani”: 14 giovani tra i 18 e i 30 anni sono stati selezionati dal Comitato Scientifico del Festival, tra le centinaia di candidature pervenute, come speaker del Festival.

Copertura mediatica del Festival dell'Economia

L'edizione 2026 del Festival dell'Economia di Trento 2026 ha confermato la crescente capacità della manifestazione di parlare contemporaneamente al grande pubblico, alle nuove generazioni, al mondo scientifico e accademico e ai principali media nazionali e internazionali. Un risultato costruito attraverso una strategia integrata di comunicazione, capace di coniugare approfondimento, divulgazione e presidio informativo in tempo reale. Accanto alla qualità dei contenuti proposti, il Festival ha infatti rafforzato il proprio posizionamento anche sul piano digitale e mediatico, ampliando il coinvolgimento delle community online e registrando una copertura stampa senza precedenti. Numeri, partecipazione e attenzione mediatica testimoniano il ruolo sempre più centrale del Festival nel dibattito economico, culturale e sociale del Paese.

Il Festival sulle piattaforme digitali

I risultati digitali del Festival dell'Economia 2026 confermano la capacità della manifestazione di essere piattaforma permanente di dibattito e partecipazione pubblica.

Particolarmente rilevante l'impatto sulle nuove generazioni: attraverso una strategia editoriale accessibile e il coinvolgimento mirato di creator autorevoli, il Festival è riuscito a portare contenuti complessi fuori dai circuiti specialistici, rendendoli fruibili, condivisibili e culturalmente rilevanti per community ampie e trasversali. Un risultato che rafforza il posizionamento del Festival come punto di riferimento non solo istituzionale e culturale, ma anche digitale e generazionale.

I risultati confermano la forza di questo ecosistema narrativo: oltre 3,2 milioni di visualizzazioni complessive dei contenuti organici (+52% rispetto al 2025) e più di 2,1 milioni di utenti unici raggiunti dimostrano non solo un aumento della visibilità, ma soprattutto la capacità del Festival di generare dibattito, confronto e coinvolgimento autentico attorno ai grandi temi contemporanei. Un traguardo costruito attraverso una strategia editoriale articolata, con 625 contenuti pubblicati sui quattro canali ufficiali — Instagram, Facebook, LinkedIn e X — pensati per rendere accessibili e rilevanti i grandi temi economici anche per pubblici non specialistici.

Particolarmente significativo il livello di partecipazione generato dalla community: oltre 70.546 interazioni spontanee (+118% rispetto alla precedente edizione), con più di 31.326 “Mi piace”, 1.978 commenti, 5.378 condivisioni e 1.875 salvataggi. Numeri che testimoniano non soltanto la visibilità dell'evento, ma soprattutto la capacità del Festival di stimolare confronto, approfondimento e coinvolgimento attivo attorno ai contenuti proposti. L'Engagement Rate medio del 3,3% — dato ancora parziale e in aggiornamento — conferma la qualità della relazione costruita con il pubblico digitale.

A rafforzare ulteriormente questa capacità di dialogo si è aggiunta una strategica attività di influencer marketing, sviluppata con l'obiettivo di avvicinare il Festival ai linguaggi e agli interessi delle nuove generazioni. Il coinvolgimento di creator e profili autorevoli nell'ambito della divulgazione economica, finanziaria e tecnologica — da Starting Finance a Il Punto Economico, passando per Economika, Pillole di Economia, University Network e Techy Ita — ha permesso di amplificare il racconto del Festival all'interno di community altamente profilate e partecipative.

Gli oltre 70 contenuti realizzati dai creator hanno generato autonomamente oltre 2,27 milioni di visualizzazioni e raggiunto 1,26 milioni di utenti unici, con più di 42.600 interazioni complessive, 2.700 salvataggi e generato 2.000 sessioni al sito. Un risultato che conferma l'efficacia della strategia digitale adottata e la capacità del Festival dell'Economia di parlare ai giovani con autenticità, credibilità e strumenti coerenti con le modalità contemporanee di fruizione dell'informazione.

L'amplificazione dei contenuti del Festival sulla piattaforma crossmediale del Gruppo Il Sole 24 ORE

Grande l'amplificazione prodotta dalla copertura degli eventi del Festival e del Fuori Festival su tutti i canali social del Gruppo Il Sole 24 ORE – Il Sole 24 Ore, Radio 24, 24 ORE Eventi, 24 ORE Cultura e 24 ORE System - che raggiunge in totale oltre 10 milioni di utenti.

Risultati di rilievo sul fronte dell'audience digitale: gli eventi in diretta streaming sul sito del Sole 24 Ore hanno raggiunto il milione di visualizzazioni, mentre la copertura e il commento live delle 5 giornate sono stati seguiti da oltre 200.000 utenti, raddoppiati rispetto allo scorso anno. La rilevanza dei temi affrontati e degli ospiti intervenuti è confermata anche dal numero degli utenti che sono transitati sul sito del Sole 24 Ore, che ha quasi raggiunto i 4 milioni nei giorni del Festival. Successo anche per 24Ore Podcast: il palinsesto live di 6 puntate tra podcast originali prodotti da Il Sole 24 Ore e da Radio 24, tra cui le puntate dei podcast quotidiani del Sole “Start” e “Macro”, le puntate speciali di “Tecno” e di “2024” e la prima puntata della nuova stagione di “Materie”, hanno trainato anche gli ascolti online, che hanno fatto registrare 100.000 audio stream.

Straordinario risultato di diffusione anche per i contenuti realizzati su tutti i canali social del Gruppo Il Sole 24 ORE e, che hanno totalizzato 6 milioni e mezzo di visualizzazioni, trainate soprattutto dalla copertura

video su Instagram. A riscuotere il maggiore interesse del pubblico sono stati i contributi dei premi Nobel, le dichiarazioni dei Ministri e dei principali esponenti della politica italiana e le interviste agli ospiti del Fuori Festival, nonché la Rassegna Stampa mattutina con i Vice Direttori del quotidiano, live da Trento.

Il Gruppo Il Sole 24 ORE ha inoltre scelto il palco internazionale del Festival per presentare l'innovativo progetto 24ORE NextMed, dedicato al Mediterraneo Allargato, una piattaforma editoriale strategica di rilievo internazionale pensata per connettere imprese, istituzioni e stakeholder lungo l'asse Europa-Balceni-Africa-Paesi del Golfo attraverso un ecosistema di contenuti multicanale e un Osservatorio permanente dedicato all'analisi degli scenari geopolitici ed economici e alla costruzione di relazioni tra attori pubblici e privati.

Relazione con i media e ufficio stampa

Sul fronte dell'informazione, l'Ufficio stampa della Provincia autonoma di Trento, in coordinamento con gli uffici stampa del Gruppo Il Sole 24 ORE e di Trentino Marketing, ha coinvolto oltre un centinaio tra giornalisti, addetti amministrativi e di segreteria, operatori video, fotografi, tecnici informatici e personale dedicato alla comunicazione. Un lavoro reso possibile anche grazie al supporto del Tavolo della Comunicazione del sistema trentino, coordinato dall'Ufficio stampa provinciale, e degli addetti stampa delle realtà territoriali.

Nel corso del Festival sono stati realizzati 160 comunicati stampa insieme a circa 7.000 scatti fotografici prodotti e selezionati per la comunicazione ufficiale dell'evento. Complessivamente sono state inoltre realizzate 49 interviste e 65 service video dedicati agli appuntamenti del programma oltre a più di 30 Punti Stampa con autorità nazionali e internazionali. Sono stati 1.359 gli iscritti alla newsletter media del Festival. L'edizione 2026 ha inoltre fatto registrare il numero record di giornalisti e operatori accreditati: 456 complessivamente, di cui 250 presenti a Trento, con inviati delle principali testate locali e nazionali. I primi dati della rassegna stampa contano ad oggi oltre 950 articoli pubblicati sulla carta stampata, circa 4000 articoli web e 269 servizi radiotelevisivi, in netta crescita rispetto allo scorso anno. Una copertura ampia e costante da parte delle testate locali e nazionali, che hanno raccontato in tempo reale l'evoluzione di un Festival ricco di contenuti e occasioni di confronto, confermandone la centralità nel dibattito italiano e internazionale.

Il Gruppo 24 ORE, presente con oltre 300 persone tra redazione e azienda, ha messo in campo tutta la sua capacità di produzione informativa per raccontare le giornate del Festival realizzando cinque inserti dedicati alla manifestazione, a partire da giovedì 21 maggio fino a martedì 26 maggio, un super-dossier online sul sito del Sole 24 Ore. Ancora più elevato il coinvolgimento dei giornalisti del Sole 24 Ore e dell'Agenzia di Stampa Radiocor per garantire massima copertura all'evento in coordinamento con la redazione multimediale, che hanno alimentato le piattaforme digitali, i canali social e il nuovo canale televisivo satellitare IlSole24OreTV, che ha seguito da vicino eventi, appuntamenti e protagonisti del Festival e del Fuori Festival con una narrazione video continua fatta di live, backstage e storie, tra format originali e contenuti dedicati.

Radio 24, oltre ai 3 spettacoli live e l'appuntamento sold out con La Zanzara al Teatro Sociale, ha trasmesso dal nuovissimo palco-truck in Piazza Fiera le dirette dei programmi in palinsesto permettendo al pubblico di Trento di incontrare i propri conduttori preferiti e di vivere dal vivo le emozioni della radio live e del dietro le quinte, a cui si sono aggiunte la sera le registrazioni live dei podcast del Gruppo. Sempre in Piazza Fiera ha debuttato, novità 2026, Casa Sole, un nuovo spazio di incontro e dialogo con il pubblico, che ha partecipato con interesse alle iniziative di engagement pensate proprio per i lettori: dalla ruota dei premi del Sole alla box dell'Esperto Risponde.

L'edizione 2026 del Festival ha registrato anche il record storico di partner della manifestazione: 64 Business Partner e 12 Media Partner, che vedono oltre a Il Sole 24 Ore, ilsole24ore.com, Radio 24, l'agenzia di stampa Radiocor e IlSole24OreTV, la piattaforma LinkedIn Notizie, Sky Tg 24, Financial Times, lo spagnolo ElEconomista.es, l'olandese De Telegraaf, il danese Politiken, il giapponese Yomiuri Shimbun, il cinese Wenhui Daily, a testimonianza dell'interesse sempre più internazionale suscitato dal Festival dell'Economia di Trento.

Fuori Festival: successo di intrattenimento, divulgazione e innovazione per tutte le età

Grande successo anche quest'anno per il Fuori Festival, il palinsesto ideato cinque anni fa per avvicinare all'economia e ai grandi temi dell'attualità il pubblico più ampio e trasversale dei giovani e delle famiglie attraverso il coinvolgimento di divulgatori, talent, creativi e protagonisti della cultura contemporanea. Tra i più seguiti dal pubblico, i divulgatori scientifici Mario Tozzi e Gabriella Greison, gli appuntamenti dedicati all'educazione finanziaria, come Young Finance, all'economia sociale con Luca Trapanese e alla cultura con Edoardo Prati, studente e content creator con milioni di follower.. Grande interesse anche per gli incontri con Nicoletta Carbone di Radio 24 dedicati a benessere e salute mentale.

Sul fronte dell'intrattenimento, particolarmente apprezzati gli incontri-evento con Uto Ughi a Giovanni Allevi, per la musica classica, le serate con le cantanti Arisa e Angelica Bove, per la musica leggera, e con Elio e i comici di Zelig Lab, per lo spazio dedicato all'umorismo. Successo infine per le iniziative del MUSE dedicate ai più piccoli con tanti laboratori didattici e intrattenimento.

Occupazione turistica

Il Festival dell'Economia di Trento conferma anche nel 2026 il proprio impatto positivo sul sistema dell'accoglienza e sull'economia cittadina. Durante la settimana della manifestazione, l'occupazione alberghiera ha infatti superato il 95%, con presenze diffuse non solo nel capoluogo ma anche nelle aree limitrofe. Un risultato che testimonia la capacità del Festival di attrarre pubblico, relatori, operatori e visitatori da tutta Italia e dall'estero, generando ricadute concrete sul territorio. Benefici significativi si registrano anche per esercizi commerciali, ristorazione, servizi e tessuto imprenditoriale locale, che in quei giorni hanno visto aumentare flussi, consumi e occasioni di relazione, confermando il Festival come un importante motore di vitalità economica, sociale e culturale per la città di Trento.

Tecnologia e innovazione per la 21ª edizione del Festival

Il Festival opera per essere sempre più tecnologico e accessibile: sono stati circa 170 i tecnici audio e video impegnati nelle 22 location della manifestazione per garantire la copertura in live streaming e on-demand della quasi totalità degli appuntamenti in programma.

La distribuzione dei contenuti ai media accreditati e l'accesso a materiali foto e video sono stati gestiti attraverso una piattaforma in cloud dedicata, che ha facilitato la condivisione e diffusione dei contenuti da parte delle principali testate giornalistiche nazionali e internazionali.

Confermato anche il servizio di traduzione simultanea da remoto per tutti gli eventi in lingua non italiana, a supporto del pubblico del Festival.

Tra le principali novità di questa edizione, l'introduzione del servizio di trascrizione simultanea in italiano di oltre 110 eventi, disponibile sia durante le dirette streaming sia nei contenuti on-demand. Il servizio è stato inoltre reso fruibile in presenza sugli schermi della Sala Filarmonica e dell'Itas Forum, contribuendo a rendere il Festival ancora più inclusivo e accessibile.

Grande partecipazione di studenti e famiglie

Sono stati oltre 2.000 gli studenti delle scuole superiori della Provincia di Trento e da fuori Trento che hanno partecipato agli appuntamenti del Festival. Un interesse straordinario non solo nei tanti eventi a loro dedicati, ma anche in quelli più tecnici e scientifici in programma nelle diverse sale della manifestazione.

Tra il pubblico, oltre alla comunità scientifica, alla business community e ai giovani, tantissime le famiglie presenti, provenienti anche da fuori Trentino, che hanno particolarmente apprezzato le proposte del "Fuori Festival", arricchite quest'anno dal programma dedicato al MUSE. Per questa edizione il museo ha ampliato ulteriormente i propri spazi e le attività rivolte al pubblico, raddoppiando la proposta dal giovedì al sabato: oltre alle attività allestite negli spazi esterni, sono stati coinvolti anche gli ambienti della Lobby del museo.

Particolare attenzione è stata dedicata anche alla Giornata mondiale della biodiversità del 22 maggio, con appuntamenti e iniziative speciali organizzate insieme al MUSE sui temi della sostenibilità, della natura e della divulgazione scientifica.

Tra le iniziative più apprezzate anche la mostra dedicata alla rassegna internazionale di satira “Sorrisi dal Mondo”, curata dallo Studio d’Arte Andromeda di Trento e allestita negli spazi espositivi di Palazzo Trentini. Lo Studio d’Arte Andromeda ha inoltre curato laboratori di fumetto e disegno rivolti agli istituti scolastici, ai bambini e ai ragazzi, ospitati negli spazi del Cortile del MUSE, contribuendo a rendere il Festival ancora più partecipato e aperto ai linguaggi creativi delle nuove generazioni.

Economie dei Territori: il Trentino come laboratorio di confronto e partecipazione

Si è confermato anche in questa edizione il format “Economie dei Territori”, il programma che ha coinvolto 21 realtà territoriali del sistema trentino attraverso oltre venti appuntamenti distribuiti nelle giornate del Festival.

Tradizionalmente curati dagli stakeholder del territorio, gli incontri hanno rappresentato uno spazio di dialogo e approfondimento capace di valorizzare progettualità, competenze ed esperienze che dal Trentino si aprono al panorama nazionale e internazionale, mettendo in relazione istituzioni, associazioni, imprese, fondazioni, mondo della ricerca e società civile.

I temi affrontati sono andati ben oltre l’economia in senso stretto, toccando ambiti come cultura, salute, nuovi modelli di leadership, innovazione tecnologica, educazione e partecipazione giovanile. Un programma articolato che ha contribuito ad ampliare ulteriormente lo sguardo del Festival sui grandi cambiamenti che attraversano oggi territori e comunità.

Le realtà coinvolte nel programma “Economie dei Territori” e a cui vanno i ringraziamenti sono state: Altroconsumo, Associazione Artigiani Trentino, CALRE – Conferenza delle Assemblee Legislative Regionali Europee, Consiglio della Provincia autonoma di Trento, Confindustria Trento, Confprofessioni Trentino, Commissione provinciale per le Pari Opportunità tra donna e uomo, Federpreziosi, Fiavet Trentino Alto Adige, FIMAA Trento, FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi, Fondazione Caritro, Fondazione Demarchi, Fondazione Edmund Mach, Fondazione Negrelli, Gruppo Giovani Imprenditori del Terziario, Gruppo Giovani Imprenditori Confindustria Trento, IPRASE, Movimento dei Focolari, Servizio Lavoro della Provincia autonoma di Trento, Pensplan Centrum e Trentino Digitale.

Trentino Lounge: ospitalità, territorio e cultura del "fare insieme" al Festival dell'Economia

L’ospitalità del Festival dell’Economia si è svolta anche quest’anno presso Palazzo Roccabruna, sede dell’Enoteca Provinciale e casa dei prodotti trentini, dove ha preso vita la Trentino Lounge. Uno spazio pensato per raccontare il territorio attraverso i suoi sapori, le persone e le realtà che ogni giorno contribuiscono a costruire il valore dell’accoglienza trentina.

Il progetto è stato curato congiuntamente da Trentino Marketing, Camera di Commercio di Trento e Federazione Trentina della Cooperazione, dando forma concreta al messaggio che ha accompagnato le giornate del Festival: “Il gusto di fare insieme”. Un racconto corale che ha messo al centro la collaborazione tra istituzioni, produttori, mondo della formazione e ristorazione del territorio.

All’interno della Trentino Lounge si sono alternati quattro chef espressione di diverse vallate e sensibilità gastronomiche del Trentino: Gianpaolo Burba del ristorante Maso Burba di Piano di Commezzadura, Stefano Croce dell’Agriturismo El Mas di Moena, Luca Zotti del ristorante Lusernarhof di Luserna e Sandro Favè del Rifugio Passo Valles, situato sull’omonimo passo tra Trentino e Veneto. Una proposta culinaria che ha unito montagna, tradizione e contemporaneità, valorizzando prodotti e identità locali.

Protagonisti delle giornate sono stati anche i ragazzi e le ragazze dell’Istituto di Formazione Professionale Alberghiero di Rovereto che, insieme ai docenti e sotto il coordinamento dello chef Stefano Goller, hanno animato cucina e servizio di sala. Un’esperienza che ha saputo unire formazione, cultura gastronomica e partecipazione attiva all’interno di un evento internazionale come il Festival dell’Economia.

Nel corso delle giornate sono stati valorizzati i prodotti e le realtà del territorio grazie alla partecipazione del Consorzio Melinda, del Consorzio La Trentina, di Astro, della Cooperativa Sant’Orsola, della Cooperativa Agri 90, di Agraria Riva del Garda, di Trentingrana – Gruppo Formaggi del Trentino e della Federazione Provinciale Allevatori.

A supportare il progetto anche Levico Acque, Bontadi Caffè, Aflovit e l'Associazione Panificatori della Provincia di Trento.

Particolare attenzione è stata dedicata ai prodotti certificati Qualità Trentino, espressione di valori che identificano profondamente il territorio: affidabilità, identità alpina, sostenibilità e attenzione alla qualità delle produzioni. Un patrimonio che il Festival dell'Economia ha contribuito a raccontare anche attraverso l'esperienza dell'ospitalità e della tavola.

(mv) (gc) (sr) (sv)

(mv)